

Por que o pós-vendas mudou para melhor

MANUTENÇÃO

- **Transportadores começam a optar por contratos**
- **Frotistas de ônibus preferem oficina própria**
- **Como atingir o milhão de quilômetros**

ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Os serviços das encarroçadoras

AUTOPEÇAS

Produção ganha mais impulso

MOTORES

A tecnologia chega na medida certa

PNEUS

A escolha entre novos ou recauchutados

COMBUSTÍVEIS

Cartão-combustível estimula as vendas

- **Guia de Pós-vendas Caminhões e Ônibus**
 - Montadoras
 - Encarroçadoras
 - Implementos
- **Guia de Manutenção**
 - Transportadoras de Carga
 - Empresas de Ônibus
- **Guia de Fabricantes de Peças para Veículos Comerciais**
- **Guia dos Recauchutadores de Pneus**
- **Guia de Distribuidoras de Autopeças**

Seu patrimônio está sumindo?



Mantenha seus produtos sempre

Consulte o Distribuidor Randon mais próximo

www-**RANDON**-com-br

e-mail: genuina@randon.com.br - Fone: 0800.512158





em dia **utilizando** peças genuínas.



UMA PONTE ENTRE FROTISTAS E FABRICANTES

Este Anuário de Serviços de Manutenção, Peças e Pós-Ver da, que editamos pela vez primeira, ao lado de muriciar o mercado com informações pertinentes ao pós-venda, é um fórum para discussão sobre as perspectivas que se abrem para a queda de barreiras e a afinação entre frotistas e concessionárias de veículos.

Os operadores de caminhões e de ônibus geralmente são pragmáticos nos gastos, até porque sua receita não permite gorduras ou extravagâncias, diante da exigência de elevada produtividade e baixos custos operacionais para enfrentar a concorrência cada vez mais acirrada.

Do lado dos fabricantes, seja de carros, caminhões ou ônibus, é imprescindível para a sobrevivência da rede de concessionárias que o negócio de serviços e vendas de peças germine, cresça, amadureça e dê frutos.

O raciocínio é elementar. Enquanto se vendem por ano 100 mil caminhões e ônibus novos, há uma frota 20 vezes maior de caminhões e ônibus usados. Perto de 2 milhões de veículos comerciais estão aí consumindo peças e serviços.

Cada montadora oferece seu plano de pós-venda com o objetivo de atrair para sua rede de concessionárias o frotista de veículos comerciais.

A concessionária que pretenda sobreviver no disputado mercado precisa vender veículo zero, mas igualmente dominar o negócio de peças e serviços. A junção equilibrada dessas três fontes de receita garantirá a musculatura à montadora e à sua rede.

Este discurso está tomando consistência em certas redes que já não dependem visceralmente do negócio de veículos novos. No caso do transporte de cargas, com a difusão da logística, dos prazos apertados de coletas e entregas, já se vêem frotas cuja manutenção fica a cargo de concessionárias das montadoras.

Para assumir compromissos é preciso garantias. Queremos dizer com isso que os frotistas que mantêm contratos dedicados com embarcadores estão desativando serviços internos de manutenção para entregar a responsabilidade à concessionária.

Não se pode dizer, certamente, que as concessionárias estão vencendo esta batalha de persuasão até porque os frotistas ainda não se convenceram das vantagens. Este usuário de manutenção e pós-vendas captou, no guia das transportadoras de cargas e de passageiros, que os operadores de caminhões e ônibus não parecem dispostos a entregar seus veículos à manutenção das revendas autorizadas. Fazem isso, sim, mas apenas durante o período de garantia do veículo.

A confiança na concessionária parece resumida ao prazo da garantia. É claro que há exceções, ou seja, frotistas convencidos de que devem entregar, de maneira irrestrita, seus caminhões, principalmente, aos cuidados da concessionária.

De maneira geral, sobretudo para os frotistas de ônibus, há entraves para tomarem essa decisão. Na visão dos transportadores de passageiros, as revendas, além de preço maior, têm baixa flexibilidade para atendê-los, sobretudo quando mais precisam – fora do horário comercial e nos feriados e finais de semana.

Ante a constatação dessa dissonância, há ainda um caminho a percorrer na construção de uma ponte entre o que os fabricantes oferecem em termos de serviços de pós-venda e o que os frotistas desejam para que tenham uma operação de transporte suave e eficiente.

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com.br

SECRETÁRIA EXECUTIVA

Maria Penha da Silva
mariapenha@otmeditora.com.br

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidal@otmeditora.com.br

REDAÇÃO

Editor

Eduardo A. Chau Ribeiro
eduardoribeiro@otmeditora.com.br

Colaboradores

Sonia Crespo
soniacrespo@otmeditora.com.br

Editor de Arte

Alexandre Henrique Batista
alexandre@otmeditora.com.br

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com.br
Vito Cardaci Neto
vito@otmeditora.com.br
Gustavo Feltrin
gustavofeltrin@otmeditora.com.br

CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina
Gilberto A. Paulin
Tel.: (41) 3027-5565
spala@spalamkt.com.br

Tiragem
10.000 exemplares

Assinatura Anual: R\$ 90,00 (cinco edições e três anuários). Pagamento à vista: através de boleto bancário, depósito em conta-corrente, cartão de crédito Visa ou cheque nominal à OTM Editora Ltda.
Em estoque apenas as últimas edições.

