



📍 DCI | Home 📍

Vale tudo para atrair comprador

👤 Autor não informado 📅 29/04/2016 05:01:34



29/04/2016 - 05h00 Roberto Leoncini, da Mercedes-Benz, diz que **consórcio** representa oportunidade de renovação de frota diante da menor oferta de crédito

Foto: DIVULGAÇÃO

São Paulo - Sorteio de aparelhos de TV, computadores, **consórcios** sem taxas de administração e até caminhões extrapesados como prêmio. Em tempos de crise aguda, vale tudo para atrair o transportador, principalmente o médio e o pequeno empreendedores focados no consumo do Veículo Urbano de Carga (VUC).

Com um mercado que poderá somar apenas 60 mil unidades neste ano - patamar de vendas do século passado -, as montadoras de caminhões estão tendo de fazer malabarismos para estimular o mercado diante das incertezas políticas e econômicas no que já é considerado o pior cenário desde a instalação da indústria de veículos pesados no Brasil em 1958. Para tentar sair do marasmo, a MAN Latin America, por exemplo, acaba de anunciar o programa Virar a Chave, estratégia que tenta tirar a montadora do negativismo. A partir de maio, a montadora de origem alemã vai dar cupons a consumidores que comprarem caminhões em uma de suas 156 concessionárias espalhadas pelo território nacional.

Fidelização

O cupom sorteado vai ser premiado com um caminhão TGX, cavalo-mecânico extrapesado da marca que custa em torno de R\$ 350 mil. A partir do mês que vem, a empresa também lança a campanha que envolve sorteios de aparelhos eletrônicos a consumidores que optarem por um plano de manutenção, que inclui peças e serviços, ao custo final de R\$ 1 mil.

Segundo a MAN, ao aderir a um plano de manutenção direto com o fabricante, o dono de caminhão consegue uma economia mensal de até 20% em relação aos gastos com troca de peças e serviços oferecidos no mercado em geral.

"São condições realmente especiais que estamos criando para tentar virar a chave", afirma o vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da MAN Latin America, Ricardo Alouche. "Precisamos sair da choradeira e buscar maneiras de voltar a estimular o mercado", diz o executivo da empresa líder de mercado de caminhões no Brasil.

Segundo Alouche, a indústria oferece atualmente as melhores condições para a compra de um caminhão. De acordo com ele, as montadoras, de maneira geral, acumularam nos últimos quatro anos aumento de custo da ordem de 40%. No mesmo período, segundo ele, o preço dos caminhões ao consumidor apresentou queda de até 4%.

"Toda a indústria de veículos pesados trabalha no negativo, com risco até de sobrevivência para algumas marcas", admite. "Como não conseguem repassar os custos em um mercado em retração, as montadoras estão absorvendo o prejuízo. Mas terão de repassar os custos quando o mercado estiver em recuperação. Este é o melhor momento para se comprar caminhão, sem dúvida."

Dependência

Cerca de 80% das compras de caminhões são realizadas pelo Finame, cujas taxas de juros estão em torno de 16% ao ano. Para os compradores de VUC, que atuam na compra de veículos de cargas no varejo, o **consórcio** pode ser uma boa alternativa neste momento.

O **consórcio** Mercedes-Benz vem obtendo boa performance de vendas. Em seis meses, já foram vendidas cerca de 500 cotas em toda a linha de veículos comerciais da marca. Na avaliação da empresa, o produto é uma opção de financiamento oferecida pela empresa para atender às necessidades dos clientes.

"Em um ambiente de retração, o **consórcio** representa uma oportunidade para a renovação de frota. Ou seja, é o cliente se planejando para ter novos veículos para suas aplicações no transporte", afirma o vice-presidente de vendas, marketing e pós-venda de caminhões e de ônibus da Mercedes-Benz do Brasil, Roberto Leoncini.

De acordo com ele, o **consórcio** Mercedes-Benz, oferecido em parceria com a rede de concessionários, assegura vantagens aos

participantes e se torna uma ótima alternativa para o cenário econômico atual, com a falta de crédito no mercado. Entre os destaques da modalidade estão a isenção de cobrança da taxa de inscrição e o fundo de reserva. Além disso, tem uma das menores taxas do mercado.

Os interessados podem acompanhar as assembleias ao vivo pela internet, o que proporciona mais comodidade e transparência. E, para maior atratividade aos consorciados, são oferecidos sorteios extras de veículos para todos os grupos disponíveis.

Os grupos para caminhões médios e semipesados Mercedes-Benz, com créditos de R\$ 140 mil a R\$ 280 mil, têm prazos de até 96 meses. E entre os consorciados serão sorteados um médio Accelo 1316 6x2 e um semipesado Atego 2426 6x2 zero km. Já o grupo de comerciais leves, que oferece créditos de R\$ 105 mil a R\$ 180 mil, também conta com prazo de até 96 meses. Para o grupo de 300 participantes, o **Consórcio** Mercedes-Benz sorteará um veículo zero km da nova linha Vito.

Serviços

A Iveco também vem aprimorando o seus planos de manutenção, com preços mais competitivos e com uma gama de serviços de diferentes operações. Os planos cobrem desde a troca de óleo e filtro até manutenções corretivas no trem de força. A montadora oferece ainda o serviço com hora marcada, por meio do qual o cliente agenda o dia e a hora em que deseja realizar a manutenção, e o Assistance Non Stop, Assistência Técnica 24 horas, ambos em todo o território nacional. Isso possibilita ao cliente planejar sua operação e aumenta a qualidade no serviço prestado.

Um dos destaques é o programa de revisão com preço fixo, lançado para facilitar o planejamento do cliente e reduzir o custo de manutenção. A nova estratégia da marca consiste em oferecer aos motoristas que possuem veículos Iveco uma tabela de preços para as revisões de 10 a 120 mil quilômetros.

O grande diferencial é o valor, que, segundo a montadora, situa-se, em média, 10% inferior ao encontrado no mercado. "Para marcar esse momento, a Iveco terá uma nova identidade e um novo posicionamento no mercado. Isso é resultado de uma pesquisa com mais de 500 pessoas, caminhoneiros, frotistas, público interno e concessionários, que revelaram a real identidade da marca", afirma o vice-presidente da Iveco para a América Latina, Marco Borba.

Food trucks

Para ampliar sua participação no mercado de VUCs, a marca acaba de lançar na família Daily versão 40S14, que estreia com a missão de atender os clientes em regiões fora das zonas de restrição e até mesmo em cidades que restringem a circulação de veículos acima de quatro toneladas. O veículo é indicado para operações de entrega urbana ou no crescente mercado de food trucks. O consultor da ADK Automotive, empresa especializada em estudos sobre o mercado de veículos e a indústria automobilística, Paulo Roberto Garbossa afirma que as montadoras estão "tateando" em busca de novas fórmulas para estimular o mercado enquanto os consumidores e empreendedores não recuperem a confiança no futuro da economia do País.

Ele concorda que este é um bom momento para a compra. "Acuada, a indústria é obrigada a fazer concessões que dificilmente faria se o mercado estivesse numa fase mais tranquila", diz o consultor. "Havendo necessidade e a certeza do serviço, o transportador pode se beneficiar para negociar a melhor forma de comprar."

Wagner Oliveira

<http://www.miti.com.br/ce2/?a=noticia&nv=IIOxBsOfSLC7U9OyK1TNqA>