



Na repaginação das Concessionárias um aspecto que recebeu atenção foi a conectividade dentro dos showrooms, levando as lojas a uma importante evolução. Loja GNC, de Maceió (AL)

CONCESSIONÁRIAS TOYOTA PROPORCIONAM UMA NOVA EXPERIÊNCIA AOS CLIENTES

A conclusão do projeto de modernização da Rede Toyota eleva o padrão das lojas, enaltece a experiência do cliente, a eficiência operacional e incentiva as práticas sustentáveis

Por: **LIA FREIRE**

Iniado em 2023, o projeto de modernização das Concessionárias Toyota teve por objetivo garantir que todas as lojas 3S seguissem o novo guide. Fazendo uso de conceitos praticados em benchmarkings globais que contribuíram com importantes lições de como as filiais ao redor do mundo oferecem experiências imersivas para os clientes, no Brasil também foi adotado o conceito de Customer Centric, ou seja, colocar o cliente no centro de todas as operações, conside-

rando as necessidades e comportamentos específicos do mercado local.

A modernização foi pensada a partir deste princípio, criando um ambiente que fosse também confortável e eficiente. Desde a concepção do layout das lojas até os serviços oferecidos, tudo foi estruturado para garantir que a experiência fosse a mais personalizada, acolhedora e fluida. Esse conceito está presente nos detalhes, como na integração de espaços para interação direta



“Queremos que cada Concessionária seja um espaço de experiências, onde nossos clientes possam se conectar ainda mais com a marca, produtos e serviços”
Caroline Sentinelo, Gerente de Desenvolvimento de Rede e do Dealer Excellence na Toyota do Brasil

com os produtos, com Vendas e Pós-Venda e áreas dedicadas ao atendimento individualizado, com mais conforto e praticidade no processo de compra.

A atualização da estrutura física das lojas foi essencial para acompanhar a evolução dos produtos Toyota. Além disso, pensou-se na questão de que um ambiente de trabalho moderno e eficiente contribui diretamente para um clima organizacional mais positivo e engajado.

A Gerente de Desenvolvimento de Rede e do Dealer Excellence na Toyota do Brasil, Caroline Sentinelo, afirma que a iniciativa foi ambiciosa e enfrentou desafios significativos, como por exemplo, a implementação e integração de novas tecnologias, bem como, a capacitação e treinamento dos colaboradores, a transição para processos que o novo padrão de infraestrutura exigiu, além do planejamento da obra para assegurar o envolvimento dos fornecedores homologados, no momento correto, sem prejudicar a gestão de custos e a qualidade dos serviços durante o período da modernização, principalmente na fase da obra. “Esses esforços resultaram em melhorias substanciais na eficiência

operacional, experiência do cliente e capacidade de inovação da Rede.”

A modernização foi dividida em duas fases. A primeira que iniciou em 2023 e foi finalizada em 2024, atingindo 100% e a segunda que começa em 2025 com término previsto para dezembro de 2026, contemplando as lojas 2S (que abrange 70 unidades). Além disso, casos mais específicos estão sendo tratados para garantir que a transição seja bem-sucedida e o escopo de modernização devidamente cumprido.

A arquiteta do Desenvolvimento da Rede Toyota, Bianca Gimenez, explica que na modernização das lojas está presente o conceito da Toyota da segunda roda, representando a Mobilidade alinhada com a prática do Kaizen, proporcionando uma nova experiência para os clientes da marca, colocando-os no centro do atendimento com a introdução de um showroom digital, fazendo com que a área do cliente se torne o foco principal do showroom, onde ele acessa todos os demais departamentos da Concessionária e tem contato direto com as telas digitais.

Também na modernização está presente o Sis-

Na modernização está presente o Sistema de Produção Toyota (TPS), que enfatiza a eliminação de desperdícios, a maximização da eficiência e a entrega de produtos de alta qualidade. Loja T-Drive, da Radial (SP)



tema de Produção Toyota (TPS), que enfatiza a eliminação de desperdícios, a maximização da eficiência e a entrega de produtos de alta qualidade. “A adoção desse sistema trouxe mais eficiência operacional, principalmente na área de serviços, resultando em processos mais ágeis, redução de custos e, principalmente, melhoria no atendimento ao cliente”, cita a arquiteta.

EXCELÊNCIA NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE, EFICIÊNCIA OPERACIONAL E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Caroline, Gerente de Desenvolvimento de Rede e Melhorias nos Processos na Toyota, diz que a modernização das Concessionárias fortalece a imagem da marca, gera fidelização dos clientes e garante um crescimento sustentável para toda a Rede Toyota. Além disso, aponta três importantes benefícios: 1) melhoria na experiência do cliente já que com a introdução do showroom digital e a centralização do atendimento no cliente, proporciona uma experiência mais interativa e personalizada. Isso não só aumenta a satisfação, mas também fortalece a lealdade à marca; 2) eficiência operacional uma vez que durante o processo de análise

do projeto há a avaliação feita pela área do TPS - Sistema de Produção Toyota, contribuindo para eliminar desperdícios e maximizar a eficiência; 3) sustentabilidade com o incentivo à instalação de equipamentos como painéis solares e lâmpadas de LED, reduzindo o impacto ambiental, como também, diminui substancialmente, em longo prazo, o gasto com energia, alinhando-se à agenda global da Toyota com as práticas sustentáveis.