Circula no mês subsequente ao de capa.

As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não são necessariamente as mesmas da OTM Editora



Redação, Administração, Publicidade e Correspondência:
Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 702 - Campo Belo
CEP 04504-006 - São Paulo, SP
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)

Atendimento ao assinante:
0800 702 8104

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada à



APRESENTAÇÃO

4

ANÁLISE

10

Em permanente evolução, os serviços de pós-vendas oferecidos por fabricantes de veículos comerciais e demais produtos do setor crescem em qualidade e diversificação, tendo como principal objetivo a satisfação do cliente

MONTADORAS

16

Para fidelizar sua clientela – a ganhar a do concorrente – os fabricantes de caminhões e ônibus usam o pós-vendas como um chamariz para a comercialização, incluindo no serviço até opção de gerenciamento de frota

GUIA DE SERVIÇOS PÓS-VENDA DE MONTADORAS

Agrale	20
Citroën	21
DaimlerChrysler	22
Fiat	23
Ford	24
General Motors	25
Iveco	26
Kia Motors	27
Peugeot	28
Renault	29
Scania	30
Volkswagen	31
Volvo	32

ENCARROÇADORAS

35

Fabricantes de carrocerias de ônibus diversificam a assistência técnica sem perder na qualidade, oferecendo desde rede própria de serviços ou rede credenciada, até atendimento in loco, realizado por técnico da fábrica

GUIA DE SERVIÇOS PÓS-VENDA DE ENCARROÇADORAS

38

IMPLEMENTOS

42

O perfeito transporte da carga está garantido pelos diversos postos de assistência técnica espalhados pelo País, credenciados pelos fabricantes de implementos rodoviários, que oferecem atendimento com presteza e qualidade

