



Clientes conhecem a tecnologia híbrida Toyota e realizaram test drive durante o evento Customer Omotenashi, promovido em agosto

TOYOTA ELEVA O NÍVEL DE RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

Após quatro anos da implantação de importantes mudanças estratégicas na maneira de se relacionar com os consumidores, a Toyota atinge ótimos índices e resultados, comprovando a eficiência das iniciativas

Por: **LIA FREIRE**

Desde 2020, quando internalizou todo o Atendimento ao Cliente e substituiu a tradicional estrutura do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) pela Central de Relacionamento com o Cliente (CRC) e, assim, adotou a postura de agir preventivamente para solucionar problemas, melhorar processos, produtos e promover o relacionamento com os clientes, a Toyota e, conseqüentemente a Rede de Concessionárias vêm atingindo ótimos resultados e índices.

Os dados obtidos pela Toyota por meio dos seus

clientes são usados para que a Montadora possa decidir suas estratégias, tomar decisões e realizar as mudanças necessárias e, não somente contemplar as demandas. “Precisamos entender as principais queixas e as razões que levaram os clientes a fazê-las, com isso utilizamos a “voz do cliente” como combustível para agirmos”, afirma Thiago Keiji (TK), Gerente de Serviços Técnicos da Toyota do Brasil.

A JORNADA DE TRANSFORMAÇÃO

Neste processo de transformação da área de

Atendimento ao Cliente, o foco não é exclusivo no Relacionamento com o Cliente. “Estamos trabalhando em quatro pontos dentro do Customer Relation: Cultura Organizacional, Processos, Tecnologia e Satisfação do Cliente. Para que haja sustentabilidade nas operações precisamos: ouvir, entender, alinhar, monitorar e agir”, pontua TK.

Na questão da Cultura Organizacional, o objetivo da Toyota é estar cada vez mais próxima da Rede por meio das lives e reuniões com os back offices das regiões, capacitar as equipes com atualizações de novos serviços e produtos, engajá-las por meio de reuniões mensais e participações em eventos Omotenashi.

Em Processos, a Montadora acompanha os KPIs em real time para as tomadas de ações mais rápidas e eficazes, fazendo uso do TPS Office – Toyota Production System em que aplicam as metodologias que compõem o DNA da Toyota de eficiência. “Fizemos um projeto focado na área de Relacionamento com o Cliente para melhorar a experiência. Assim temos controle das principais reclamações dos clientes para ajuste de fluxos e processos, sendo nosso propósito solucionar o problema em até seis dias.

Promovemos reuniões com o Diretor Comercial da Toyota do Brasil, José Ricardo Gomes e com o Gerente Geral de Pós-Venda da Toyota do Brasil, Jorge Mussi em que discutimos o que acontece com a ‘voz do cliente’ no Relacionamento com o Cliente e nas plataformas como, Reclame Aqui e Consumidor.Gov, reunimos todas as informações e avaliamos mês a mês quais são as principais queixas e como estamos evoluindo em relação aos temas”, explica.

Sobre Tecnologia, a Toyota está em processo de evolução constante, em busca de melhorar a satisfação do cliente. Pensando nisso, foi feito na área um grande investimento em tecnologia, incluindo plataformas de mídias sociais, nova telefonia, no aplicativo da Toyota, atualização no site com assistente virtual e em um novo CRM com integração dos sistemas, visando melhorar ainda mais a experiência tanto do cliente, quanto do colaborador.

Na Satisfação do Cliente, dentro da área de Relacionamento com o Cliente, a Toyota, como já mencionado, vai além do atendimento. “Em casos de reclamações, em conjunto com a Concessionária, buscamos a melhor solução para superar as expectativas e fidelizar os clientes. Chamamos esses



Em mais uma ação Customer Omotenashi, a Toyota levou um grupo de clientes para conhecer as suas plantas industriais, dentre outras atividades realizadas

casos de Cases de Sucesso. Aliás, a nossa área, hoje em dia, está trabalhando muito mais próxima dos Dealers. Promovemos as Reuniões Regionais e aprimoramos os relacionamentos com as áreas internas, sempre com o senso de urgência que o cliente demanda para que assim possamos resolver e atender com qualidade”, esclarece TK.

