ABRAHY informa

17 Fevereiro • 2017

Newsletter Bimestral da Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai

Dealer Business Meeting

Todas as ações planejadas e apresentadas durante o 5º Dealer Business Meeting (encontro da HMB com os concessionários da Rede), realizado no dia 7 de fevereiro, em São Paulo, terão, como foco, não apenas o cliente, mas, na nova realidade do mercado, o novo usuário (dos veículos e da internet).

O Dealer Business Meeting reuniu centenas de concessionários da Rede Hyundai, no Hilton Morumbi Hotel, localizado na capital paulista. O objetivo do encontro foi abordar os planos e novidades a serem implantadas pela marca no Brasil, em 2017, com foco na era digital. Segundo o presidente da Hyundai Motors Brasil, Mr. William Lee, o evento reforça os laços entre a marca, sua Rede e a ABRAHY, fortalecendo a parceria e comprometimento que levou a Hyundai, em 2016, a quebrar a hegemonia das marcas mais tradicionais, elevando-a à quarta posição no ranking do Brasil, tendo o HB20 como o segundo carro mais vendido no país. "Em 2017, estamos motivados a preservar essas e outras conquistas, como atingir a primeira colocação na Pesquisa J.D. Power e a liderança no segmento de SUV Compacto com o CRETA", revelou Mr. Lee, que acrescentou: "Só atingiremos esses objetivos se garantirmos a rentabilidade, e nossas armas são os nossos produtos: CRETA e HB20".

A montadora projeta crescimento de 4% para o mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves em 2017, e de 5% para as vendas globais da marca no mundo, que devem atingir 8,25 milhões de unidades este ano.

Em seu pronunciamento, Daniel Kelemen, presidente da ABRAHY, agradeceu aos representantes da montadora, da diretoria da ABRAHY e, especialmente aos concessionários da marca, pela confiança e parceria dos últimos anos. Reiterou que é a parceria que fez a marca superar os desafios dos últimos anos, conquistar um patamar invejável entre seus maiores competidores e que também, em 2017, o mercado será acirrado. "Este será um ano que, talvez, tenhamos que trabalhar mais do que em 2016. Mas pode ser mais fácil em função de termos aprendido com as dificuldades, no que a Rede Hyundai é especialista, além de termos investimentos por parte da montadora, com o CRETA e HB20. No segundo semestre do ano, acredito que estaremos mais estabilizados e poderemos crescer mais, de acordo com as limitações de produção da marca. A Rede tem total condição de atingir os objetivos traçados pela HMB mas, para isso, precisamos de investimentos em mídia para enfrentar a concorrência, investimento no CRETA, foco na linha 1.6 e para deficientes físicos. Mas, acima de tudo, precisamos reforçar a parceria que temos, o que nos tornará mais fortes e mais lucrativos", concluiu. (leia mais na página 3)

Business Dealer Meeting reuniu toda a Rede Hyundai
Página 3

Missão técnica da ABRAHY na NADA
Página 6

Mauro Correa comenta os desafios da Hyundai no mercado brasileiro
Página 7

Vamos nos diferenciar!

Por Daniel Kelemen, presidente da ABRAHY

Depois de encerrar 2016 como a quarta maior montadora do Brasil, quebrando uma hegemonia de décadas neste disputado ranking, acredito que chegamos a um novo patamar e, mais do que isso, estamos prontos para despontarmos ainda mais.

Como poderão ver neste boletim informativo, durante o Dealer Business Meeting, pudemos entender que a HMB está preparada para esta nova fase, adotando estratégias inovadoras e que, certamente, farão a diferença em nossos negócios, como é o caso da ampliação da nossa presença digital, que será uma grande tendência em nossas atividades e, mais uma vez, sairemos na frente. Agora, cabe a nós, concessionários Hyundai, a abraçarmos essas iniciativas e trabalharmos ainda mais para que ultrapassemos mais este desafio.

Estar cada vez mais próximos de nossos clientes, por meio da excelência no atendimento, será um fator decisivo para que a gente fidelize e engaje cada vez mais pessoas em nossas empresas. E, para isso, a ABRAHY Comercial também contribuirá neste processo. Com as soluções oferecidas por nossos parceiros, levaremos aos nossos clientes muito mais opções de escolhas, a preços competitivos, que poderão garantir, para nós, a geração de mais negócios.

Somado a isso, acredito que a capacitação e o aprendizado fazem parte deste processo. Estar atentos às tendências e às boas práticas de nossos pares nos ensina a diminuir os erros cometidos no passado e a aplicarmos, em nossas casas, ações que já deram certo.

Este foi o nosso intuito durante a NADA Convention, realizada em New Orleans-LA, e que contou com uma Missão Técnica, promovida pela ABRAHY, formada por cerca de 35 participantes, entre concessionários da Rede Hyundai e convidados de outras marcas, como Assobrav (Volkswagen) e Abracop (Peugeot). Durante a extensa programação, pudemos conhecer novas tendências por meio das palestras apresentadas no evento, além de ver, na prática, o que os concessionários norte-americanos fazem em suas lojas, por meio de visitas técnicas realizadas em Miami.

Vamos juntos! Construir um futuro promissor para o nosso negócio!

Um grande abraço e boa leitura.