GUIA DE SERVIÇOS PÓS-VENDA DE IMPLEMENTOS

46

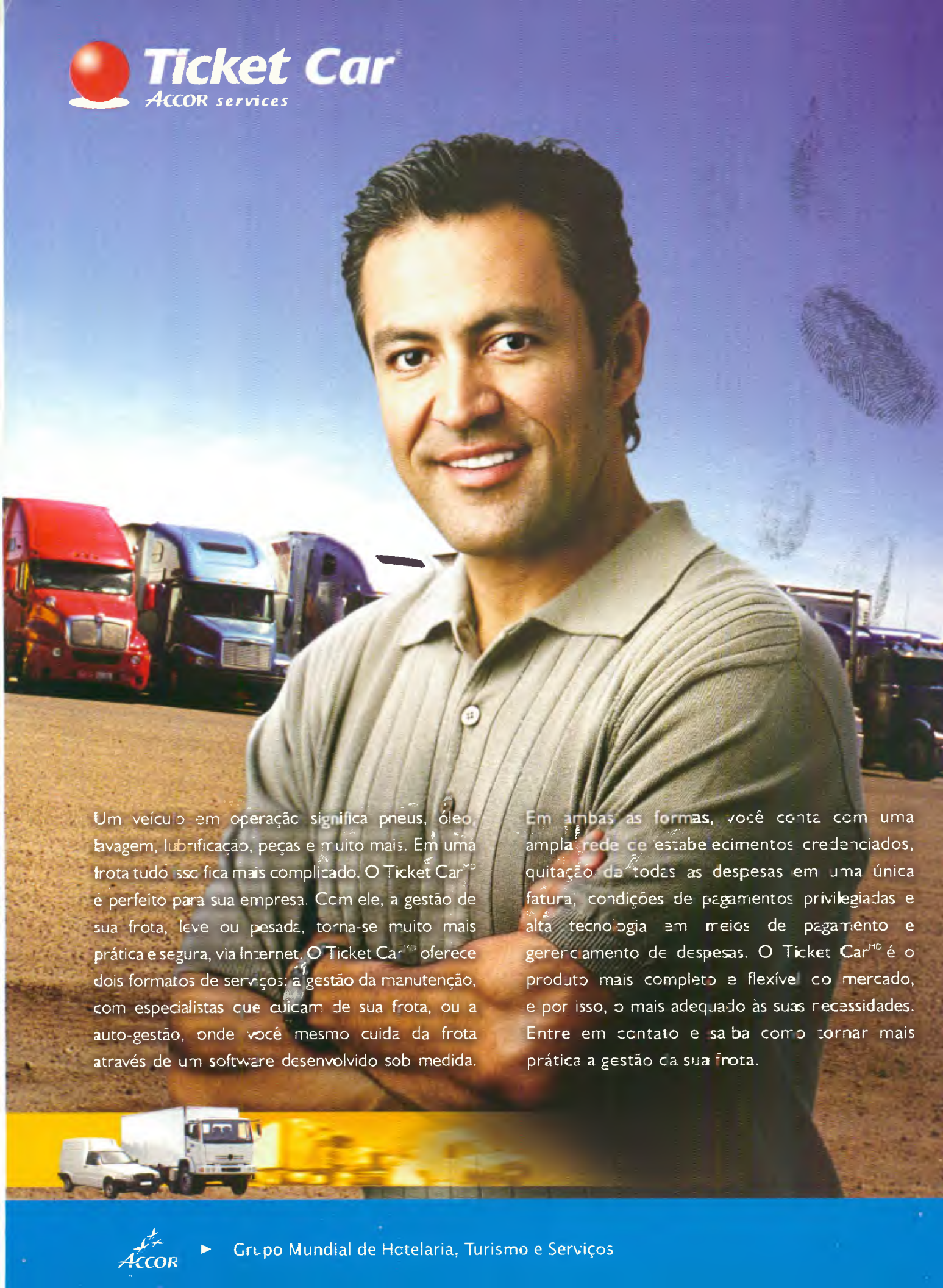
MOTORES	52
Cummins, MWM e International, os três fabricantes de motores independentes, dispõem de serviços de assistência técnica dentro e fora da garantia e oferecem serviços opcionais, como monitoramento de frotas	
COMBUSTÍVEIS	56
Vendas de diesel dispararam com o aquecimento econômico e projetam expansão de 9,2% para 2004, em relação ao ano passado, que registrou uma retração de 3,9% no consumo	
AUTOPEÇAS	60
Com o aumento gradativo das exportações e a retomada da produção voltada para o mercado doméstico, o setor se recupera dos tempos bicudos e projeta para 2004 crescimento de 14,5% no faturamento	
REPOSIÇÃO	65
Enquanto a maioria dos fabricantes se anima com o aquecimento do mercado, alguns se defrontam com a redução de vendas provocada por evoluções tecnológicas	
ASSISTÊNCIA TÉCNICA	68
Empresas de autopeças investem no fortalecimento da área de pós-venda, com a ampliação da rede e a adoção de novos conceitos de prestação de serviços aos usuários	
GUIA DE FABRICANTES DE AUTOPEÇAS	72
DISTRIBUIÇÃO	91
Diversidade de produtos exige das distribuidoras de peças uma logística eficiente para atender a clientes que compram só quando precisam e não mantêm estoques	
GUIA DE DISTRIBUIDORAS DE AUTOPEÇAS	94
MANUTENÇÃO	98
A maioria dos grupos que operam com carga ainda resiste aos contratos de manutenção que considera onerosas demais, apesar de suas muitas vantagens	
Empresas do setor de transporte, incluindo a Gobor e a Mercúrio, ensinam como os caminhões podem atingir mais de um milhão de quilômetros rodados sem abrir o motor	100
TREINAMENTO	102
Com estrutura própria ou terceirizada, as transportadoras priorizam a reciclagem do pessoal, cujos resultados se refletem em benefícios tanto para a própria firma como para os clientes	
GUIA DE MANUTENÇÃO DE TRANSPORTADORES DE CARGA	104
MANUTENÇÃO	134
Empresas de ônibus consideram indispensável a manutenção própria, pela presteza e pelos custos reduzidos dos serviços, o que assegura o bom andamento de suas operações	
GUIA DE MANUTENÇÃO DE EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS	138
PNEUS	154
Exigência de mais produtividade alterou o mix nas vendas de pneus para caminhões, em que o segmento dos pesados responde pelo maior crescimento da produção nos últimos anos	
RECAUCHUTAGEM	157
Indústria de pneus reconstruídos se expande, impulsionada pela necessidade de contenção de despesas nas transportadoras, conservação ambiental e escassez de matérias-primas	

Com Ticket Car^{MD}
você gerencia
a manutenção da
frota bem de perto.

(e sem deixar estas manchas
em tudo o que tocar)



Ticket Car



Um veículo em operação significa pneus, óleo, lavagem, lubrificação, peças e muito mais. Em uma frota tudo isso fica mais complicado. O Ticket Car^{MD} é perfeito para sua empresa. Com ele, a gestão de sua frota, leve ou pesada, torna-se muito mais prática e segura, via Internet. O Ticket Car^{MD} oferece dois formatos de serviços: a gestão da manutenção, com especialistas que cuidam de sua frota, ou a auto-gestão, onde você mesmo cuida da frota através de um software desenvolvido sob medida.

Em ambas as formas, você conta com uma ampla rede de estabelecimentos credenciados, quitação de todas as despesas em uma única fatura, condições de pagamentos privilegiadas e alta tecnologia em meios de pagamento e gerenciamento de despesas. O Ticket Car^{MD} é o produto mais completo e flexível do mercado, e por isso, o mais adequado às suas necessidades. Entre em contato e saiba como tornar mais prática a gestão da sua frota.