ATENDIMENTO HUMANIZADO

A Concessionária Kurumá, de Linhares (ES), deu um bom exemplo de como conduzir e humanizar o atendimento, minimizando o inconveniente de um cliente que deixou o carro para reparo técnico e teve outros contratemplos. Neste período, a esposa do cliente, que estava grávida, precisou ficar internada. Para os deslocamentos até o hospital o cliente pegou um carro emprestado com familiar, mas sofreu um sinistro. Diante da situação, ele entrou em contato com a Concessionária para pedir agilidade no reparo, uma vez que precisaria do veículo para acompanhar a sua esposa no hospital. Foi então que a loja concedeu um veículo reserva até a finalização do serviço. Ao ir buscar o seu veículo na Concessionária, ainda foi surpreendido com a entrega de uma cesta com itens para recém-nascido em homenagem à sua filha. O cliente ficou extremamente feliz, gerando ainda mais confiança e preferência pela marca.

CUSTOMER OMOTENASHI

Compondo esta jornada de atendimento e visando a Satisfação do Cliente, a Toyota criou o Customer Omotenashi, em que o principal foco é proporcionar momentos inesquecíveis aos clientes. Neste evento eles participam de um bate-papo com a diretoria, realizam um tour na planta para conhecer a produção de veículos, além de realizar test drive.

Em agosto, a Toyota promoveu a edição mais recente do Customer Omotenashi e reuniu nove clientes, vindos da Bahia, Goiás, Espírito Santo, São Paulo e Santa Catarina, que conheceram as plantas de Porto Feliz (SP) e Sorocaba (SP), conversaram com os executivos, além de conhecerem em detalhes sobre a tecnologia híbrida da Toyota e todas as soluções da Montadora para uma mobilidade 'limpa'. “Eles tiveram a oportunidade de praticar boas práticas de utilização de um veículo híbrido em nossa pista de testes. Com essa atividade mais uma vez buscamos fortalecer o elo com os nossos clientes, não só em proporcionar a melhor qualidade em produtos e serviços, mas também em momentos únicos e inesquecíveis”, reforça o Gerente de Serviços Técnicos da Toyota do Brasil..

FÃS DA MARCA

A principal transformação desta jornada da Toyota é que se antes todos os esforços visavam manter no centro das operações o produto, agora concentram-se



O pequeno Théo, um superfã da Toyota, e a sua família foram convidados para visitar a fábrica, conhecer os carros e o museu da marca



Prestes a completar 4 anos, Théo ganhou um macacão da equipe Gazoo Racing, boné e miniatura de carros

no cliente, tornando-o um apaixonado pela marca. “Com isso, começamos a receber contatos de fãs da marca. Um destes contatos chegou via e-mail ao CR e foi de uma mãe de um garotinho chamado Théo, de 3 anos. Ela estava prestes a realizar a festinha de aniversário de 4 anos da criança e queria uma ajuda para criar uma decoração com a temática da Toyota, pois o seu filho é um fã da marca e encantado pelo Corolla da família. Pensando na experiência do Théo, fomos além de uma simples resposta de e-mail. Convidamos a família para passar o dia na fábrica de Sorocaba, para conhecer a produção, os carros, o museu etc. O garotinho ganhou presentes como um macacão de piloto da equipe Gazoo Racing, boné e carros miniatura da marca. Foi um dia incrível”, recorda TK.

Acesse o QR Code e confira como foi o evento exclusivo que a Toyota realizou para celebrar o Dia do Cliente.



A Concessionária Kurumá, de Linhares (ES), aposta no atendimento humanizado

TOYOTA É VENCEDORA DO PRÊMIO RECLAME AQUI 2023

O Prêmio Reclame AQUI é a mais importante premiação de atendimento e reputação do Brasil. A Toyota foi eleita em 2023, “A melhor empresa para o consumidor – Montadora de Veículos” e conquistou a certificação RA1000 - que reconhece as empresas que oferecem um atendimento de excelência aos seus clientes, mantendo essa certificação neste ano de 2024. “Esse resultado, sem dúvida alguma, reflete positivamente em nossa marca e negócios. Não poderíamos deixar de reconhecer que tivemos importante apoio dos clientes, das Concessionárias e dos colaboradores para chegar neste resultado”, ressalta o Gerente.

Na edição 2024 do Prêmio Reclame AQUI, a Toyota está concorrendo em três categorias: Montadoras de Veículos, Montadoras de Veículos (Pick-Up e Off-Road) e Veículos por Assinatura. “Contamos com o apoio de todos para continuarmos fazendo história em 2024”, conclui TK. 📱

