



Lexus anuncia novo RX 500h no Brasil. A quinta geração do SUV premium incorpora a transformação da marca Lexus, apresentando uma nova plataforma global

# O NOVO MOMENTO DA LEXUS NO BRASIL

*Marca anuncia importantes novidades e segue com o propósito de se tornar a número 1 em experiência para os clientes, dentro do segmento premium, ser a vitrine de novas tecnologias para o Grupo Toyota e flagship em eletrificação*

Por: **LIA FREIRE**

**A** Lexus, divisão de luxo da Toyota, está presente no Brasil desde 2012 e é pioneira em eletrificação de portfólio no País ao oferecer, desde 2020, um line-up no segmento premium brasileiro 100% híbrido. A marca segue com papel funda-

mental na estratégia global e nacional de eletrificação dentro do Grupo Toyota. Assim como acontece globalmente, a Lexus também é no Brasil, vitrine de novas tecnologias e powertrains para a Toyota. “Somos referência no mundo inteiro por nosso pio-

FOTOS: DIVULGAÇÃO LEXUS

neirismo no segmento de luxo, qualidade artesanal, princípios de Omotenashi (princípio de serviço consagrado na cultura japonesa que preza pela excelência no atendimento ao cliente, proporcionando uma jornada inesquecível) e, principalmente, por puxar a eletrificação de portfólio no nosso País, quando essa discussão ainda era inicial para muitas marcas”, pontua Nancy Serapião, Head da Lexus no Brasil.

O ano de 2023 vem sendo bastante especial para a marca e tem novidades. A primeira delas foi o lançamento, em abril de 2023, do SUV híbrido topo de linha, RX 500h que está em sua quinta geração e é comercializado exclusivamente na versão F-Sport trazendo aspectos visuais esportivos. Considerado modelo flagship no portfólio global da Lexus, tem atributos inéditos como o novo sistema de tração DIRECT4 nas quatro rodas e Hybrid com transmissão automática de 6 velocidades, utilizando uma embreagem em vez de um conversor de torque, posicionada entre o motor elétrico e a transmissão. “O lançamento foi um sucesso e temos mais de 5 meses de fila de espera, além do planejamento de vender, em 2023, aproximadamente 100 unidades do RX 500h”, planeja a Head da Lexus do Brasil.

A segunda novidade anunciada pela Lexus é o reforço no time da marca no Brasil, com a chegada da Executiva, Nancy Serapião, que assume como Head

da Lexus, no País. Com experiência de mais de 15 anos no segmento premium automotivo, passando por marcas como Mercedes-Benz e BMW com expertise em planejamento, vendas, marketing, branding, produto e Rede, Nancy tem como prioridade fortalecer a marca no Brasil dentro do segmento premium como a número 1 em experiência para os clientes. A Executiva terá atuação exclusiva no Brasil e responderá ao Diretor Comercial da Toyota e Lexus do Brasil, José Ricardo Gomes e ao Presidente da Toyota do Brasil, Rafael Chang. “Quero dizer que estou muito feliz e entusiasmada em liderar uma marca tão icônica no segmento automotivo premium. Estamos comprometidos em proporcionar a melhor experiência para os nossos clientes, oferecendo inovação, tecnologia e excelência nos produtos e serviços. Estou pronta para assumir esse desafio e levar a Lexus Brasil a novos patamares de sucesso”.

### A ESTRATÉGIA DA LEXUS

A estratégia da Lexus está baseada em três grandes pilares. São eles: 1) elevar a experiência de dirigibilidade por meio do que a marca denomina de Driving Signature, em que oferece a melhor interação entre o condutor e o carro, prezando pelo conforto, controle e confiança; 2) neutralidade de carbono por meio da aceleração da eletrificação com atenção aos



“

Estou pronta para o desafio de levar a Lexus Brasil a novos patamares de sucesso

Nancy Serapião, Head da Lexus no Brasil

”



A Gerente de Vendas da Lexus Curitiba, do Grupo Barigui, Thaís Quadros (ao centro) com a equipe de vendas no lançamento do RX 500h

clientes e à infraestrutura, oferecendo múltiplas opções; 3) diversidade de produtos com a renovação da linha focada no estilo de vida do cliente Lexus, buscando cada vez mais personalizar o luxo. “Além disso, a marca Lexus é a vitrine de novas tecnologias e eletrificação do Grupo Toyota”, reforça Nancy.