ANÁLISE

UM SETOR EM CONSTANTE EVOLUÇÃO

Fornecedores de produtos e serviços estão preparados para oferecer assistência técnica de qualidade e ganhar cada vez mais a preferência dos frotistas de veículos comerciais

O Brasil está entre os maiores países no ranking mundial dos fabricantes de veículos comerciais, um fato não sem razão: apesar das desigualdades sociais, o País figura no rol das grandes economias do planeta e sua área, de 8,5 milhões de quilômetros quadrados, confere extensão territorial gigantesca, só atingida por alguns poucos países. Somada à geração de riquezas e ao tamanho físico, uma matriz de transporte que — embora em lenta transformação — privilegia maciçamente o modo rodoviário, seja na movimentação de cargas ou de passageiros.

De caminhão parado, se diz, não gera frete. Tampouco ônibus na garagem produz receita. Logo, o interesse de empresário de transporte é que a frota esteja o maior tempo possível ativa. Por isso

mesmo, áreas de manutenção e pós-vendas têm tanta importância no mundo do transporte. O usuário, seja comprador de frete ou passageiro do ônibus, exige sempre com nhões e ônibus portuais. E, como pagante dos serviços, costuma não tolerar falhas.

Nesse contexto de país com economia dinâmica, de dimensões continentais — movido essencialmente por rodovia — e de usuário cada vez mais exigente, dois mandamentos desaprocham como essenciais para se ter uma frota com baixo nível de imobilidade.

Um de eles é o comprometimento com o pós-venda. Ou seja, o frotista espera que seu fornecedor cumpra aquilo que prometeu antes da venda. O outro mandamento é que as técnicas da manutenção funcionem na prática. Ou seja, nas garagens e nas oficinas.

Nunca é demais lembrar que o advento da logística, a política de baixos estoques e as leis que regem os códigos de consumidores aumentaram grau de exigibilidade em relação ao transporte, especificamente

A competição — entre montadoras, fabricantes de peças, fornecedores de serviços — é inegável e trouxe maior qualidade aos produtos. Em consequência, por exemplo, os prazos de garantias aumentaram.

A longevidade do caminhão, do ônibus, é preponderante para encantar o frotista e fundamento essencial para sua fidelização

Com base nesses pontos — e com as



Transportadora Americana aderiu ao contrato de manutenção preventiva de revenda

margens cada vez mais estreitas de seus revendedores na venda do veículo novo – as montadoras de veículos comerciais têm se ocupado em criar estruturas para que sua rede possa aumentar a venda de peças e serviços. Um dos alicerces dessa política tem sido a difusão da necessidade de contratos de manutenção.



Viação Itapemirim considera ideal a manutenção interna pela rapidez dos serviços

O raciocínio é lógico e coerente: fortalecendo o pós-venda, montadoras e redes complementam o que consideram a receita ideal – garantir a sobrevivência alicerçada num tripé de receitas provindas da venda de veículos novos, peças e serviços.

O levantamento reproduzido neste anuário revela que o contrato de manutenção (o pilar das receitas de peças e serviços) não é consenso entre as respostas apresentadas pelos frotistas. Dos 120 transportadores de cargas consultados, pelo menos dois terços deles informam que só utilizam concessionária durante a vigência da garantia do veículo. Depois disso, migram para oficina própria ou de terceiros.

RITMOS DIVERSOS – “Temos oficina própria com 107 pessoas, que trabalham três turnos, 24 horas por dia, seis dias por semana. As concessionárias não têm esse ritmo. Costumo dizer que nosso relógio trabalha diferente do das concessionárias”, diz Alcir Antônio Fraçãc, diretor do Expresso Mercúrio, com frota de 760 caminhões.

Há, no entanto, quem tenha abolido

completamente a oficina em nome do contrato de manutenção, caso da Ouro Verde Transporte, frota de 300 caminhões. “Temos contrato que cobre tudo, menos pneus. Para isso, pagamos um valor fixo mensal”, diz Celso Frare, presidente da empresa.

A Transportadora Americana também não tem oficina. Utiliza concessionárias sob contrato que estabelece preços especiais de peças e mão-de-obra e valores fixos para pacotes de manutenção preventiva. Fora dessa rotina, “todos os serviços são realizados nas concessionárias, mas mediante aprovação prévia dos gerentes”.

Se os frotistas de caminhões, mesmo sem unanimidade, utilizam os serviços das concessionárias, o mesmo não acontece com as empresas de ônibus. Nelas, não há dúvida: a preferência é pela oficina própria. Dois argumentos decisivos são utilizados para a utilização da estrutura própria de manutenção. Preço mais em conta e disponibilidade do equipamento. Definitivamente, os operadores de ônibus pouco usam o pós-venda e serviços das concessionárias. E quando

utilizam a estrutura das autorizadas, na maioria das vezes é para treinar motoristas e mecânicos ou para se valerem dos contratos enquanto o veículo está na garantia. Para quase tudo o mais preferem os serviços domésticos, feitos nas garagens próprias.

