



AS NOVAS ESTRATÉGIAS DA KINTO COM A SAÍDA DO LINE UP DOS MODELOS YARIS HATCH E SEDAN

A companhia de mobilidade da Toyota ajustará algumas direções, mantendo o foco nas principais estratégias que priorizam o desenvolvimento de negócios por meio da Rede de Distribuidores

Por: **LIA FREIRE**

Buscando um novo perfil de clientes e negócios, a KINTO Brasil traz mudanças em seu line up. Se antes, as oportunidades acabavam naturalmente aparecendo em maior quantidade para o Yaris, agora com a saída das versões Hatch e Sedan do portfólio da Toyota do Brasil, o foco se volta para os clientes do Corolla Sedan, Corolla Cross e Hilux. “Além disso, iremos trabalhar com os clientes do nosso futuro lançamento B-SUV, que será importante para essa transição e compreende a busca por um novo perfil de clientes e oportunidades”, explica Mathews Bautzer, Gerente Comercial, Pricing e Produtos da KINTO Brasil.

O Gerente afirma que a saída do Yaris - que represen-

tava cerca de 70% de volume de negócios da KINTO no Brasil, tendo uma grande relevância no segmento de frotas - não afetará as metas de crescimento para 2025. “Já realizamos o planejamento para nos adaptarmos a essa mudança e a introdução dos outros modelos Toyota será a chave para substituir a participação que o Yaris tinha em nosso portfólio. Embora a transição seja desafiadora, ela também traz oportunidades de crescimento por meio do interesse e foco no incremento da participação da KINTO entre os clientes do segmento SUV, que por sua vez contribuirá para o aumento de volume. O planejamento estratégico já leva em conta essas adaptações e seguimos otimistas com o crescimento.”

A CHEGADA DO COROLLA GLI E DO NOVO B-SUV

Neste novo cenário, a KINTO está direcionando a Rede de Distribuidores para concentrar todos os esforços na busca por diferentes tipos de negócios. O Corolla GLi e o lançamento do B-SUV serão promovidos para substituir o Yaris no portfólio da KINTO. O Corolla GLi devido ao seu custo-benefício será uma alternativa atraente para clientes corporativos e executivos. Já o B-SUV será apresentado como uma grande oportunidade de mercado, aproveitando o impacto de seu lançamento. “Focaremos em campanhas de comunicação e ações de prospecção que evidenciem os benefícios e qualidades de ambos os modelos, com o objetivo de fortalecer e buscar sempre nossa competitividade frente aos concorrentes. Além disso, estimularemos a adesão ao programa de carro por assinatura, KINTO One Personal, oferecendo soluções flexíveis que atendam às diferentes necessidades dos clientes”, cita.

De acordo com Mathews, esses modelos são essenciais para diversificar ainda mais o portfólio e fortalecer o foco no perfil de cliente de frota, atendendo a pequenas e médias empresas, empreendedores, profissionais liberais e executivos. “Embora já atendamos parcialmente esses segmentos, essas novas opções nos permitirão expandir nossa presença e oferecer soluções mais flexíveis. Além disso, com o crescente foco no carro por assinatura, o KINTO One Personal se tornará ainda mais relevante nesse processo de transição, proporcionando uma solução de mobilidade flexível e adaptada às necessidades desses novos modelos. As perspectivas para 2025 são positivas, mas os aumentos nas taxas de juros representam um desafio adicional. Em resposta a isso, a KINTO se concentrará em ter uma operação cada vez mais eficiente, eliminando desperdícios, sem comprometer a qualidade de nossos serviços. Acreditamos que, ao sermos mais ágeis e eficientes, conseguiremos não só enfrentar esse desafio, mas também aproveitar as oportunidades de crescimento que surgirem, especialmen-

te com a introdução de novos modelos e soluções de mobilidade adaptadas às necessidades dos nossos clientes”, conclui Mathews. 🚗



FOTOS: KINTO/DIVULGAÇÃO

“A introdução dos novos veículos é essencial para diversificar o portfólio e fortalecer o foco no perfil de cliente de frota, atendendo a pequenas e médias empresas, empreendedores, profissionais liberais e executivos”

Mathews Bautzer

Gerente Comercial, Pricing e Produtos da KINTO Brasil