

FOTOS: LEXUS/DIVULGAÇÃO



O Business Meeting Lexus 2026 reuniu titulares em um ambiente dedicado ao alinhamento estratégico, compartilhamento de resultados e construção dos próximos passos da marca no País

O ESTRATÉGICO ENCONTRO DA REDE LEXUS

O Business Meeting reuniu 100% da Rede Lexus para compartilhar resultados, discutir tendências do mercado de luxo e definir prioridades para o próximo ciclo de crescimento da marca no Brasil

POR: LIA FREIRE

Principal fórum de alinhamento da Lexus com os seus Dealers, o Business Meeting Lexus 2026 reuniu no hotel JW Marriott, em São Paulo, toda a sua Rede de Concessionárias no Brasil. Além de compartilhar resultados e estratégias, foi o momento de reforçar parcerias, a visão de longo prazo da marca e garantir que toda a Rede esteja preparada para entregar uma experiência premium consistente e diferenciada aos clientes.

Ao longo da programação foram apresentados resultados das operações, perspectivas para o segmento premium, estratégias comerciais, Pós-Venda, transformação digital, eletrificação, ações voltadas ao fortale-

cimento da marca, experiência do cliente e iniciativas para impulsionar a rentabilidade da Rede.

CLIENTE NO CENTRO DAS DECISÕES

Entre as principais mensagens reforçadas durante o encontro esteve a importância de manter o cliente no centro de todas as decisões da operação. A Lexus também destacou a necessidade de elevar continuamente os padrões de experiência oferecidos pela marca, fortalecer a sua proposta de valor e atuar de forma integrada para sustentar o crescimento da operação no Brasil.

A Head da Lexus no Brasil, Nancy Serapião, lembrou que o consumidor de luxo está mais informado, co-

nectado e exigente. “Ele busca marcas que ofereçam propósito, exclusividade, excelência no atendimento e experiências memoráveis. A Lexus acompanha essa evolução continuamente para entregar valor em cada interação”, afirmou.

Durante o Business Meeting, também foram discutidas tendências que vêm impactando o segmento premium, como a crescente valorização da experiência sobre a posse, a digitalização da jornada de compra, a busca por personalização, o avanço da eletrificação e a importância da construção de relacionamentos cada vez mais relevantes e duradouros com os clientes.

Outro tema de destaque foi a excelência no atendimento e no Pós-Venda, considerados pilares fundamentais para a construção desta relação duradoura. “A excelência na experiência do cliente é um dos diferenciais da Lexus, para isso dedicamos uma parte importante da agenda para discutir melhores práticas, indicadores de satisfação e iniciativas voltadas para elevar ainda mais os padrões de atendimento e relacionamento”, ressaltou Nancy.

REDE ALINHADA PARA O FUTURO DA LEXUS

Nesta edição do Business Meeting Lexus ainda estiveram em discussão o futuro do mercado premium, a troca de experiências e o compartilhamento de boas práticas entre os Dealers, assim como, alinhamentos estratégicos para o próximo ciclo de crescimento da marca.

“Tivemos uma participação ativa dos Concessionários com discussões relevantes, troca de experiências e um forte espírito de colaboração, demonstrando o comprometimento da Rede com os objetivos da marca”, avaliou a executiva.

Ao encerrar o evento, a Lexus reforçou sua mensagem de parceria e reconhecimento ao trabalho desenvolvido pelos Concessionários em todo o País. “O sucesso da Lexus é resultado de uma construção conjunta. Seguiremos trabalhando lado a lado para impulsionar ainda mais a marca, elevar a experiência dos nossos clientes e consolidar nossa posição como referência em luxo, hospitalidade e inovação no mercado brasileiro”, pontuou Nancy.



Capacitar **PESSOAS**
Aperfeiçoar **PROCESSOS**
Agregar **TECNOLOGIAS**



GRCIBER SOLUÇÕES

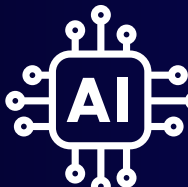
Cibersegurança de Cadeia Produtiva é o NOSSO NEGÓCIO



**Postura
PREVENTIVA**



**Monitoramento
24 x 7**



**Estado da Arte
TECNOLÓGICO**



**Proteção
de DADOS**

FOTOS: GAZOO RACING/DIVULGAÇÃO



No Autódromo Velocitta os proprietários do GR Yaris e a imprensa especializada tiveram uma experiência completa com o GR Yaris

A CHEGADA DO GR YARIS FORTALECE A PRESENÇA DA GAZOO RACING NO BRASIL

O veículo desembarca no mercado brasileiro reforçando a conexão entre automobilismo, inovação e emoção ao dirigir, ao mesmo tempo em que amplia a relevância da GAZOO Racing junto aos entusiastas da marca

Por: **LIA FREIRE**

Um marco importante para a consolidação da GAZOO Racing no Brasil, o GR Yaris chega ao mercado nacional como um dos veículos mais icônicos do portfólio global da marca. O modelo materializa a herança do automobilismo e a filosofia da GR, traduzindo de forma concreta o conceito de desenvolver carros cada vez melhores a partir das experiências das pistas.