A manutenção interna é indispensável, justifica a maioria dos frotistas. “É mais segu-

ro, temos serviços especializados e necessidade de manutenção 24 horas”, assinala a Viação Itapemirim, cuja frota é de 1.700 ônibus. Um dos vários motivos alegados pelas empresas de ônibus para não terem contratos de manutenção nas concessionárias é a disponibilidade. “As concessionárias não conseguem nos atender principalmente no que tange ao tempo de serviço”, informa a mineira Empresa Contijo de Transporte, com frota de 1.208 carros. Além disso, as justificativas, regra geral, resvalam nos preços. “Não compensa o custo”, alega a Auto Viação Capécó, da cidade catarinense do mesmo nome e frota de 56 ônibus.

MANUTENÇÃO GARANTIDA – Fabricantes de veículos, motores, peças, pneus, câmbios e implementos tentam responder com um pós-venda que satisfaça as expectativas exigentes dos frotistas.

Todas as montadoras de veículos oferecem aos seus clientes uma diversificada gama de serviços de assistência com qualidade, executada por técnicos treinados na fábrica e sempre utilizando peças ge-



**Vender um caminhão é fácil.
Difícil é continuar amigo do dono.**



Se você quer começar uma grande amizade, o Concessionário de Caminhões Volkswagen é o lugar perfeito. Aqui, quem compra um caminhão, ganha amigos. Quer uma prova desta amizade? Nossos técnicos e engenheiros da fábrica. Eles estão sempre fazendo pesquisas para garantir a você o caminhão perfeito, como o novo Caminhão Eletrônico Volkswagen, por exemplo. E, na nossa opinião, amigo, que é amigo mesmo, é aquele que está ali, bem pertinho quando você mais precisa dele. Por isso, ao comprar um caminhão Volkswagen, você também pode contar com 115 Concessionários espalhados pelo país, além do CHAMEVOLKS, um serviço de socorro mecânico, 24 horas, que vai onde o caminhoneiro estiver, em todo o território nacional. Então, na hora de escolher, lembre-se: tão importante quanto um caminhão de qualidade é ter um amigo sempre ao lado.



Volkswagen.
Caminhões sob medida.



nuínas. Algumas disponibilizam serviços bem diferenciados, como "soluções de transporte", ferramentas que aumentam a produtividade e a rentabilidade das transportadoras. Além disso, dentro do pacote de pós-vendas, diversos fabricantes colocam à disposição do cliente a opção de fazer contratos de manutenção por períodos definidos.

FABRICANTES DE MOTORES

Cummins, MWM e International Engines, as três marcas de motores independentes, mantêm oficinas autorizadas ou credenciadas em todo o País para que os usuários tenham uma assistência técnica sem atropelos.

Nesse momento, de mudança de tecnologia de motor mecânico para eletrônico, a Cummins, por exemplo, dedicou o primeiro semestre deste ano para realizar treinamentos específicos com seus técnicos para que eles saibam lidar com a motorização eletrônica.

Fabricantes de autopeças também estão investindo cada vez mais na consolidação dos serviços de assistência técnica, na ampliação da rede de postos e no atendimento aprimorado ao cliente.

Para transportadores de carga, a tranquilidade da viagem é reforçada pelos serviços de manutenção e pós-vendas oferecidos pelos fabricantes de implementos rodoviários, que têm reservado aos seus clientes atendimento qualificado em todo o território nacional e em alguns países do Mercosul, proporcionando sempre o uso de peças genuínas para quaisquer reparos. É o caso da Randon, que possui uma rede de 50 distribuidores de peças e serviços de assistência técnica, e da Guerra, que mantém 54 distribuidores localizados nos principais centros de entroncamento e fluxo rodoviário.

Mesmo a Recrusul, que sempre se des-



tacou pelo atendimento oferecido nas filiais de São Paulo e Rio de Janeiro, desde o começo do ano está credenciando centros de assistência técnica multimarcas em todo o País – incluindo na ação um contrato com a Thermoking, para atender a parte de refrigeração dos baús. Também a fabricante Noma do Brasil dispõe de 42 casas credenciadas em praticamente todo o território brasileiro.

Já para as embarcadoras de ônibus, os serviços de manutenção oferecidos são definidos como ponto de partida para preservar a fidelidade dos clientes. Marcopolo, Ciferal, Voare e Neobus preferem manter uma rede de assistência técnica própria, nas principais cidades do país. Já a Comil muitas vezes desloca um funcionário da fábrica até o usuário para avaliar a ocorrência.

A Induscar/Caio, por exemplo, tem algumas oficinas especializadas em reformas de ônibus credenciadas para solucionar eventuais problemas durante os dois anos de período da garantia estrutural, assim como a Mascarello, que nomeou uma rede de 16 oficinas autorizadas em todo o País. A Irizar, por sua vez, dispõe de um serviço 0800 para assistência técnica para esclarecer dúvidas

técnicas e atender solicitações de peças de reposição.

