

 ASSOBRAV

SHOWroom

Ano 38 • n° 353

Junho 2016

A CAMINHO DOS CARROS autônomos

O conceito T-CROSS
antecipa linhas futuras



Por que investir na venda de consórcio?



Concessionários que apostaram na modalidade hoje colhem os frutos, convertendo as cartas de crédito em vendas de novos e seminovos, além da ampliação da carteira de clientes.

Equipe sólida é sinônimo de rentabilidade garantida

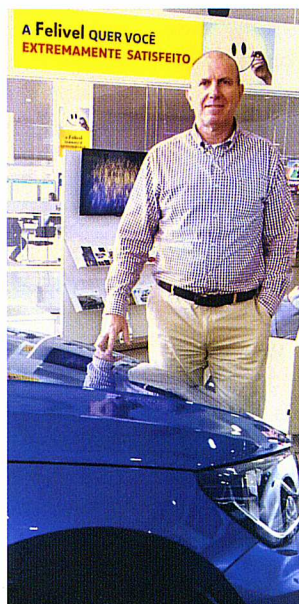
A concessionária Felivel, de Jundiaí, investe no consórcio desde 2008. Segundo o Gerente Geral, Edgard Piotto, o primeiro passo foi escolher um gestor para a operação, que assumiu a tarefa de formar a equipe, etapa que demanda esforço. "O vendedor é um profissional que precisa gostar de conversar e explicar, intensificando a prospecção com bons argumentos".

Hoje, a concessionária possui uma equipe sólida de oito vendedores, com baixo turnover e profissionais que já acumulam mais de 500 cotas vendidas.

Segundo ele, o segredo para formar um time forte está na política de treinamento e capacitação efetiva, além de um acompanhamento de perto dos indicadores de vendas da equipe e uma boa política de comissionamento.

A formação dos profissionais, porém, nunca se encerra. É um processo contínuo, visando melhorar resultados. "Buscamos fazer uma seleção para que sempre permaneçam apenas os melhores. Os 90 dias de experiência já são suficientes para identificar se o vendedor tem ou não o perfil para seguir na equipe", conta Edgard.

Com uma média de 90 cotas de consórcio vendidas por mês, a Felivel aposta na gestão integrada, com todas as áreas da concessionária trabalhando em conjunto para transformar as oportunidades que o consórcio traz em vendas de veículos. Se o cliente tem pressa para comprar o carro, o vendedor de consórcio é orientado a encaminhá-lo para o showroom, pois o importante é atender a necessidade do cliente. Os pontos de vendas do consórcio são definidos a partir da percepção do público interessado que, segundo Edgard, é formado por clientes das classes C ou D. "Decidimos atuar mais amplamente com plantões externos no entorno de Jundiaí, com exposições de carros em supermercados, postos de gasolina e blitz - ações de venda relâmpago - em praças e na entrada da cidade". Mais que simplesmente vender o produto, o objetivo é vender com as informações



Reinventar-se, diversificar os negócios, empreender. O concessionário precisa ser estratégico para encontrar alternativas de rentabilidade e não perder espaço no mercado. O consórcio pegou carona nessa tendência e consolidou-se como a oportunidade da vez para vender, fidelizar e aumentar a carteira de clientes. Aqueles que investiram na modalidade como um produto a mais no portfólio de serviços da concessionária, hoje colhem os frutos, convertendo as cartas de crédito em vendas de veículos.

Na Rede Volkswagen, o potencial do consórcio é ainda mais rentável. Dados da Oikonomia Consultoria Econômica mostram que a marca liderou as vendas por meio da modalidade no primeiro trimestre de 2016, com mais de 12% vindo de consorciados contemplados.

Nessa operação, o concessionário pode ganhar na venda da cota, no faturamento do veículo e ainda, no caso de ser parceiro da Disal Consórcio, na distribuição de lucro gerado na comercialização e administração das cotas vendidas.

corretas, para que, em vez de reclamações, o cliente tenha apenas indicações para favorecer o negócio. "Abominamos a venda pela venda e trabalhamos para diminuir o número de reclamações. O produto é bom, mas é preciso fazer com que o cliente entenda isso, com clareza e segurança". A concessionária também aproveita o histórico de sucesso em vendas para recuperar clientes antigos, que são contatados pelo vendedor. "Esse é um cliente que já conhece e teve uma história com a concessionária, então está mais aberto a um contato". A equipe trabalha ainda com a lista de clientes cancelados e excluídos fornecida pela Disal. Para Edgard, o grande benefício do consórcio é quando o cliente volta para comprar o carro, por isso, a equipe dedica-se cada vez mais em ações de pós-vendas. "É uma operação que dá visibilidade para a concessionária e, se bem feita, agrega no volume de vendas de novos e seminovos, trazendo mais receita".



Consórcio como um produto forte e independente

Em Salvador, a concessionária Baviera também leva a sério o investimento nas vendas de consórcio. A operação, que começou em 2004 com 10 vendedores, hoje conta com uma média de quase 500 cotas comercializadas por mês e um departamento de consórcio formado por mais de 120 pessoas. De acordo o Gerente Geral da Divisão Volkswagen e F&I da concessionária, Andersson Tolentino, o interesse em vender consórcio surgiu da possibilidade de converter as cartas de crédito em vendas de veículos novos e seminovos. Com uma evolução gradativa e investimento constante, hoje o consórcio é um departamento com vida própria, independente dos demais. "Ele tem seu próprio orçamento anual e é acompanhando mensalmente da mesma forma que os outros departamentos da Baviera", explica.

A formação da equipe ainda é o principal desafio, por isso todo o processo de recrutamento e seleção fica por conta de uma empresa especializada em RH. Os vendedores atuam em pontos de vendas fixos e móveis externos à concessionária e também são promovidos feirões de consórcio. O objetivo principal, assim como na Felivel, é converter as cotas em vendas de carros. Para isso,

a gestão integrada aparece novamente como a estratégia fundamental para agregar rentabilidade ao negócio. "Existe uma colaboração mútua com os departamentos de novos e seminovos, tanto no apoio para a realização de ações externas, quanto no direcionamento das cartas contempladas. É um verdadeiro resultado de parceria", destaca Tolentino. Visando a venda final, a Baviera também promove ações de pós-vendas para atrair os consorciados contemplados. "Fazemos promoções para os clientes que já são da nossa carteira e nossos vendedores fazem o acompanhamento diário desses clientes até a venda do carro". Durante a negociação, o profissional aproveita para solicitar novas indicações. Não é à toa que Tolentino recomenda a operação. O esforço de investir em uma equipe ampla focada em consórcio é compensado pelas oportunidades que são geradas. "O maior benefício do consórcio é a venda de carros novos e seminovos, mas outros vieram com o passar do tempo, como o aumento dos clientes fazendo revisão na nossa oficina e a troca futura do carro adquirido por meio do consórcio em nossa concessionária".

PARTICIPAÇÃO DO CONSÓRCIO NAS VENDAS DE VEÍCULOS NOVOS
JANEIRO A MARÇO DE 2016