Nascido no WRC - World Rally Championship, o principal campeonato mundial de rali, o GR Yaris traz para as ruas aprendizados reais de competição. “Mais do que um lançamento, o GR Yaris fortalece o posicionamento da GAZOO Racing como uma marca de

performance autêntica, capaz de gerar desejo, engajamento e conexão emocional com os entusiastas. É um produto que reforça a credibilidade da GR, amplia sua relevância no mercado brasileiro e fortalece a conexão com um público apaixonado por performance”, afirma Nancy Serapião, Head da GAZOO Racing.

QUEM SÃO OS CLIENTES?

O GR Yaris tem atraído principalmente apaixonados por carros, clientes que valorizam engenharia, performance e uma conexão genuína com o automobilismo. “É um público muito bem-informado, que conhece a história do modelo, acompanha competições como o

WRC e entende a exclusividade de um veículo desenvolvido com forte influência das pistas”, destaca Nancy.

Segundo a executiva, o modelo também desperta o interesse de colecionadores e proprietários de outros esportivos que buscam um veículo especial para compor suas garagens. “Em comum, são clientes que não estão apenas comprando um automóvel, mas uma experiência, uma história e um produto com forte valor emocional. Existe no Brasil um público entusiasta, altamente engajado e disposto a investir em produtos autênticos, que carregam uma herança genuína do automobilismo.”

A ESTRATÉGIA DE LANÇAMENTO

A estratégia de lançamento do GR Yaris foi desenhada para reforçar a exclusividade e a autenticidade do veículo. A pré-venda contou com uma série limitada de 198 unidades numeradas no Brasil, sendo 99 equipadas com câmbio manual e 99 com transmissão automática, permitindo que os clientes escolhessem a configuração mais alinhada ao seu perfil.

A comercialização superou as expectativas. As primeiras 99 unidades previstas para o primeiro semestre foram integralmente vendidas ainda na fase de pré-venda, antes mesmo da chegada do veículo ao Brasil e sem que os clientes tivessem contato presencial com o modelo. “Esse resultado demonstra a força da marca GAZOO Racing, a credibilidade da Toyota junto aos entusiastas e o desejo que o GR Yaris desperta globalmente por sua conexão direta com o WRC e o automobilismo. Foi uma resposta extremamente positiva do mercado e uma confirmação de que existe espaço no Brasil para produtos de nicho com posicionamento

autêntico e alto valor emocional”, avalia Nancy.

Além da exclusividade do produto, a Toyota promoveu uma experiência especialmente desenvolvida para a comunidade GAZOO Racing. Os proprietários do GR Yaris foram convidados para uma imersão no Autódromo Velocitta, em Mogi Guaçu (SP), com atividades de pilotagem e contato direto com o universo do modelo. “Mais do que lançar um carro, nosso objetivo foi entregar uma experiência completa para quem realmente valoriza performance, legado e paixão pelo automobilismo”, conta Nancy. A imprensa especializada e criadores de conteúdo também participaram das atividades no circuito, tendo a oportunidade de conhecer em detalhes e pilotar o hot hatch.

PARCERIA E ENGAJAMENTO DA REDE

A estratégia de comercialização do GR Yaris foi construída em parceria com a Rede Toyota. Por se tratar de um produto singular dentro do portfólio da GAZOO Racing, as Concessionárias receberam uma preparação específica, incluindo treinamentos sobre o veículo, sua história, diferenciais técnicos e legado no WRC, garantindo uma experiência alinhada à proposta do modelo.

De acordo com Nancy, o engajamento da Rede foi extremamente positivo. “Os Concessionários entenderam desde o primeiro momento que o GR Yaris vai muito além de um lançamento. É a oportunidade de aproximar ainda mais a marca dos entusiastas e fortalecer o relacionamento com um público altamente engajado e apaixonado por carros. Ele representa a paixão pelo automobilismo, a capacidade de inovação da Toyota e o fortalecimento da GAZOO Racing no Brasil.” ■



A pré-venda do GR Yaris, no Brasil, contou com uma série limitada de 198 unidades