

DEPOIMENTOS NA CONEXÃO ABRADIT 2023

EXECUTIVOS ABRADIT



RIGUEL CHIEPPE – PRESIDENTE DA ABRADIT

“O ano de 2023 foi muito desafiador, o mercado ficou ainda mais competitivo. De modo geral, boa parte das Montadoras regularizaram suas produções e o volume de oferta foi grande. Tivemos que nos apoiar na força da marca Toyota promovendo diferentes eventos ao longo do ano, destacando os nossos atributos de confiabilidade, força, segurança e qualidade. Encerramos 2023 com várias vitórias e renovamos as energias porque 2024 já está aí e sinaliza que será na mesma toada ou ainda mais competitivo do que do que o último ano, exibindo da marca Toyota muita ação e alinhamento, mas, certamente, sairemos vitoriosos como em 2023”.

BRENO CESAR DE O. SCHWAMBACH - VICE- PRESIDENTE DA ABRADIT

“O nosso trabalho na ABRADIT sempre terá como prioridade a ótima relação com a Toyota. Em 2023, a questão da demanda e a oferta ganhou evidência, especialmente no caso da Hilux. Foi um período intenso de atividades para que conseguíssemos equalizar essa operação. Em 2024, continuaremos atentos neste tema, além disso, vamos trabalhar como nós sempre trabalhamos, ou seja, muito próximos da Toyota para entregarmos a melhor experiência para o cliente”.



EDUARDO BERLANDA - DIRETOR DE MOBILIDADE DA ABRADIT

“A Mobilidade é algo que não tem volta e a Rede Toyota está se estruturando cada vez mais. Obviamente que ainda temos algumas Concessionárias que estão em desenvolvimento neste sentido, mas, os resultados já mostram o engajamento dos Dealers. Temos um futuro promissor. Acreditem na marca que vocês representam. Teremos um futuro muito promissor se vierem junto com a Toyota”.

VINICIUS RAMIRES - DIRETOR DE PÓS-VENDA DA ABRADIT

“Na minha opinião, a Rede Toyota em 2023 se movimentou muito bem. Tivemos o ousado projeto de novo padrão das Concessionárias que trará uma experiência bem diferenciada para os clientes, o que seguramente impactará de forma positiva na sua retenção. Além disso, uma nova geração de consumidores está vindo e precisa de uma Concessionária mais moderna. A expectativa é a melhor possível para 2024. O desempenho do Pós-Venda depende muito da frota circulante e conseguimos voltar aos níveis pré-pandemia. Sem dúvidas, o desafio para o Pós-Venda é manter a qualidade da excelência e, além disso, temos o recall, mas a Toyota e a Rede têm como prioridade o cliente e vão cumprir com este objetivo desafiador”.





PAULO ROBÉRIO PIRES - DIRETOR DE TREINAMENTO E TECNOLOGIA

“A Rede se estruturou a passos largos em 2023 e, em 2024, esse processo se manterá, comprovando o quanto os Dealers estão engajados no projeto das Concessionárias Toyota DD 2.0. Esperamos realmente ter uma Rede mais digital a partir de 2024. Para as Concessionárias estarem inseridas no cenário digital é fundamental manter o foco nesta área. Muito mais do que a venda, nós temos que estar focados na retenção do cliente e do relacionamento contínuo com ele e em um ambiente digital cada vez mais conectado”.

PAULO CEZAR C. DE ARAUJO (PC) – DIRETOR-EXECUTIVO DA ABRADIT

“2023 foi um ano bastante desafiador para todos, se compararmos com 2022, que foi muito bom, tivemos que nos adaptar à nova realidade, novos entrantes, novos desafios, clientes mudando e mais exigentes. Mas, estamos trazendo novidades para os Dealers, sempre apoiando com ferramentas digitais, com tecnologia e treinamento, precisamos de pessoas e elas fazem a diferença cada vez mais. E, para 2024, esperamos aumentar o nosso apoio à Rede e trocar sempre muita informação com todos. Temos a força da marca que representamos e as melhores equipes, não tem como dar errado”.



HELBER BOZATO - COORDENADOR DE VENDAS, PÓS-VENDA E PARCERIAS ESTRATÉGIAS DA ABRADIT

“Em 2023, nós tivemos bastante trabalho, foi um ano bem desafiador, houve a retomada das Reuniões Regionais, reunindo mais de 700 participantes, também tivemos importantes resultados com os projetos Peças Rede Toyota, o e-commerce de peças e acessórios originais, em que atingimos um ótimo faturamento e teve a evolução do D-Check, abrindo a Ordem de Serviço, totalmente integrada com o DMS da Linx e NBS e, no decorrer do primeiro semestre de 2024 também estará integrado com a Dealernet. Vale ressaltar, ainda, a retomada do programa do Insper, TDMP, em maio de 2023 e o desempenho do Programa de Parcerias da ABRADIT, que aumentou o faturamento em 15%, totalizando 25 parceiros bem selecionados e com qualidade”.