COMPONENTES FUNDAMENTAIS

Também a assistência técnica para componentes fundamentais de veículos, como pneus, evoluiu na mesma proporção que cresceram as vendas de caminhões e ônibus nos últimos anos. As 1.257 empresas brasileiras especializadas na recuperação de pneus restauram, por ano, sete vezes mais que o total de pneus novos colocados em veículos pesados zero quilômetro. De acordo com as empresas recauchutadoras, o preço de um pneu reformado varia

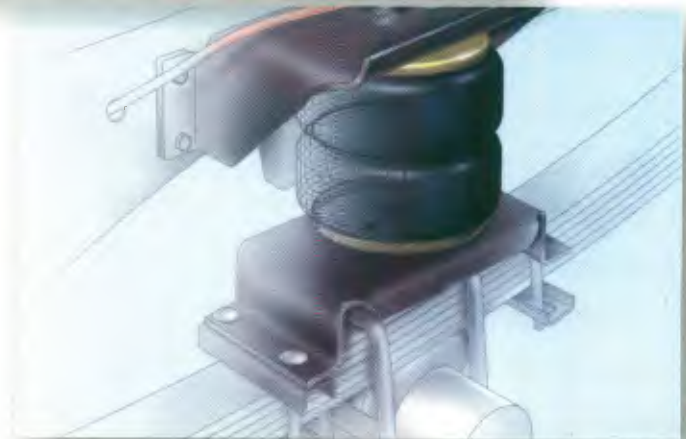
entre 12% e 20% do pneu novo – um dos grandes trunfos para a franca expansão desse segmento.

Mas a preocupação com os custos de manutenção em geral também originou a necessidade de preparar melhor os motoristas de veículos: se bem treinados, podem ajudar na redução de custos de manutenção e combustíveis, entre outros. No levantamento realizado com as empresas do setor verificou-se uma preocupação crescente e praticamente unânime com a reciclagem periódica de seus funcionários. Muitas empresas já dispõem de área física específica para esses treinamentos, como o caso da Expresso Açaçutuba. Também embarcadores estão aderindo à ação, como a Petrobras Distribuidora: a empresa está implantando um programa de treinamento para 10 mil motoristas que trabalharão para 120 transportadoras contratadas para as operações de distribuição.

O ditado que diz que o cliente sempre tem razão – ainda que nem sempre verdadeira – tem que ser seguido à risca. Afinal, "um cliente bem atendido transmite essa impressão para um, enquanto que um cliente insatisfeito repassa essa informação para 10".

Firestone

BOLSAS PARA SUSPENSÃO A AR



A Firestone, com tecnologia de ponta, coloca à disposição do mercado o que de mais prático, eficiente e confiável existe em Bolsas de Ar para ônibus, caminhões e carretas.



Firestone
World's Number 1
Air Spring.



<http://www.firestone.com.br/fipil>



MONTADORAS

UM LEQUE DE SOLUÇÕES PARA A FROTA NÃO PARAR

Nos últimos anos os serviços pós-venda das montadoras diversificaram-se e evoluíram para acompanhar as mudanças nas operações de transporte que exigem cada vez mais eficiência e produtividade

Peças em 24 horas ou, no máximo, 48 horas. Assistência técnica prestada na própria empresa. Treinamento em direção econômica. Apoio em gestão de frota. Diagnóstico à distância de defeitos. São apenas alguns do crescente número de serviços pós-venda oferecidos pelas montadoras às transportadoras para que mantenham suas frotas sempre prontas para a viagem.

Os pacotes de serviços pós-venda são armas utilizadas pelos fabricantes de caminhões para estimular a fidelidade à marca, conquistar novos clientes e por que não, atrair os compradores tradicionais de outras marcas.

As montadoras deixaram há muitos anos de somente vender caminhões às transportadoras, e lucrar com isso. Agora oferecem, além de veículos com tecnologia da última geração, pacotes de "soluções de transporte", ou seja, ferramentas para aumentar a produtividade e a rentabilidade da empresa.

Com o acirramento da concorrência em praticamente todos os segmentos de mercado e o ingresso de novas marcas na disputa dos mesmos clientes, essa foi a tônica adotada pelos fabricantes de caminhões que também vêem o fornecimento desses serviços um meio de compensar o definhamento da margem de lucro na venda de veículos, uma decorrência de "guerras de preços" desencadeadas em algumas faixas de mercado antes comandadas por certas marcas.

A concorrência entre as marcas passou da comercialização de "o melhor caminhão do segmento em custo-benefício" também para a oferta de "o melhor pacote de serviços pós-venda".



Praticamente todas as marcas dispõem de pacotes de serviços, alguns grátis para os compradores de caminhões, outros a preços variados.

Alcumas marcas, como Mercedes-Benz, Ford, Volkswagen, Volvo, oferecem grande número de serviços pós-venda para atender às mais diversas necessidades de manutenção e até para a gestão de frota das transportadoras.

