



FOTO: NEWLAND/DIVULGAÇÃO

Ao longo dos últimos meses, a Rede de Distribuidores Toyota vem estruturando e investindo na área de Vendas Diretas

REDE TOYOTA ESTRUTURA A SUA ÁREA DE VENDAS DIRETAS

De acordo com os dados divulgados pela Toyota do Brasil, na primeira quinzena de agosto, cerca de 62% das Concessionários possuíam uma gestão dedicada às Vendas Diretas

Por: **LIA FREIRE**

Assim como a estrutura do departamento de Vendas Diretas (VD) da Toyota do Brasil foi reformulada e agora conta com dois Coordenadores, Dante Lage Barbosa e Murilo Golfetti, a Rede de Distribuidores Toyota também vem se preparando e se estruturando ao longo dos últimos meses.

O Coordenador de Vendas Diretas da Toyota do Brasil, Responsável pelo Planejamento de Vendas Di-

retas e pelas Vendas dos canais Small Business, Dante Lage Barbosa, afirma que a continuidade das políticas e processos que a Toyota tem implementado, vem garantindo aos Dealers a consistência necessária para que invistam em mão de obra dedicada e isso tem se refletido na melhoria dos resultados das operações.

Com o aumento do volume, a recomendação da Toyota é que a Concessionária tenha uma ges-

tão dedicada ao departamento de Vendas Diretas. “O Gestor precisa ter foco na unidade de negócio, buscando maximizar o resultado com ações específicas para cada canal de VD. Também estamos elaborando um guia de estrutura com base em potencial de mercado que servirá como referência para que a Rede possa se planejar, buscando sempre a satisfação do cliente de Vendas Diretas.”

“A Rede é o principal pilar da estratégia da Toyota para a área de VD. Temos espaço para continuar crescendo de forma sustentável”, Dante L. Barbosa, Coordenador de Vendas Diretas da Toyota



FOTO: TOYOTA/DIVULGAÇÃO

ATUAÇÃO

Com um time de campo mais atuante, a Toyota do Brasil vem realizando os GEMBA. “O retorno tem sido muito positivo, pois com os feedbacks da Rede compreendemos as particularidades dos negócios, as necessidades e buscamos as melhorias. Baseados no que vimos, confirmamos o sucesso da estratégia de Vendas Diretas implementada neste ano e aprimoramos processos”, cita Dante.

Vale ressaltar que após o mapeamento das oportunidades de melhorias com foco em pessoas, processos, sistemas e condições comerciais, há três importantes pontos a serem destacados que vêm sendo trabalhados:

- 1) melhoria do atendimento e comunicação com os Concessionários para direcionamento e divulgação da estratégia do mês (Reunião Nacional / Regional de VD);
- 2) mais transparência nos processos de Vendas Diretas - Delivery Plan, disponibilidade do volume de VD para os próximos meses;
- 3) lançamento do Manual de Vendas Diretas e Power BI VD - uni-

ficação dos relatórios para facilitar análises do gestor/titular para tomadas de decisões dos Concessionários.

Por outro lado, ainda há importantes pontos de atenção, como o sistema que é usado tanto pela Rede quanto pelo setor de Vendas Diretas da Montadora, que requer uma modernização e já está em tratativa pela área de Tecnologia da Informação. “Além disso, o treinamento e a capacitação dos colaboradores da Rede é um ponto chave para continuarmos atingindo os objetivos, com menor índice de retrabalho. Por este motivo lançamos o 1º curso para os Consultores de VD dos Concessionários e temos a intenção de lançar o 2º módulo presencial em 2025”, conta Dante.

PROPÓSITO DO NEGÓCIO

De acordo com o Coordenador de Vendas Diretas da Toyota, o principal objetivo da Montadora é o cumprimento das metas estabelecidas e a consolidação da relevância da unidade de negócio. “Com a estratégia de equilíbrio entre Varejo e Vendas Diretas, buscamos um crescimento

sustentável e estamos atentos às mudanças do mercado, analisando possíveis produtos e/ou políticas que garantam a rentabilidade e compatibilidade do segmento que atuamos. Lançamos recentemente a Hilux STD Power Pack AT com câmbio automático e preço competitivo, mantendo o percentual de comissão e de desconto para clientes produtores rurais e de pequenas frotas através de Vendas Diretas. Movimentos como estes reforçam o nosso direcional e teremos outras novidades que impulsionarão ainda mais os negócios”, anuncia.