A Gerente complementa que já é possível perceber os impactos e benefícios positivos desde a implementação da modernização. Há o monitoramento do nível de satisfação dos clientes e os resultados têm sido animadores. Além disso, diversas ações de melhorias, tanto no showroom quanto nas oficinas têm gerado resultados positivos. “Estamos acompanhando a taxa de absorção e no Pós-Venda, a integração com as áreas de Vendas tem sido fundamental, tendo a sala de espera integrada e possibilitando oportunidades que antes não eram tão evidentes. Com o tempo, esperamos que esses benefícios se consolidem ainda mais e tragam um crescimento contínuo para a Rede. O nosso desafio para 2025 e 2026 é assegurar o uso das telas e a di-



“É importante adaptar-se às inovações tecnológicas. Neste caso, com estações de carregamento para veículos elétricos e sistemas digitais”, **Bianca Gimenez**, arquiteta do Desenvolvimento da Rede Toyota

A ABRADIT, em uma negociação inédita, conquistou importante apoio financeiro no processo de modernização das estruturas dos Concessionários. Após mais de cinco anos de intensas discussões, a Associação negociou um apoio de R\$ 570.000.000,00, para ser distribuído proporcionalmente entre os grupos econômicos, para viabilizar financeiramente a modernização simultânea em toda a Rede Toyota. “A ABRADIT, mais uma vez, cumpriu seu papel de coordenação e alinhamento dos interesses da Montadora e da Rede de Distribuição, com objetivo final de fortalecimento da Marca no Brasil e a satisfação total dos nossos clientes”, comemora Paulo Cezar de Carvalho Araujo, Diretor-Executivo da ABRADIT.

gitalização, de forma eficiente, tanto pela Rede quanto pelos clientes. O sentimento é de orgulho em relação aos avanços alcançados e de confiança para enfrentar os desafios futuros”, diz Caroline.

CONCESSIONÁRIAS CONECTADAS

Na repaginação das Concessionárias um aspecto que recebeu atenção foi a conectividade dentro dos showrooms, levando as lojas a uma importante evolução. A implementação de tecnologias digitais nos pontos de venda permite que o cliente tenha acesso às informações dos veículos, visualização de modelos e opções de personalização, além de facilitar o processo de compra. “Isso transformou a maneira como a Concessionária interage com os clientes, levando mais agilidade, transparência e praticidade para o negócio”, comenta Caroline, acrescentando que essas mudanças, tanto no aspecto visual quanto no conceitual, não só melhoraram a experiência do cliente, mas também trouxeram um impacto positivo nos resultados das Concessionárias, com um aumento na satisfação dos clientes, maior engajamento, alta qualidade e como consequência melhores resultados.

FORÇA-TAREFA

O projeto envolveu uma colaboração robusta e diversificada, contando com a participação de diferentes fornecedores homologados. Foram três escritórios de arquitetura, duas empresas especializadas em fachadas/comunicação visual, três empresas de mobiliários, duas empresas de assentos, três fornecedores de revestimentos de pisos, duas especializadas em iluminação, duas de lonas tensionadas, duas de mídias digitais e uma que configura e controla remotamente os conteúdos das telas digitais de todas as Concessionárias, garantindo a satisfação e o sucesso da modernização. Somado a isso, a equipe da Toyota, composta pelo Dealer Development (DRD) e os consultores de campo, ofereceram o apoio necessário em todas as etapas do projeto, desde a elaboração e ajustes até a aprovação final, o acompanhamento das obras e a realização de tours virtuais. “Este esforço conjunto não só garantiu a qualidade e eficiência do projeto, mas também pro-

porcionou uma visão abrangente e detalhada do progresso e dos resultados alcançados”, conclui Bianca.

A arquiteta sugere que as Concessionárias realizem pequenas atualizações e manutenções anualmente, enquanto uma revitalização mais significativa, incluindo reformas estruturais e modernização do layout deve ocorrer entre 5 e 8 anos. “É importante adaptar-se rapidamente às inovações tecnológicas, como estações de carregamento para veículos elétricos e sistemas digitais. Além disso, o feedback contínuo dos Dealers e clientes são essenciais para identificarmos áreas que necessitam de melhorias”, afirma a profissional.

EM DIREÇÃO À RETENÇÃO DOS CLIENTES

Caroline, Gerente de Desenvolvimento de Rede, afirma que o sentimento da Toyota é de gratidão e orgulho. “Há dois anos demos esse passo importante, iniciando com a gestão da Soraya Battistini e depois comigo, assumindo a gerência; Marcio Takeda, Coordenador de DRD e a Bianca como líder do projeto até a sua conclusão. Agradeço os times de DRD e de campo que estiveram envolvidos e acompanharam a implementação com muito comprometimento! Gostaria também de agradecer à ABRADIT e à Rede que apoiaram essa iniciativa desde o início e entenderam a importância dessa transformação para o fortalecimento da nossa marca. Essa parceria foi fundamental para a modernização. Nossa direção desse ano é aumentar a retenção dos nossos clientes. Sabemos que, para isso, a modernização é fundamental já que permite que possamos oferecer aos nossos consumidores uma loja moderna, clean, e acima de tudo, humanizada, criando um ambiente onde ele se sinta valorizado e acolhido em todas as etapas da sua jornada.”

A executiva reforça: “queremos que cada Concessionária seja mais do que apenas um ponto de venda. Desejamos que seja um espaço de experiências, onde nossos clientes possam se conectar ainda mais com a marca, produtos e serviços. Estamos muito felizes com os resultados iniciais e, com o apoio contínuo de todos, temos certeza de que essa modernização terá um impacto duradouro na nossa capacidade satisfazer e reter os nossos clientes.” 📱