Algumas marcas, como Mercedes-Benz, Ford, Volkswagen, Volvo, oferecem grande número de serviços pós-venda para atender às mais diversas necessidades de manutenção e até para a gestão de frota das transportadoras. Querem cativar o cliente com um pós-venda impecável e fazer com que o cliente volte sempre à concessionária. Segundo as montadoras, para a concessionária o essencial é o equilíbrio entre o atendimento ao cliente e a lucratividade do negócio, porque antes de tudo a oficina precisa gerar lucro.

Foram-se os tempos em que o pós-venda consistia apenas em colocar à disposição do proprietário de caminhão a assistência técnica proporcionada por uma vasta rede de concessionárias localizadas em pontos estratégicos do território nacional.

Hoje o pós-venda é tão importante que

influi, quase tanto o preço, nas decisões de compra de veículos. A Volkswagen chegou a atribuir parte do sucesso de vendas de seu Titan Tractor VW 18.310 ao desempenho das equipes de pós-venda.

O número e os tipos de serviços pós-venda variam de fabricante para fabricante, mas todos têm por objetivo fidelizar o cliente e assegurar uma boa receita às concessionárias.

Basicamente são compostos por um serviço de atendimento 24 horas, sete dias por semana, o socorro mecânico/elétrico durante a garantia, treinamento de direção defensiva e econômica e, nos últimos anos, os contratos de manutenção com preços pré-calculados. Estes contratos garantem fluxo de serviço constante à concessionária – que mantém o cliente mesmo depois do período de garantia – e liberam o frotista da preocupação com a manutenção para se concentrar na sua atividade principal que é transportar carga.

O papel do pós-venda é tão importante que a Mercedes-Benz oferece aos seus clientes mais de uma dezena de serviços após a aquisição do veículo nas mais de 200 concessionárias da marca. Investe pesado em treinamento e infra-estrutura para garantir a qualidade máxima nos serviços prestados ao cliente. Os serviços variam da Central de Atendimento, que faz cerca de 45 mil contatos mensais, ao Mercedes Assistance de socorro de emergência e até as Unidades Volantes de Treinamento.

A Volvo dispõe desde 1976 de Plano de Manutenção Preventiva para veículos de marca que se adapta ao perfil do cliente, um conceito trazido da Europa, segundo André Trombini dos Santos, responsável pela área de programas de manutenção da montadora. São planos de manutenção de níveis diferentes –

cada nível indicado por uma cor – verde, branco, azul, prata e ouro – que se estende por período de um a cinco anos, com possibilidade de renovação. Os custos são calculados com base em fatores variados como quilometragem rodada, número de veículos da frota, aplicações, tipo de carga, rotas e configurações dos veículos. Os custos são formatados em 48 horas. Nas concessionárias criou-se ainda a figura do Gestor de Manutenção Volvo, o interlocutor entre cliente e rede, treinado para acompanhar o planejamento de manutenção.

Outros serviços proporcionados pela montadora variam desde o atendimento emergencial por 0800, análise de óleos, treinamento em condução defensiva e econômica e o mais recente lançamento, o Volvo Link, sistema de rastreamento de fábrica. O dispositivo Trip Manager, adquirido em separado, permite a obtenção via internet de relatórios de viagens. Trombini dos Santos projeta que, até o final do ano, o sistema estará instalado em 2.500 veículos Volvo.

Nos serviços pós-venda, a Volkswagen presta um atendimento “sob medida” aos clientes, através de seus 125 concessionários exclusivos de caminhões e ônibus, que registram uma média de 32 mil passagens de clientes por mês. O atendimento na rede alia-se a uma série de facilidades, como horários flexíveis, dormitórios, sala de entretenimento, refeitórios e treinamento para motoristas.

Seu serviço ChameVolks, que completou dez anos em maio deste ano, proporciona suporte técnico ao usuário 24 horas por dia. Fora os programas de treinamento em manutenção e direção econômica, o pós-venda da montadora dis-

põe ainda do Programa Volkstotal, acordo de prestação de serviços de manutenção preventiva que facilita o controle de gastos do usuário com o veículo, e a Pesquisa da Satisfação do Cliente com os Serviços Prestados pela Rede, que avalia permanentemente a qualidade dos serviços nas concessionárias.

No caso da Ford, o contrato de manutenção pode ser para manutenção preventiva, corretiva ou ambas. A Ford também coloca à disposição dos proprietários de caminhões da marca, dentro do período de garantia, o SOS Ford, um serviço de socorro elétrico/mecânico, que oferece atendimento 24 horas por dia, sete dias por semana. O Peça Fácil Ford é um sistema de atendimento de peças nacionais, com prazos de entrega de até 24 horas nas capitais e até 48 horas em outras regiões. Muitos contratos incluem treinamento gratuito em direção defensiva e econômica, além de primeiros-socorros, operação técnica e outros cursos.

A Scania está implantando gradualmente no Brasil seu programa mundial de padronização de atendimento para concessionárias para assegurar que o cliente da marca seja melhor atendido, em resposta a um nível de exigência crescente. Segundo a filosofia do programa, a Scania deve tomar conta do cliente enquanto

ele toma conta do seu próprio negócio. Com a implantação do conceito, o cliente da marca deve ser atendido no menor tempo possível, tempo este padronizado em toda a concessionária. E ele deve ser atendido em um único lugar, desde os reparos do veículo até as soluções para seus negócios. A concessionária passa a funcionar como um “shopping center do transporte”.

