



Encontro em Guatemala. O Lexus Meeting reuniu o board de 10 países, os principais executivos regionais e o Presidente Mundial da Lexus, Takashi Watanabe

LEXUS REALIZA CONVENÇÕES REGIONAIS PARA ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

Em Guatemala e Buenos Aires, a marca premium da Toyota, realizou suas Convenções Regionais e traçou as estratégias para a América Latina

Por: **LIA FREIRE**

Guiada pela filosofia de criar experiências surpreendentes e extraordinárias, a Lexus mantém o objetivo de fabricar veículos que façam os clientes sorrir, oferecendo a melhor experiência, seja na compra de um carro ou na aquisição de serviços.

A marca Lexus segue crescendo globalmente, em 2023, atingiu o seu recorde de vendas com 824.258 unidades comercializadas, representando um crescimento de 132% em

relação a 2022. A América Latina fechou 2023 com 3.700 unidades vendidas e se mostra um mercado com muito potencial.

Regionalmente também houve recorde de vendas e, no Brasil, foram 894 unidades vendidas, em 2023, o que representa um crescimento de 128% em relação a 2022. “No mercado brasileiro queremos ultrapassar os limites para criar experiências, trabalhando três grandes pilares: inteligência, eletrificação e diversificação. Avançaremos nas novas tec-

nologias eletrificadas em 2024 e, nos próximos anos, ofereceremos a diversidade de produtos e serviços que melhor atendem as necessidades dos nossos clientes. Mais que um carro, a Lexus é uma marca inovadora de lifestyle, sempre buscando ultrapassar os limites”, declara a head da Lexus no Brasil, Nancy Aline Serapião.

Para definir as estratégias de 2024 e para os próximos anos na América Latina, a marca promoveu entre os dias 06 e 08 de fevereiro, na Guatemala, o Lexus Meeting, reunindo o board dos países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Costa Rica, República Dominicana, Guatemala, Panamá, Peru e Paraguai, além dos principais executivos regionais e o Presidente Mundial da Lexus, Takashi Watanabe.

Também presente na Convenção, Nancy contou que na ocasião foram tratados temas relacionados ao futuro e a direção da marca, tanto globalmente, quanto regionalmente.

AS PROJEÇÕES E NOVIDADES PARA O MERCADO BRASILEIRO

Para este ano, a meta é que no mercado brasileiro sejam comercializados mais de 1.000 veículos Lexus, podendo chegar a 1.200 unidades. A marca continuará reforçando os seus investimentos no Brasil, trazendo novos modelos e tecnologias que apoiarão sua estratégia de ter múltiplas opções para a escolha dos clientes. “Continuaremos focados em ser a marca número 1 em experiência do cliente. Teremos novidades de produto, mas que ainda não podemos divulgar e reforçaremos nossa Cadeia de Valor com mais opções de serviços e acessórios, inclusive, lançaremos em abril a coleção lifestyle, composta por jaquetas, polos, itens esportivos, canecas, entre outros itens da boutique Lexus. Os clientes poderão “literalmente” vestir a nossa marca”, avisa Nancy.

Em relação à Rede de Concessionárias Lexus, no Brasil, o objetivo é consolidar as 10 operações, fortalecendo a marca e o relacionamento com o cliente para, futuramente, avaliar a necessidade de estar presente em mais algum estado ou cidade.

Por falar em Concessionárias, está previsto para o mês de abril a inauguração da loja flagship em Brasília, do Grupo Águia Branca. “A inauguração acontece oficialmente no início do mês de abril. Estamos muito felizes com esse novo capítulo da marca, com essa nova estrutura para atendermos ainda melhor nossos clientes. O time da Lexus

Brasília já está atendendo e, antes mesmo de abirmos a loja, já temos conquistado vários e importantes clientes na capital do Brasil”, afirma Nancy.

BUENOS AIRES SEDIA A CONVENÇÃO REGIONAL DA LEXUS COM TODOS OS CONCESSIONÁRIOS DA AMÉRICA LATINA

De 10 a 13 de março, Buenos Aires, na Argentina recebeu os titulares da Rede Lexus de toda a América Latina e, claro, do Brasil, maior País da região - com 25% de market share - foi representado pelos titulares e diretores de sua Rede de Concessionárias, além dos executivos da marca, no Brasil.

O evento também foi marcado por alinhamentos estratégicos, troca de experiências e muitas conversas para o crescimento da Lexus na região. “Reforçamos nosso compromisso com a marca no Brasil e continuaremos investindo em 2024, visando melhorarmos nossas operações”, enfatizou a head da Lexus do Brasil, Nancy. 📸



A Convenção Regional da Lexus, realizada na Argentina, em março, foi marcada por alinhamentos estratégicos, troca de experiências e muitas conversas