PAULO SANTOS - COORDENADOR DE TECNOLOGIA E MEIO AMBIENTE DA ABRADIT

“Nesse ano de 2023, trabalhando junto com Montadora e com os nossos fornecedores conseguimos evoluir no D-Check, trazendo a segunda fase com a abertura da Ordem de Serviço. Também entregaremos para a Rede o novo portal ABRADIT, lembrando que já está no ar a nova versão do portal REDIT. Como melhoria, teremos uma ferramenta nova e diferenciada de logística reversa, que hoje é obrigatória em São Paulo. Para 2024, vamos trazer o novo SIMA e a terceira fase do D-Check”.



EXECUTIVOS TOYOTA



MASAHIRO INOUE (MASSA), CEO DA TOYOTA PARA A AMÉRICA LATINA E CARIBE

(ATUALMENTE PRESIDENTE DA
DAIHATSU MOTOR CO. LTD)

“Há trinta anos, em 1995, eu trabalhava na Toyota do Brasil e levei os Concessionários brasileiros para o Japão para visitarem o país, conhecerem a cultura oriental e a TMC. Recentemente, em setembro de 2023, levamos novamente um Grupo de Dealers brasileiros para lá. Foi uma viagem emocionante e marcante, com muita troca de informação, entretenimento e bastante rica em termos culturais. Com relação aos últimos dois anos (2022 e 2023) foram bons, com a retomada do mercado e da economia à normalidade pós-pandemia. Em 2024 teremos um ano altamente competitivo e estou bastante otimista”.

GUSTAVO SALINAS - PRESIDENTE DA TOYOTA ARGENTINA E DIRETOR COMERCIAL PARA A REGIÃO DA AMÉRICA LATINA E CARIBE PARA AS MARCAS TOYOTA E LEXUS

“2024 será um ano de muitos desafios e crescimento para a marca. Estamos com ótimas expectativas. Em relação à Hilux, apresentamos a versão SRX Plus e acreditamos que será um carro de sucesso no mercado brasileiro. Também teremos o SW4 com novo design. Outra importante aposta está no novo utilitário comercial, Hiace, que será exportado da Argentina e deve chegar no Brasil no segundo semestre de 2024. Trabalharemos juntos para que seja mais um case da Toyota, de grande êxito no País”.



RAFAEL CHANG - PRESIDENTE DA TOYOTA DO BRASIL (ATUALMENTE CEO DA TLAC)

“Avaliando os últimos dois anos, pós-pandemia, foi um período bom para a nossa marca e negócios. Tivemos lançamentos que ajudaram muito nas vendas em nossas Concessionárias, fortalecemos a nossa Cadeia de Valor e movimentamos as iniciativas da KINTO. Estamos sempre com um olhar positivo sobre o futuro e teremos importantes novidades para atingirmos os nossos propósitos”.



JOSÉ RICARDO GOMES - DIRETOR COMERCIAL DA TOYOTA DO BRASIL

“Em 2023, tivemos um resultado muito expressivo. Foram quase 195 mil veículos comercializados e estamos falando de um market share em varejo superior aos 12%. No entanto, mais do que citar volume de vendas, para a Toyota, conquistar, reter e manter os clientes satisfeitos é o nosso verdadeiro propósito e, em 2024, continuaremos trabalhando para isso”.



ROGER ARMELLINI - DEPUTY CEO DA KINTO BRASIL E REGIONAL OFFICER DE MOBILIDADE, DCX E VALUE CHAIN DA TOYOTA AMÉRICA LATINA E CARIBE

“Estamos gradualmente conseguindo integrar os serviços de Mobilidade no ecossistema da Toyota. E agora, mais recentemente, também os serviços digitais. Demos um importante salto na questão de transformar a Rede de Concessionários em uma Rede de Mobilidade. Nós também estamos nos reestruturamos internamente para elevar os níveis do atendimento, da qualidade e do serviço, tornando a KINTO e os nossos serviços de Mobilidade mais competitivos para que possamos ser referência no mercado. Este é o principal desafio para 2024. Destaco ainda que precisamos dedicar esforços nos carros por assinatura e, não tenho dúvidas, de que os novos veículos da Toyota que estão chegando irão impulsionar esse mercado”.

