

ASSOBRAV

Showroom

Ano 38 • n° 359
Dezembro 2016

Expedição Velho Chico



Grupo Disal renovado para 2017

Novas marcas sinalizam o surgimento de um grupo ainda mais forte e competitivo.

**REINVENÇÃO
DO GRUPO DISAL:
A ORIGEM DAS
NOVAS MARCAS.**



Nos últimos 30 anos, o mundo mudou rapidamente: passamos da Barsa ao Google, as distâncias diminuíram, o consumidor está mais consciente e, nesse cenário tecnológico em que tudo pode ser compartilhado, não há espaço para acomodação. É preciso pensar estrategicamente, recriar a forma de prestar serviços e o meio de comunicá-los. É assim que o Grupo Disal se posiciona desde sua fundação, há três décadas. A inovação

está na sua essência desde o início, quando foi criado por mentes incansáveis com a missão de oferecer produtos e serviços para a Rede de Concessionários, sempre visando aumentar a rentabilidade dos negócios.

Assim, em 2016, o Grupo assumiu o desafio de se reinventar, sem perder sua essência e o vínculo com clientes, colaboradores e parceiros. Mais do que isso, assumiu o desafio de mudar para continuar a contribuir com o crescimento e evolução constante de todos os envolvidos.

Marca: o DNA do Grupo Disal

Para se reinventar, o primeiro passo é voltar às origens. E o que melhor poderia representar o DNA do Grupo Disal que suas marcas? Até o momento, o símbolo das logos das empresas do Grupo – Consórcio, Seguros e Tecnologia – era o símbolo da Assobrav.

Porém, hoje as empresas revelam um novo posicionamento. Mais que consórcios, oferece novos estilos de vida. Mais que seguros, oferece tranquilidade. Mais que tecnologia, oferece praticidade. E isso precisa estar refletido também em sua identidade visual.

“O projeto de redesenhar as marcas buscou estruturar um novo padrão

de identidade para a Disal, em todos os pontos de contato”, conta a Diretora de Vendas e Marketing da Disal Consórcio, Luciana Precaro.

Assim, a letra “D” passou a ser o ícone principal, o qual representa solidez e uma identidade própria e independente. Os produtos de cada empresa são distintos, as soluções de negócios e sua estratégia de atuação também. Assim, diferenciá-las é uma necessidade do branding das marcas, pois embora façam parte do mesmo Grupo, não são idênticas, não mantêm o mesmo propósito comercial e não atuam perante os mesmos consumidores.

Para o presidente da Assobrav Grupo Disal, Dado Guião, a nova logotipia do Grupo Disal chega para deixar clara sua nova postura no mercado. “A partir de agora, as empresas do Grupo passam a atender a todo o segmento da distribuição de veículos. Assim, ampliamos o leque de possibilidades de prestação de serviços não só dessas empresas, mas dos nossos associados, que não ficarão mais restritos à marca VW. Em tempos difíceis como este, implantar novas oportunidades de negócio é prioritário, mas esperamos que esta iniciativa seja também perene”.

Quem faz, conquista

Como é a comunicação no mercado de consórcio? Esta pergunta foi o ponto de partida para a Disal Consórcio dar início ao seu processo de reinvenção, descobrindo como gostaria de se comunicar com seus clientes e suas Concessionárias associadas.

“O nosso ponto de virada foi definir que, mais do que um meio para comprar um carro, o consórcio é um meio de comprar um carro para um determinado fim”, explica Luciana. “O consórcio é muito mais que um sistema de compra planejada, ou qualquer outra definição técnica que encontramos. Somos responsáveis por ajudar as pessoas a usufruir tudo o que o carro proporciona, como conforto, agilidade, segurança. Conquistas essas que variam com as diferentes histórias e estilos de vida”.

“Com essa visão renovada, o ícone ‘D’, nosso símbolo, ganhará mais força nas peças gráficas. Ele será utilizado para valorizar o que mais importa, nossos clientes e suas conquistas. Essas serão destacadas dentro do ícone D, para mostrar que cada um destes momentos é proporcionado pela Disal”, explica Luciana. A empresa também assume agora um novo slogan: “Quem faz, conquista”, que abrange não apenas clientes, mas também as conquistas de seus parceiros de negócios.

Mais conquistas para a Rede

De olho no comportamento do consumidor e no potencial da modalidade, a Disal Consórcio partiu em busca de novas parcerias, sempre com foco em ampliar a rentabilidade da Rede Associada.

“A Disal é um caso único de estrondoso sucesso no setor de consórcios, como uma empresa voltada a melhorar e complementar o desempenho das Concessionárias, em especial quando a economia retira do nosso negócio o tão necessário retorno para formação de capital. O sucesso da Disal é justamente reconhecido por essa atuação cada vez maior e melhor, mantendo sempre os bons princípios que nortearam nossa fundação e consolidação”, afirma o Diretor Executivo do Grupo Disal, Sérgio Reze.

Independente do cenário econômico, a missão continua a ser a de garantir mais lucratividade para os Concessionários associados. “O mercado está mudando e estamos sempre atentos a novas oportunidades. Por isso, em 2017, buscaremos a ampliação dos pontos de vendas, incluindo possíveis parcerias com redes de varejo”, complementa Luciana.

Além da abertura de novos canais de vendas, ela reforça que a Disal continuará a oferecer um suporte cada vez mais fortalecido para as Concessionárias, com aumento na geração de leads, reforço no treinamento de equipes por meio de plataforma digital, novos canais de atendimento para o consorciado (SMS, chat, WhatsApp) e monitoramento do mercado e materiais para pontos de vendas cada vez mais atrativos e eficazes.