



Participantes do 7º curso de pós-graduação Toyota Dealer Management Program (TDMP) visitam a Richardson Toyota, em Dallas (EUA)

ALUNOS DO TOYOTA DEALER MANAGEMENT PROGRAM PARTICIPAM DE MÓDULO INTERNACIONAL NOS ESTADOS UNIDOS

Participantes do curso de pós-graduação conduzido pelo Insper visitam Toyota Motor North America, em Dallas (EUA)

Por: **ALEXANDRE POLLARA**

Na semana de 17 de março, os participantes do 7º curso de pós-graduação Toyota Dealer Management Program (TDMP), conduzido pelo Insper, embarcaram em uma jornada educativa até o coração da Toyota Motor North America (TMNA),

em Dallas, EUA.

Esta imersão no Mercado norte americano é um elemento importante dos Módulos Internacionais do curso, projetado para imergir os participantes na cultura Toyota. Durante a visita à TMNA, os alu-



Alunos do TDMP durante visita a Toyota Motor North America (TMNA)

nos tiveram a oportunidade única de desvendar as engrenagens das operações da empresa em escala global. O objetivo é proporcionar uma compreensão profunda do funcionamento interno da Toyota e absorver insights sobre os negócios, aplicando assim um dos princípios centrais da filosofia Toyota Way.

Por meio de uma iniciativa estratégica da ABRADIT e parceria com a Toyota do Brasil, o curso de pós-graduação oferecido pelo Insper é também mais uma importante ferramenta fornecida à Rede para auxiliar na preparação da sucessão dos negócios.

Com uma duração de 360 horas distribuídas ao longo de 18 meses, o programa da TDMP atrai uma turma diversificada e dinâmica. Esta turma é composta por membros chave da Rede Toyota, abrangendo desde sucessores até diretores. Além disso, profissionais de várias vertentes da Montadora, como Desenvolvimento de Rede, Vendas, Pós-Venda, KINTO (mobilidade), Banco Toyota e ABRADIT, enriquecem o programa com suas participações ativas.

Segundo Rina Xavier Pereira, Coordenadora de Soluções Educacionais do Insper e que acompanhou o grupo neste módulo nos Estados Unidos, o propósito primordial do programa é explorar os desafios operacionais e identificar estratégias eficazes para agregar valor aos negócios, incluindo os Módulos Internacionais nos EUA e Japão. “O conteúdo do curso foi cuidadosamente escolhido em co-

laboração com a Toyota Brasil e validado tanto por nós quanto pela ABRADIT. Nosso enfoque central é compreender profundamente as necessidades dos clientes, promovendo uma interação valiosa e proporcionando oportunidades de aprendizado e troca de experiências entre os Dealers e seus respectivos empreendimentos”, elucidou.

Os Módulos do curso de pós-graduação se dividem em:

- 1) Contexto e tendências globais;
- 2) Mobilidade;
- 3) Olhar para o Consumidor;
- 4) Excelência na entrega;
- 5) Comportamento do Líder;
- 6) Gestão de resultados sustentáveis.

Dentro deles está incluso o Módulo Internacional com visitas aos EUA e Japão.

PROGRAMAÇÃO EM DALLAS

O Módulo Internacional realizado em Dallas compreendeu uma programação intensiva para 40 alunos do curso, estendendo-se de segunda-feira a quinta-feira. Durante esses quatro dias, os participantes mergulharam em uma imersão profunda no mundo Toyota e no ambiente do Dealer América. Dois dias foram dedicados a aulas explorando os aspectos fundamentais e as melhores práticas da indústria automotiva. 🚗

Em seguida, um dia foi reservado para visitas técnicas em duas Concessionárias, oferecendo aos alunos a oportunidade de vivenciar de perto o funcionamento e a operação prática desses estabelecimentos na parte de centralidade do cliente, atendimento de Pós-Vendas e Digital Commerce. Por fim, o último dia do Módulo foi dedicado ao conteúdo exclusivo do Insper, alinhado ao Projeto Aplicado do curso, proporcionando uma oportunidade valiosa para a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo da semana.

“A participação no Módulo Internacional não é obrigatória; no entanto, a conexão entre as visitas realizadas e o projeto aplicado revelou-se extremamente enriquecedora”, destacou a Coordenadora de Soluções Educacionais do Insper. “Os participantes puderam transformar as ideias discutidas em sala de aula em ações concretas, identificando oportunidades de aprimoramento e implementando melhorias em suas Concessionárias”, acrescentou.