FÁBIO LAGE DOMINGUES - GERENTE GERAL DE VENDAS, MARKETING E DRD DA TOYOTA DO BRASIL

“O mercado automobilístico está passando por um momento complexo e, em 2023, os níveis atingidos foram os mais baixos dos últimos 15 anos, mas, fechamos 2023 com bons resultados tanto para Toyota quanto para Rede de Concessionários. Agora, o foco está na área de Vendas Diretas, que deverá representar quase 1/3 das vendas da Toyota, em 2024. Temos perspectivas de conseguir vender mais por esse canal e, do lado da Rede Concessionárias, nós contamos que façam o mesmo. Precisamos trabalhar todos os canais que possuímos para essa unidade de negócio”.



JORGE MUSSI - GERENTE GERAL DE PÓS-VENDA DA TOYOTA DO BRASIL

“Em 2023, conseguimos expandir uma das áreas em que temos a maior parte dos nossos ganhos em Pós-Venda que é funilaria e pintura, representando uma importante lucratividade, tanto para a Rede quanto para a Toyota. Além disso, oferecer essa prestação de serviço fideliza o cliente e ajuda na sua retenção mesmo após o período de fim de garantia. Outra área que expandimos foi de acessórios, com recorde de faturamento. Em 2024, queremos ampliar mais ainda essas áreas do Value Chain, nós temos um plano ambicioso de expansão em funilaria e pintura com mais 15 certificados e precisamos aumentar a oferta de acessórios porque teremos lançamentos de carros em 2024. Com essas ações elevaremos consideravelmente nosso faturamento”.

SORAYA BATTISTINI - GERENTE DE DESENVOLVIMENTO DE REDE E DEALER KAIZEN

(ATUALMENTE GERENTE NACIONAL DE VENDAS)

“A modernização das Concessionárias Toyota é um importante capítulo na trajetória da Toyota do Brasil e faz parte de uma preparação dos Dealers para a era da Mobilidade, da Rede de Mobilidade. O conceito da nova loja é ter o cliente no centro da operação e que todas as soluções oferecidas estejam à sua volta. As Concessionárias têm evoluído bem com esse conceito. Para 2024, temos a expectativa de que 100% da Rede esteja adaptada a esse novo conceito”.



HENRIQUE PRINTES DOS SANTOS – GERENTE GERAL DE DCX PARA AMÉRICA LATINA

“O DCX - Digital Customer Experience nada mais é do que a experiência digital do cliente. É um conceito que vem sendo trabalhado pela TMC há cerca de 5 anos com áreas específicas e há pouco mais de 2 anos começamos na América Latina. Hoje, a Toyota do Brasil e a Toyota da Argentina possuem estruturas focadas em pensar em produtos e serviços digitais para os nossos clientes. O conceito é criar oportunidades de negócio. O grande foco é pensar não só na jornada e na experiência, mas como fazê-las melhor e integradas entre o mundo físico e digital. É também pensar em como explorar esse ambiente digital para trazer novas oportunidades para a cadeia de valor das Concessionárias e da Toyota”.



LUCIANO SAVOLDI - PRESIDENTE DO BANCO TOYOTA

“Lançamos o Consórcio Toyota em 2022 e o produto está indo muito bem. São 18 meses de operações e já vendemos 11 mil cotas. Em 2023, foram contemplados mil clientes e, o mais importante, 70% das contemplações foram para a compra de carros Toyota, que é o objetivo do Consórcio. Já a Corretora é a mais nova empresa do Banco Toyota. São 6 meses de operações e já temos resultados além do esperado. Para 2024, haverá produto novo e equipe dedicada ao Consórcio que dará treinamento nas Concessionárias. O Ciclo Toyota continua sendo nosso carro-chefe e ganha mais atratividade com as novidades no portfólio de veículos Toyota”.

VENÍCIO CARVALHO – SUPERINTENDENTE COMERCIAL DO BANCO TOYOTA

“Quando inserimos o financiamento nas Concessionárias o intuito foi oferecer conveniência aos clientes, que não precisavam mais se deslocar até o banco para simular o financiamento e realizar a compra do veículo, além de agregar valor aos negócios dos Dealers. E, assim, foram sendo agregados demais serviços, sendo o mais recente o de Seguros para autos e prestamistas. Reforço que estamos trabalhando com dois focos: um para Varejo, que está absorvendo mais de 75% de tudo que financiamos na Toyota e o outro para a Venda Direta, por meio de um trabalho forte com taxista, PCD e mais recentemente com Small Business (pequenas frotas)”.



