



Convidados do Brasil e TLAC participam da 2ª Convenção Nacional de Mobilidade KINTO

KINTO REALIZA A SUA SEGUNDA CONVENÇÃO NACIONAL

Quatro dias de imersão no universo de mobilidade da Toyota

Por: **LIA FREIRE**

Entre os dias 03 e 06 de junho, a KINTO recebeu nas instalações da Toyota, em Sorocaba, no espaço Visitor Center da Toyota do Brasil, 204 participantes para a sua segunda Convenção Nacional. Deste total de participantes, 180 foram convidados do Brasil, representando mais de 90 Concessionárias com integrantes das áreas Comercial e de Operações, entre Gestores e Consultores de Mobilidade KINTO e 24 participantes da KINTO TLAC, de países como Chile, Peru, Uruguai, Venezuela, Colômbia, Panamá, Nicarágua, El Salvador, Honduras e Argentina. A abertura do evento foi conduzida pelo Gerente de Operações da KINTO Brasil, Diego Vianna, teve mensagem do CEO TLAC e da KINTO Brasil, Rafael Chang; participação do Presidente da Toyota do Brasil,

Evandro Maggio, do Regional Officer da KINTO Brasil, Roger Armellini e do CCO da KINTO Brasil, Vladimir Centurião.

QUESTÕES OPERACIONAIS E COMERCIAIS

A 2ª Convenção de Mobilidade da KINTO teve 60% do seu conteúdo focado nas questões Operacionais e 40% na área Comercial. “No âmbito Comercial apresentamos as novidades do sistema KINTO, que agora proporciona à Rede mais autonomia para controle dos leads e transferência de carteira de clientes. Na ocasião, também destacamos as oportunidades com a nova RAV4 plug-in e as condições para o Corolla Sedan e Corolla Cross MY25”, citou Centurião, acrescentando que a política de crédito KINTO foi outro

tema tratado, ao esclarecer o perfil de cliente mais aderente a atual estratégia. Já na área de preços foi possível exemplificar as melhores práticas de pedido de precificação.

Em relação às questões operacionais foram abordados temas relacionados à logística e as melhorias implementadas no processo de retirada de telemetria e redução de lead time na entrega de veículos, além de enfatizadas algumas pendências que estão sendo trabalhadas. Em Manutenção, apresentadas as melhorias nos processos entre KINTO, Concessionárias e clientes. Com relação ao Atendimento, a regionalização dos especialistas de frota foi um ponto bastante elogiado, representando um diferencial competitivo do serviço que culmina no melhor atendimento ao cliente (NPS). “Também apresentamos o novo portal de Seminovos que será lançado no início do segundo semestre. Além do estoque de veículos, a Rede terá visibilidade total dos pagamentos das comissões dos Seminovos. Nos produtos, as novidades são a implementação no KINTO Share da solução de reconhecimento facial na entrega de veículo, a partir da primeira quinzena de julho e no KINTO One Personal apresentada nova ferramenta de leitura instantânea de imagem e CNH”, explicou Centurião.

TOYOTA É KINTO E KINTO É TOYOTA

Nesta segunda edição da Convenção, a tônica foi fortalecer a mensagem de que Toyota é KINTO e

KINTO é Toyota, bem como, reforçar o conceito da segunda roda da estratégia da Toyota em que a KINTO, focada na mobilidade, representando um dos pilares da Cadeia de Valor, cria oportunidades de negócios e gera novas receitas para as Concessionárias. Além disso, a Convenção buscou promover a colaboração e a integração entre a KINTO e a Rede, garantindo uma escuta ativa das necessidades e desafios.

Para o CCO da KINTO Brasil, o balanço desta Convenção foi bastante positivo e validou que a companhia está no caminho certo. “A KINTO reforçou a sua disposição e oportunidade de trabalhar em conjunto com as Concessionárias. A mensagem de que todos fazem parte de um único time foi enfatizada, incentivando uma colaboração mais estreita e eficiente”.

A divisão dos participantes em turmas menores durante a Convenção foi bem recebida pela Rede, proporcionando benefícios como mais interatividade, foco e engajamento. Essa iniciativa permitiu conexões entre as áreas da KINTO e das Concessionárias, de modo que o conteúdo trouxe visibilidade e aprendizado de todos os negócios e processos da KINTO, como também oportunidades de networking entre os participantes. “Como resultado do evento, realizamos uma pesquisa de satisfação entre os participantes e os dados coletados revelaram um impressionante índice de 97% de satisfação”, vibra Centurião. ➡



A Convenção teve 60% do seu conteúdo focado nas questões Operacionais e 40% na área Comercial

ATUAL MOMENTO DA KINTO DO BRASIL

“A KINTO está em um momento crucial de solidificação de sua base em direção a um crescimento sustentável. As mudanças positivas trazidas pela nova Diretoria e gerência são evidentes, com um foco na prospecção de novos clientes e no ajuste de pontos comerciais e operacionais estratégicos para a organização. Com quatro anos de mercado, a KINTO já alcançou grandes conquistas, muitas delas impulsionadas pela Rede de Concessionárias Toyota, um parceiro de negócio essencial. Atualmente, a prioridade é atrair novos clientes, consolidar os avanços obtidos até o momento para criar cada vez mais oportunidades na geração de cadeia de valor. São notórios os desafios que precisam ser vencidos nos próximos anos e, cada vez mais, é necessário fomentar o mix de veículos na operação, como o Corolla e Corolla Cross. Dessa forma, conseguiremos atrair e atender melhor um público diversificado e exigente, que busca sugestões personalizadas e veí-



O CCO da KINTO Brasil, Vladimir Centurião, em uma das apresentações

culos que atendam às suas necessidades específicas. A KINTO está focada em aumentar a satisfação do cliente em todas as etapas do processo, garantindo a solidez do negócio para oferecer serviços de qualidade superior”, afirma o CCO da KINTO Brasil, Centurião. 📌