A programação tem como objetivo principal fomentar a educação e o avanço profissional dentro da Rede Toyota, alinhando-se integralmente aos princípios fundamentais do Toyota Way e oferecendo um conteúdo customizado especialmente adaptado às demandas específicas do setor automotivo. Com uma história de sucesso que se estende por mais de 15 anos, o programa tem se mostrado uma ferramenta altamente eficaz e de grande importância para o desenvolvimento tanto profissional quan-

to pessoal dos participantes.

“Essa parceria tem uma longa história, e ao longo dos anos, acumulamos diversos depoimentos que evidenciam como o curso tem sido fundamental para promover uma mudança de mindset e proporcionar um melhor entendimento do contexto atual de atendimento aos clientes no Brasil, tanto em termos de produtos quanto de serviços”, concluiu Rina Xavier Pereira.

REPERCUSSÃO DO MÓDULO INTERNACIONAL

Soraya Battistini Zanin, Gerente Nacional de Vendas da Toyota do Brasil, explicou a importância dos dois Módulos Internacionais no curso. “O primeiro, realizado nos EUA, é focado em conhecer um mercado diferente do nosso, um mercado maduro com melhores práticas que podemos trazer e, assim, abrir nossa mente para novas possibilidades”.

“Já o segundo Módulo, que será realizado no Japão, é focado na cultura japonesa e no DNA da Toyota. Todos dizem que a Toyota é muito diferente das outras Montadoras, e de fato é. Mostramos por que é diferente e explicamos a preocupação com o cliente desde o início. Depois de aprender sobre negócios e tendências no Insper, aplicamos esse conhecimento no contexto da Toyota”, relatou.

Um fato que chamou a atenção de Soraya foi o mercado de usados. “É impressionante como eles conseguem trabalhar nesse mercado de forma tão



Executivos da Lexus se apresentam durante visita dos alunos da TDMP na Concessionária



Aula de conteúdo exclusivo do Insper, alinhado ao Projeto Aplicado do curso no Módulo Internacional nos EUA

relevante. Embora seja maior que o nosso no Brasil, algumas iniciativas que vimos lá podem ser aplicadas aqui. Outro ponto é o SmartPath, que está relacionado com a jornada do cliente, algo que temos pensado na Toyota do Brasil. Precisamos digitalizar essa jornada, garantindo que a experiência digital tenha continuidade na Concessionária. Eles já estão bastante avançados nisso e têm uma ferramenta interessante. Esses dois aspectos me chamaram bastante atenção”.

“Minhas expectativas para o módulo no Japão são impressionar o grupo com o que é a Toyota. Visitei o Japão no ano passado com toda a Rede Toyota e os titulares. Tenho muito orgulho de fazer parte da Toyota, mas conhecer a história desde o princípio, o cuidado com o cliente e com a qualidade, é emocionante. Espero que eles se emocionem e passem a admirar ainda mais a Toyota como empresa. Tenho certeza de que sairão com um sentimento de pertencimento. Queremos que os titulares sintam o mesmo”, concluiu.

Caroline Sentinelo, Gerente de Desenvolvimento de Rede e Melhorias de Processos na Toyota, destacou que o Programa do Insper é parte da estratégia da Toyota para preparar a Rede de Concessionárias para o futuro. “Estamos focados em um futuro de

mobilidade, sem abandonar nossa fortaleza atual. Montamos uma grade que sustenta essa estratégia e prepara sucessores e executivos para os desafios futuros. O Módulo Internacional faz parte dessa estratégia como benchmarking, explorando novas oportunidades de mercado e enfrentando desafios para obter melhores resultados. Também fortaleceu o relacionamento dentro do grupo e com o pessoal da TMNA.

O Módulo nos Estados Unidos foi fantástico. Visitar o headquarter da Toyota e conhecer as instalações foi muito importante. Ouvir nossos colegas sobre suas experiências e desafios foi enriquecedor. A visita à Concessionária Lexus, com uma operação moderna e focada no cliente, chamou muito a atenção”.

Caroline está ansiosa para o Módulo no Japão que ser realizado na primeira semana de outubro. “Nos Estados Unidos, vimos programas para sermos mais competitivos e oportunidades de negócios. No Japão, queremos envolver as novas gerações de sucessores e executivos na cultura japonesa e no DNA da Toyota, criando uma ligação forte com a marca. Ver a magnitude da Toyota em termos de escala e tecnologia e entender a importância de nossa nova estratégia de mobilidade será essencial”, finalizou. 📸