Em abril, a marca trouxe para o Brasil o SUV topo de linha, RX 500h

LEXUS: DA ELETRIFICAÇÃO AO LUXO

Por**: LIA FREIRE**

Marca segue trabalhando para oferecer operações cada vez melhores, atendendo clientes por meio de uma experiência premium, entregando luxo personalizado

O Brasil é apaixonado por carros, tecnologia e conforto, indo ao encontro do DNA da Lexus, que enxerga no País um grande potencial de crescimento.

Em 2024, a estratégia da Lexus, divisão de luxo da Toyota presente no Brasil desde 2012, mantém-se ancorada nos três pilares: Experiência de Dirigibilidade, Neutralidade de Carbono e Diversidade de Produtos e Soluções, com o foco em oferecer a melhor experiência para seus clientes.

A Head da Lexus no Brasil, Nancy Serapião, afirma que a marca segue com o papel fundamental na estratégia nacional e global de eletrificação do Grupo, isso passa por oferecer uma experiência excepcional por meio dos seus veículos de luxo e eletrificados, que combinam desempenho, conforto e tecnologias

FOTOS: DIVULGAÇÃO LEXUS

avançadas. "Com essa estratégia desejamos incentivar que as pessoas busquem opções eletrificadas e entendemos que cada tecnologia (híbridos, híbridos plug-in e 100% elétricos) tem um papel importante a desempenhar nessa transição".

Em 2024, será inaugurada a loja flagship em Brasília

METAS ATINGIDAS E INVESTIMENTOS REALIZADOS

A Lexus, neste ano, está prestes a atingir a meta traçada em relação a comercialização dos veículos, para 2023, estipulada em 800 unidades, o que significa um crescimento de 50% em relação a 2022. Até o fechamento desta matéria eram 750 carros emplacados.

Dentro da estratégia proposta pela marca neste ano, houve importante aumento nos investimentos, visando as melhores experiências para os clientes. Teve o lançamento, em abril, do SUV topo de linha, RX 500h, com 80 unidades comercializadas, além dos investimentos em Pós-Venda, como o recente lançamento do LexusCare, o pacote de serviços e benefícios, que reafirma o compromisso em oferecer as melhores experiências e condições para os consumidores, seja no momento da venda ou de pós-venda.

PARA 2024, LOJA FLAGSHIP E VEÍCULO PLUG-IN HYBRID

De acordo com a Head da Lexus no Brasil, o trabalho de fortalecimento da marca mantém-se em 2024. "Estamos confiantes e prevemos continuar crescendo nosso volume de vendas de maneira sustentável, priorizando a experiência do cliente, que para nós é o mais importante, mantendo sua satisfação e fidelidade. Já podemos adiantar, que no início de 2024, teremos uma loja flagship em Brasília, do Grupo Águia Branca, a primeira 3S do País, traduzindo o novo conceito e momento da marca. Além disso, traremos os primeiros veículos Lexus com a tecnologia plug-in hybrid. "Estamos trabalhando em conjunto com a nossa Rede de Concessionárias para termos operações cada vez melhores, atendendo os nossos clientes com uma experiência premium, entregando para cada um deles o que chamamos de luxo personalizado", conclui Nancy.

Loja, do Grupo Águia Branca, traduzirá o novo conceito e momento da marca