VOLVO



SCANIA

CONTRATOS DE MANUTENÇÃO –

Uma inovação em serviços pós-vendas que surgiu nos últimos anos é o contrato de manutenção, em que o frotista entrega a uma concessionária de montadora toda a manutenção preventiva e corretiva de seus veículos de carga. “O nosso alvo é o grande frotista, que quer abrir mão de oficina própria e que tem controle rigoroso da frota”, afirma Ari G. Carvalho, diretor de Pós-Venda da DaimlerChrysler, referindo-se a quem se destina o contrato de manutenção que a montadora oferece aos caminhões Mercedes-Benz. “Além disso, ele deve estar consciente das vantagens da utilização de peças genuínas e de mão-de-obra especializada, o que garante maior valor de revenda e maximiza a disponibilidade dos veículos”.



Segundo o diretor Carvalho, são três os tipos de contratos de manutenção oferecidos via rede de concessionárias e são negociados individualmente. O Acordo de Serviços, que concede descontos de mão-de-obra padrão. O Contrato de Manutenção Regular, durante o qual o frotista paga pela manutenção preventiva. E o Full Service, um contrato que cobre a manutenção preventiva e corretiva com garantia de custo. A montadora afirma que atualmente 17 mil veículos estão cobertos pelas primeiras duas modalidades de contrato e 3 mil caminhões utilizam o Full Service nas concessionárias.

O VolksTotal é o contrato de manutenção oferecido pela Volkswagen. É firmado diretamente entre a montadora e os clientes.

ESFORÇO CONJUNTO – Todas as montadoras estão empenhadas, junto com suas redes, na ampliação do volume de contratos fixos de manutenção. Os principais motivos para esse esforço conjunto são bastante focados: fortalecer as vendas de peças e serviços e, em consequência, com o cliente satisfeito, consolidar a fidelização à marca.

Com o acirramento da competição na venda de veículos novos, fato que reduz margens de montadoras e revendedores, a receita que norteia os esforços da área de pós-venda indica que o faturamento de peças e serviços deveria cobrir os custos fixos de uma concessionária. Tal condição, ideal, aliviaria a dependência que a rede tem historicamente do negócio de veículos para fechar as contas.



O trabalho envolve uma catequese da rede e dos frotistas. A marca Mercedes-Benz iniciou há alguns anos o programa chamado Fábrica Aberta, onde, ao lado da visita à unidade em São Bernardo do Campo, no ABC paulista, os frotistas recebem uma bateria de informações sobre as vantagens dos contratos de manutenção.

O fato é que, se há cinco anos, um quinto da rede Mercedes conseguia ter seus custos fixos cobertos pela venda de peças e serviços, hoje o universo atinge 40% das concessionárias da marca.

A marca de caminhões Volkswagen – cujas vendas somadas às da Mercedes totalizam mais de 60% de participação nos veículos de cargas – também está empenhacíssima na difusão do pós-venda. A empresa realiza sorteio semestral de veículos a partir de cupons que trazem informações sobre o nível de satisfação dos frotistas. O mais recente sorteio – um automóvel Fox – teve 36 mil cupons concorrentes. Esse bom retorno,

de 30% sobre as 120 mil ordens de serviços abertas no período, permite à empresa, com a tabulação das respostas, conhecer as demandas do mercado em relação ao pós-vendas.

A recomendação é que junto com a venda de veículos seja comercializado também o contrato de manutenção. Um negócio fechado no final de setembro ilustra o tema. Ao venderem 320 caminhões leves para o Grupo Martins, cujas entregas serão concretizadas até o final de 2004, as marcas Mercedes-Benz e Volkswagen, que dividiram meio a meio o pedido, também estenderam condições iguais a um contrato de manutenção por cinco anos, um prazo amplo e pouco praticado no País.

O contrato é total, envolve manutenção preventiva e corretiva. O treinamento dos motoristas está incluído, já que uma boa operação garante menores custos de manutenção com peças, diluindo riscos da rede e da fábrica que assumiram em contratos, níveis de preços e reajustes no fornecimento de peças.

CONTRATOS DEDICADOS – A profissionalização do negócio de transporte tende a tornar o transportador mais receptivo aos contratos de manutenção de sua frota. Solidez transmite confiança. Nos últimos anos tem crescido, por exemplo, o número de embarcadores dispostos a fechar contratos de serviços dedicados de transporte. Esses acordos permitem previsibilidade sobre o futuro. O embarcador ao garantir ao frotista determinada cota de carga e indexador de reajustes de fretes, passa a contar com oferta estável de caminhões. E, nesses casos, fica mais fácil para o transportador assumir contratos de manutenção – fundamentais para garantir maior disponibilidade à frota e transparência nos preços de peças e serviços.