PEDRO DABBUR – DIRETOR COMERCIAL DO BANCO TOYOTA

“Com o Consórcio, a Corretora e os novos produtos do Ciclo Toyota estamos mais preparados para ofertar o produto certo para cada demanda e necessidade do cliente. As projeções para 2024 são as melhores possíveis e sempre trabalhando junto com a Rede de Concessionárias e com a ABRADIT, para termos muito sucesso nas operações e nos resultados obtidos”.





LUCIANA KAMIMURA – COORDENADORA DE ESTRATÉGIA INSTITUCIONAL DA FUNDAÇÃO TOYOTA

“Na Fundação Toyota, temos intensificado as ações de cunho socioeconômico e de empregabilidade. Além dos projetos nos pilares ambientais e sociais, estamos voltando o olhar para o pilar cultural, expandindo o hub que é o Projeto Retornar com mais duas instituições. Com isso, passamos atender comunidades indígenas e quilombolas no Pantanal Mato-Grossense e, em outra frente, vamos atuar também por meio dos projetos com mulheres em situação de cárcere para a ressocialização e para que tenham uma oportunidade após o cumprimento das penas”.

PARCEIROS E FORNECEDORES



ADILSON ROSSI – GESTOR DE PARCERIAS DO SEGMENTO AUTOMOTIVO DA LINX

“É um prazer estar novamente em mais uma Conexão ABRADIT. Estamos trazendo nesta edição, o Open Banking, que é a integração do DMS com a parte financeira. Com isso, nossos clientes não precisam acessar as páginas dos bancos para realizar pagamentos, pois dentro do DMS ele faz todo esse processo. Entendemos que é uma inovação que agrega e otimiza o processo da Rede. Nossa intenção é manter e fortalecer o relacionamento com os Dealers e com a própria ABRADIT por meio de inovação e ótimas vendas a todos”.

AMANDA FREITAS – GERENTE COMERCIAL DA STP

“A Petroplus completa 30 anos de operação, em 2024. Na Convenção trouxemos o nosso portfólio, dentro da parceria ABRADIT, mais os itens que são homologados pela Toyota. Este ano, tivemos lançamento de produtos, como reparador de pneus e easy clean para lavagem de caixa evaporadora. Falando sobre a nossa parceria, são 8 anos trabalhando com ABRADIT, 4 anos com a Toyota e a perspectiva para 2024 é fomentar o negócio, ampliar o mix de ofertas para Rede Concessionárias, estreitar o relacionamento e juntos construirmos grandes resultados”.



CARLOS ITRIA – DIRETOR DA TUNAP NO BRASIL

“A Tunap vem trabalhando na manutenção e melhorias de tudo que já oferece para a Rede. Estamos há mais de 10 anos na Rede e temos mais de 90% de penetração nos Dealers Toyota. Nosso propósito é continuar gerando receitas aos nossos parceiros e termos consumidores atendidos em suas demandas, com produtos de qualidade e eficientes”.



BRAZZO
EDER OLIVEIRA – DIRETOR NACIONAL DE VENDAS DA BRAZZO

“Na Conexão levamos o nosso line-up com diversos produtos recomendados pela ABRADIT, além de toda a digitalização do Pós-Venda pela Mobato, nossa empresa que terceiriza esse serviço. Em 1 ano e meio de parceria com a ABRADIT tivemos um crescimento vertiginoso. O nosso planejamento para 2024 é acelerar ainda mais o crescimento nos clientes que já são nossos parceiros e para aqueles que ainda não são, faremos o convite para que conheçam o trabalho da Brazzo. Temos um time de campo formado por 180 consultores especialmente treinados para atender as Concessionárias”.

ASSÍSTIA/CARGLASS
MARIO HELMEISTER – DIRETOR COMERCIAL DA ASSÍSTIA/CARGLASS

“Estamos no segundo ano de Conexão ABRADIT, um evento importante para apresentarmos nossas soluções e produtos para toda a Rede Toyota. Nesta edição, o destaque é o Assístia Plano Auto, um produto que traz serviços automotivos que são comuns no dia a dia, uma necessidade latente do cliente que está comprando um carro. Agora, a Rede Toyota pode oferecê-lo e fomentar os negócios do Pós-Venda. Também estamos discutindo com a Toyota uma evolução do produto para que esteja ainda mais alinhado com as demandas da Montadora e desta forma, podemos entrar ainda mais na jornada do cliente”.