Atualmente, as Vendas Diretas representam 32% do volume total da Toyota do Brasil e a projeção é chegar a 35% em 2024, sendo que no mercado brasileiro a representatividade de Vendas Diretas é de 50%. Dante acrescenta: “a Rede é o principal pilar da estratégia da Toyota para essa área de negócios. Temos espaço para continuar crescendo de forma sustentável e com uma ótima rentabilidade para ambos. Por isso, é fundamental que todos estejam estruturados e com estratégias alinhadas para uma operação igualmente assertiva.”

PONTO DE VISTA DA REDE

Os Grupos Rodobens, Newland, Parvi e Águia Branca falam de suas estruturas e da representatividade da área de Vendas Diretas para os negócios.

FOCO NOS CLIENTES FROTISTAS E GRANDES LOCADORAS

A área de Vendas Diretas contribui significativamente para o GBV - Gross Booking Value do Grupo Rodobens, representando 44% do total de vendas da companhia. Com 16 Concessionárias Toyota, a empresa tem um Gestor Nacional de Vendas Corporativas, quatro Gerentes de Vendas Corporativas e 19 Consultores de Vendas Corporativas, dentro os quais sete são dedicados à KINTO, além do time de backoffice.

O Gerente Nacional de Vendas Corporativas da Rodobens, Wellington Acácio Vieira da Silva, diz que o principal foco da empresa são os clientes frotistas e grandes locadoras localizados em Belo Horizonte, com destaque para a Hilux, embora o Small Business venha ganhando evidência. “Desde o segundo semestre de 2023 temos desenvolvido o negócio de Small Business (táxi, PCD, produtor rural e pequenas frotas), que é fortalecido pelo agronegócio no centro-oeste do Brasil.”

O Grupo Rodobens tem investido em feiras de negócios, mídia patrocinada, aumento do quadro e capacitação da equipe para impulsionar a área de Vendas Diretas, além disso, está em Belo Horizonte com um pátio de 45 mil m² com capacidade de 1.200 veículos para realizar os serviços de instalação de acessórios e preparação.

Francisco Augusto da Silva Sanches, Gerente Nacional de Automóveis do Grupo Rodobens declara que hoje, o maior desafio é tracionar o serviço de Mobilidade (KINTO) dentro do universo das vendas corporativas que sempre



A área de Vendas Diretas representa 44% do total de vendas do Grupo Rodobens

foi dominado por Vendas Diretas. “Por essa razão temos trabalhado a capacitação da equipe dedicada à Mobilidade, deixando cada vez mais natural a argumentação das vantagens do uso frente à posse. Outro desafio é que também estamos tendo que lidar com a taxa de juros no mercado de automóveis – que está aquém da expectativa - e o crédito bancário, mais criterioso. Como forma de contornar tais dificuldades, temos oferecido outras soluções financeiras aos clientes, tais como, o Consórcio. Além disso, contamos com o suporte da Toyota para alavancar os negócios. A Montadora vem trazendo condições comerciais mais atrativas, prazos de entrega menores e aposta em lançamentos focados no público de Vendas Diretas, como exemplo, a recém-lançada Hilux Power Pack Automática.”

EQUIPE HÍBRIDA E AÇÕES EM DIFERENTES FRENTE

Atualmente, o volume de Vendas Diretas do Grupo Newland representa 30% do total das operações de vendas da companhia e 43% do volume do Varejo. A pretensão é ampliar essa representatividade e, para isso, diferentes frentes estão sendo trabalhadas.