As vendas da Lexus estão indo bem, afirma a Executiva: “hoje, falamos em comercializar em 2023, 1.000 carros, o que representa um crescimento nas vendas de 150%. Este ano é o de recuperação dos nossos volumes e a consolidação do negócio com o fortalecimento da Lexus dentro do segmento premium, sendo a número 1 em experiência. Para 2024 prevemos um ano mais forte, de retomada, com projeções de crescimento e novos lançamentos de produtos. Temos um relacionamento muito próximo com os clientes, buscando sempre nos antecipar às necessidades deles. Com isso, a maioria dos nossos veículos são vendidos antes mesmo de chegarem

nas lojas como vem ocorrendo com o mais recente lançamento, o RX 500h”.

### BOAS PERSPECTIVAS

Trabalhando com a Lexus desde 2015, o Grupo Barigui, de Curitiba (PR), em 2018 inaugurou dentro do showroom Toyota um espaço exclusivo Lexus que vinha em um gradativo crescimento de vendas com o lançamento do UX 250h e com o desejo de ser a primeira Montadora com toda a linha 100% híbrida, ganhando visibilidade e confiança dos clientes. “Mas, com a pandemia os volumes foram reduzidos, diminuindo a participação da marca no Brasil. Sofremos bastante com a baixa disponibilidade de veículos, principalmente do recém-lançado NX 350h, tendo que amenizar a insatisfação dos clientes em fila de espera e deixar de fechar novos negócios por não termos prazo de entrega nem a quantidade de veículos de faturamento futuro”, recorda Antonio





Lexus promove evento para a Rede para apresentar o SUV híbrido topo de linha, RX 500h

Bordin Neto, Diretor do Grupo Barigui, de um período difícil para a marca.

No entanto, em 2023 o cenário é bastante animador. “Estamos muito animados com a confirmação do plano de 1000 unidades a serem comercializadas neste ano. Começaram a chegar volumes maiores do NX e o sucesso do lançamento da RX 500h movimentou a marca nas últimas semanas. O produto ficou impecável e o público que busca exclusividade, esportividade, inovação, modernidade, elegância e performance reconheceu tais características no novo SUV. Vendemos as três unidades recebidas para o lançamento e já temos três pedidos em espera”, conta a Gerente Comercial da Lexus Curitiba, do Grupo Barigui, Thaís Quadros.

**Omotenashi na prática.** Na Lexus de Curitiba, o conceito Omotenashi é rigorosamente colocado em prática. Além de tratar o cliente de maneira cordial, gentil e personalizada, eles se concentram

“

O RX 500h ficou impecável e o público reconheceu. Vendemos as três unidades recebidas e já temos três pedidos em espera.

*Thaís Quadros, da Lexus Curitiba, do Grupo Barigui*

”

em proporcionar uma experiência realmente única. “Nós identificamos as preferências e as particularidades de cada cliente durante o atendimento e no momento da entrega do veículo, por exemplo, o surpreendemos com um presente exclusivo”, conta Thaís.

De acordo com a Gerente é realizado um mapeamento dos locais de interesse e afinidade do público Lexus, como clubes sociais, restaurantes, shoppings de alto luxo e clubes náuticos, aí sempre que oportuno, a Concessionária realiza ações de touchpoint nestes locais. “Além destas ações, promovemos parcerias comerciais com revistas e produtores de conteúdos locais que precisam exibir automóveis de alto padrão em suas publicações”, explica.

Bordin afirma que as expectativas em torno da marca são grandes e muito positivas. “Aguardamos o crescimento do volume de veículos Lexus no Brasil e a chegada de novos modelos, com o intuito de conquistarmos os clientes potenciais e elevarmos a experiência de dirigibilidade, eletrificação e atenção aos detalhes, que são pontos fortes da nossa marca”, declara o Diretor.

## EXPANSÃO DO VALUE CHAIN E JORNADA DO CLIENTE

A Lexus está focada em expandir o Value Chain. Atualmente, a marca conta com um leque de produtos e serviços focados na comodidade e necessidade dos clientes, como por exemplo, 90% das peças de reposição a pronta entrega, preços justos de revisões, assistência 24h e única marca premium com 5 anos de garantia e 8 anos para o sistema híbrido. “Agora estamos avançando no lançamento de uma nova coleção da nossa boutique e, também, na ampliação da gama de acessórios para os veículos”, anuncia a Head da Lexus.

Sobre a jornada do cliente e proporcionar uma experiência diferenciada, essa continua sendo a proposta e prioridade da Lexus. “Trabalhamos dentro do conceito Omotenashi que está focado na hospitalidade, antecipação das necessidades dos nossos clientes e no encantamento em cada detalhe dos produtos e atendimento”.

Nancy finaliza deixando a seguinte mensagem: “chego à Lexus com o objetivo de oferecer aos clientes brasileiros uma experiência única em mobilidade elétrica. Juntos, vamos trabalhar para alcançar nossas metas de crescimento”, planeja. 🚗