MOOVE
FÁBIO SANZ – GERENTE DE CONTAS CORPORATIVAS DA MOOVE

“Estamos com os lubrificantes feito para os veículos Toyota, linha genuína homologada e aprovada, que garante mais proteção e vida útil dos motores. Estamos vindo de uma campanha de produtos bem bacana, que acabamos de fazer com a Rede e junto com a equipe de Motorsport. Estamos com a Toyota há pelo menos 25 anos. É uma parceria global de longa data, bastante sólida, e com a ABRADIT não é diferente, estamos sempre apoiando todas as iniciativas e trabalhando junto. O ano de 2024 promete alguns desafios. Estamos discutindo um plano de ação para apoiarmos a Rede no desenvolvimento e no crescimento de lubrificantes como um todo”.



DEALERNET
SÉRGIO RODRIGUES – CEO DA DEALERNET

“Estamos apresentando a Academia Dealernet, que é para levar atualização aos clientes e colocá-los a par das inovações dentro do universo da transformação digital. Além disso, permite que se tenha acesso a todo o conhecimento na hora que desejar, uma vez que é EAD – educação a distância. Outra novidade é o fast report, com mais de 90 indicadores, possibilitando personalizar o perfil na gestão das Concessionárias. Para 2024, trabalharemos com a Inteligência Artificial tendo um olhar preditivo, ou seja, em que é possível identificar quais os melhores caminhos e como tomar as melhores decisões”.



INTEROZONE BRASIL**LUIZ GUSTAVO NASCIMENTO – DIRETOR COMERCIAL DA INTEROZONE BRASIL**

“Há mais de 10 anos somos parceiros da Toyota e da ABRADIT. Temos uma presença muito forte com os nossos equipamentos de oxisanitização, a tecnologia de ozônio. Possuímos a patente do cartão magnético do sistema de ozônio, além da oxisanitização e estamos com toda a linha automotiva de químicos. A perspectiva para 2024 é que posamos cada vez mais alavancar os resultados. Fizemos uma mudança de mindset e procuramos entender as necessidades dos Concessionários e do consumidor por meio de um trabalho que busca qualidade. Oferecemos um pacote de valores com benefícios e serviços para a revisão dos veículos. Isso vem fazendo com que perpetuemos a nossa marca dentro da parceria com a Toyota e ABRADIT”.

**MOBIAUTO****AMANDA JUNQUEIRA – DIRETORA COMERCIAL DA MOBIAUTO**

“É a nossa primeira participação na Conexão. Apresentamos o Mobi GPT, Inteligência Artificial voltada para veículos. Dada a visibilidade da Toyota, para nós é um portfólio maravilhoso tê-la entre os nossos clientes. Queremos cada vez mais estar próximos da ABRADIT para que todo o Brasil esteja com a Mobiauto. Esperamos que, em 2024, estejamos juntos, novamente”.

WÜRTH**ALEXANDRE BATISTA SILVA – EXECUTIVO DE VENDAS DA WÜRTH**

“Apresentamos um kit revisão, higienização do ar-condicionado e limpeza do filtro de partícula. São produtos que trarão benefícios para o cliente e valor agregado para os Concessionários. Essa parceria com a ABRADIT é muito importante para a Würth e por meio dela conseguimos adentrar com os nossos produtos nas Concessionárias. A ideia é expandir nossa presença na Rede Toyota”.

**SPEDO****ALEXANDER SCARANTI – DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO DA SPEDO**

“Em 2023, a novidade no D-Check foi a abertura da Ordem de Serviço. A partir do momento que é feito o checklist, como está vinculado ao DMS, é feita a leitura de dados e a abertura da Ordem de Serviço, em poucos cliques. Para 2024, haverá o OFIC 2900, que é o acompanhamento de todo o veículo dentro da oficina com a inclusão dos serviços adicionais”.



OIC
OTTO JÚNIOR – ÁREA COMERCIAL DA OIC (OPTICAL IMAGING COMERCIAL)

“O e-commerce de peças originais da Toyota – Peças Rede Toyota – já conta com 52 Concessionárias comercializando por meio da plataforma e temos uma fila de Concessionárias para entrar. Trouxemos algumas novidades que fomos entendendo ao longo do caminho e que eram atualizações necessárias. O portal está mais robusto para trabalhar tanto no B2C quanto no B2B, existem ferramentas específicas para trabalhar com B2B trazendo agilidade e transparência na relação comercial com oficinas, lojas de peças e frotistas. Trouxemos mais um parceiro para o módulo de pagamento e no módulo de logística, é uma plataforma que está crescendo e ganhando novidades a cada mês. Em 2024, pretendemos ampliar a base de Concessionárias, pois faltam poucos estados para completarmos a cobertura nacional, e podermos estar presente perto do cliente, entregando a peça correta na casa dele quando ele precisa”.



Os patrocinadores das cotas master e gold participaram do evento presencialmente, com um estande e puderam ter contato direto com todos os participantes.



FOTOS: DIVULGAÇÃO ABRADIT