O Diretor Comercial da Newland Toyota, Diego Monteiro, diz que há um plano de mídia específico com campanhas direcionadas para cada segmento. Além de touchpoints, eventos e ações de relacionamento nas lojas que possibilitam a empresa conhecer ainda melhor cada cliente. “Estamos presentes também em diversas ações externas. Participamos de praticamente todas as feiras agro da nossa região e desta forma criamos relacionamento com

FOTO: RODOBENS/DIVULGAÇÃO

FOTO: NEWLAND/DIVULGAÇÃO



“Os nossos esforços estão direcionados para aumentar o Value Chain do departamento de Vendas Diretas”, Diego Monteiro, Diretor Comercial da Newland Toyota

os produtores rurais e pequenos comerciantes; incentivamos as iniciativas dos taxistas e promovemos constantemente café da manhã com os sindicatos e principais pontos de táxi das cidades onde

atuamos e há as ações de relacionamento com o público PCD por meio de campanhas, eventos e a parceria com influenciadores digitais PCD. Pretendemos aumentar ainda mais o departamento com

FOTO: NEWLAND/DIVULGAÇÃO



Encontros com taxistas e café da manhã com o sindicato da classe estão entre as ações promovidas pelo Grupo Newland

atendimento personalizado para o segmento, seja PCD, taxistas, produtores rurais ou frotistas.”

A Newland mudou a tradicional forma de atendimento e aplicou a metodologia PDCA (Plan - Do - Check - Act/Adjust – que está embasada em quatro estágios: planejar, fazer, verificar, agir/ajustar) e afirma que atualmente está na fase “Check’, ou seja, de verificar as mudanças. “Para o atendimento no showroom das nossas lojas, capacitamos 100% das equipes para se tornarem híbridas, ou seja, os Consultores de Vendas atendem Varejo e Vendas Diretas, portanto, dentro deste novo projeto, temos uma adesão de 50% das equipes que já vendem 40% de Vendas Diretas sob o volume de Varejo”, explica Diego.

Recentemente, o Grupo investiu em uma equipe externa dedicada às Vendas Diretas que responde a três Supervisores Regionais de Vendas Diretas/Mobilidade. São 10 vendedores atuando nos estados do Ceará, Piauí e Paraíba nos segmentos: frotistas, taxistas, produtores rurais e pequenos comerciantes.

Segundo o Diretor Comercial, agora o desafio está em aumentar o Value Chain no departamento. Como as Vendas Diretas trabalham com prazos de entrega mais longos do que os do Varejo, o cliente passa por mais tempo ‘longe’ da Concessionária. “Estamos elaborando um projeto para minimizar o tempo de contato, aumentando assim nosso resultado na cadeia de valores. Para os clientes externos, estamos atuando junto ao Banco Toyota para levar a melhor solução de financiamento e agregados junto ao contrato. A Toyota vem direcionando volumes de carros com descontos jamais praticados. A carta comercial agressiva e o alinhamento constante da Montadora com a Rede em relação às Vendas Diretas têm sido fundamentais”, afirma Diego. ➡



FOTO: GRUPO PARVI-TOYOLEX/DIVULGAÇÃO

“Nossa atuação se concentra em oferecer soluções customizadas, prazos diferenciados e condições exclusivas”, Renato N. Sousa, Diretor Comercial da Toyolex

ATENDIMENTO PERSONALIZADO E DIFERENCIADO

“Em parceria com a Toyota do Brasil estamos em um movimento para que a área de Vendas Diretas tenha cada vez mais representatividade em nossas operações. Entendemos que este negócio é uma operação extremamente rentável, pois não temos investimento de capital em estoque, custo de armazenamento e, o principal, enxergamos como uma oportunidade de receita adicional nos dando mais fôlego para cada vez mais sermos competitivos no varejo. Hoje já estamos com um volume de vendas mensal praticamente equilibrado entre Varejo

e Vendas Diretas”, declara Renato Nogueira Sousa, Diretor Comercial da Toyolex – Grupo Parvi.

A Toyolex conta com uma gestão, equipe e estrutura independente e direcionada para o negócio de Vendas Diretas. A estratégia é a fidelização deste público para fortalecer cada vez mais a marca em suas Concessionárias. “Nosso maior canal de captação de clientes para o departamento vem de forma digital, assim utilizamos sistemas de gestão de CRM para termos uma melhor conversão. Com um time dedicado exclusivamente para as Vendas Diretas, os consultores estão treinados para atender clientes corporativos, frotistas, taxistas, produtores rurais,

PCDs e órgãos governamentais. Com um atendimento consultivo, os profissionais entendem as necessidades de cada segmento e possuem conhecimento técnico sobre os produtos e os benefícios fiscais”, esclarece Renato.

A Toyolex também mantém parcerias com Bancos e Instituições Financeiras para oferecer linhas de crédito exclusivas, leasing, e condições especiais para empresas e grandes compradores. Outro ponto que se destaca é o setor dedicado a cuidar de todo o trâmite burocrático, como emplacamento, registro e isenção de impostos, especialmente no caso de PCDs, produtores rurais e compras corporativas. Para garantir uma logística eficiente, desde a preparação do veículo até a entrega, considerando a necessidade de grandes volumes e prazos mais curtos, a Toyolex possui uma estrutura de logística e gestão de entregas. O Pós-Venda também recebe atenção especial, há todo um suporte para manutenção, revisões e gestão de frotas, incluindo pacotes de manutenção preventiva e atendimento prioritário. Para auxiliar clientes que podem se beneficiar de isenções fiscais ou regimes tributários diferenciados, como no caso de vendas para produtores rurais e PCDs, a Toyolex tem uma área para negociação de benefícios fiscais.

Embora haja toda essa infraestrutura, o Diretor Comercial do Grupo acrescenta que o maior investimento nessa área está nas pessoas. “O relacionamento pessoal é essencial para o crescimento do setor, estamos investindo em treinamento para o nosso time e desenvolvendo habilidades para melhorarmos nossa conversão em vendas. Outro ponto importante são os incentivos e planos de carreira para mantermos o nosso time motivado em busca de novos negócios”, afirma.

“A estrutura que mantemos é



FOTO: GRUPO ÁGUIA BRANCA/DIVULGAÇÃO

O Grupo Águia Branca entregou para o programa Pronasci da SENASP - Secretaria Nacional de Segurança Pública mais de mil unidades do Yaris

fundamental para garantir agilidade, eficiência e personalização no atendimento ao cliente de Vendas Diretas, criando valor agregado e garantindo a satisfação e fidelização desse público. Nossa atuação se concentra em oferecer soluções customizadas, prazos diferenciados, condições exclusivas de pagamento e facilidades no processo de aquisição, mantendo maior proximidade com os clientes. Desejamos criar relações comerciais de longo prazo”, pontua Renato.

FORMAÇÃO E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

No Grupo Águia Branca, as Vendas Diretas têm uma participação que ultrapassa os 35% das vendas totais, atendendo a produtores rurais, taxistas, pessoas jurídicas,

PCD, grandes clientes e Governo.

A empresa mantém uma estrutura com Gerentes Regionais exclusivos e em todas as lojas há Consultores dedicados, além de uma estrutura de Vendas Diretas Central que atua como apoio para todas as lojas na centralização de pedidos, emissão e acompanhamento das comissões junto à Toyota, gerando com isso mais governança ao processo, além de toda estratégia Comercial.

Recentemente, o Grupo investiu na aquisição de veículos para test drive exclusivos para VD, em todas as suas lojas, também criou o Vendas Diretas Central, em Vitória (SP), está presente em feiras agrícolas nas regiões em que atua e iniciou uma Trilha de Aprendizagem exclusiva para toda equipe de Vendas Direta com a empresa

ProspectPro. “Temos uma visão voltada para a excelência no atendimento, assim somos motivados diariamente a estarmos próximos dos nossos clientes, seja por meio das ações touchpoints, participações em feiras ou pelas parcerias com as associações de classe, buscando entender as necessidades específicas em busca das melhores soluções. Um dos grandes desafios é a formação de profissionais para atuar nesse segmento, por isso, criamos a Universidade da Boa Performance, um programa de acompanhamento dos nossos colaboradores voltado para o desenvolvimento e a qualificação desses profissionais”, conclui Aires Valin, Head de Vendas Diretas da Divisão Comércio do Grupo Águia Branca. 📷