Foco na liderança

Recém-chegado ao Brasil, o Diretor Executivo Coordenador da Subdivisão de Vendas, Pós-vendas e Marketing da HMC, Inwon Oh, disse, durante o Dealer Business Meeting, realizado no último dia 7 de fevereiro, que a Hyundai está preparada para lançar 28 modelos ecológicos até 2020, o que significam mais de 10 novos modelos da marca, a cada ano, no mundo, incluindo uma linha de SUV´s completa, com modelos regionais para atender as diferentes demandas de cada mercado. "O Hyundai CRETA brasileiro é uma prova CONCRETA disso", brincou Mr.Oh. De fato, a marca parece estar focada nos investimentos. "O Grupo Hyundai Motor irá aumentar a produção global para um total de 35 fábricas em 10 países e, na Coreia, nosso Centro Global de Negócios, que será aberto em breve, vai trazer uma nova era para a nossa empresa", destacou o executivo, que afirmou que a montadora não medirá esforços para motivar seus parceiros ou consumidores.

Segundo Angel Martinez, Diretor Executivo da Subdivisão de Vendas, Pós-Vendas e Marketing da HMB, não dar espaço para concorrentes é a palavra de ordem para a Hyundai este ano. "Estamos na 1ª Divisão dos melhores do Brasil, mas isso também nos fez perder o chamado elemento surpresa e agora nos tornamos alvos da concorrência", alertou Martinez.

O diretor da HMB disse, ainda, que, além das ameaças externas, como a concorrência e a era digital, existem as internas, formadas pela desatualização das instalações da Rede, risco do sucesso – que pode gerar acomodação-, e as novas exigências dos clientes, que merecem inovações por parte da marca e da Rede. "Nesse sentido, devemos trabalhar a parceria, a comunicação, transparência e o planejamento", concluiu.

A área de marketing promete atuar para ajudar a marca a atingir os pilares traçados como metas para 2017. Segundo Cassio Pagliarini, Diretor de Marketing da HMB, além do lançamento forte, com abordagem enfática, embasada em revelações gradativas do CRETA, serão criadas campanhas de sustentação de varejo, comunicação digital enfatizando a experiência diferenciada do consumidor, em vendas e pós-vendas, seja no showroom, promoções ou no meio digital e rede de suporte para alavancar a marca, onde estão previstos encontros com jornalistas, realização de eventos e outras ações de fortalecimento da imagem da Hyundai e seus produtos. O slogan da última campanha do CRETA reforça o desejo da marca por tempos melhores para o Brasil e para o setor: "Hyundai CRETA! O melhor vem agora!".

Inwon Oh, Angel Martinez e Cassio Pagliarini: manter a marca em crescimento é um dos principais focos da Hyundai.

Premiações aos melhores da Rede

O final do evento Dealer Business Meeting foi marcado por premiações às melhores concessionárias da Rede Hyundai. O Excellent Dealer Club, com avaliações realizadas entre setembro a dezembro de 2016, tomando como base as pontuações do HGSI, DEP, compras, crédito, entre outros itens, premiou concessionárias de todo o País, nas Categorias Silver Club e Gold Club.

Também foram anunciados os vencedores do "Customer Satisfaction Award 2016", que tiveram melhor média em vendas e pós-vendas, de um mínimo de 10 meses, tendo atingido as metas de peças e serviços.

Marketing Excellent Award

Em 2017, foi incluído, pela HMB, o "Marketing Excellent Award", que será mensal e considerará, ao final do ano, as 12 concessionárias vencedoras (uma de cada mês) que concorrerão ao prêmio máximo, como primeira colocada. Durante o Dealer Business Meeting, foram revelados os vencedores de três grupos de concessionárias: NEW, GERAÇÃO e CAOA.

Premiados Gold Club

Premiados Silver Club

Customer Satisfaction Award 2016

AGORA A GETNET ACEITA MAIS BANDEIRAS.

PASSE NA VERMELHINHA QUE É PRA JÁ!

MasterCard VISA elo American Express Hiper Hipercard alelo Good Card sodexo Ticket

Você precisa conhecer a Vermelhinha, a maquininha de cartão da Getnet. Ela aceita as principais bandeiras e tem dois chips para não faltar sinal.

Além disso tem um aplicativo de celular para você consultar transações, repor bobinas e até antecipar o pagamento de suas vendas.

Tudo para agilizar sua vida. Passe na Vermelhinha que é pra já.

Uma empresa Santander

getnet

Centenário na NADA reúne Missão Técnica da ABRAHY

A NADA- National Automobile Dealers Association, entidade que representa 18,8 mil concessionários nos Estados Unidos,completa, em 2017, 100 anos de fundação. Para comemorar essa e outras marcas, sua Convenção foi realizada entre os dias 26 e 29 de janeiro, na cidade de New Orleans, estado da Louisiana, e reuniu 22,5 mil participantes, entre norte-americanos e estrangeiros de mais de 30 países, incluindo o Brasil.

A ABRAHY organizou sua Missão Técnica, formada por cerca de 35 participantes, entre concessionários da Rede Hyundai e convidados de outras marcas, como Assobrav (Volkswagen) e Abracop (Peugeot).

Para auxiliar a Rede Hyundai a se aperfeiçoar, no Brasil, de acordo com a experiência norte-americana, a Missão Técnica da Abrahy saiu de New Orleans com destino à Miami, onde foram realizadas visitas técnicas importantes, nos dias 31 de janeiro e 1º de fevereiro. "Nas visitas, pudemos conhecer mais detalhes dos processos de vendas e pós-vendas adotados nas concessionárias, especialmente, a administração de leads. Mas, o que me chamou muito a atenção foi o forte trabalho feito com a venda de pneus, especialmente na concessionária Honda, e que pretendemos implantar em nossas lojas", comentou Marco Oliveira, diretor da HMB Carway, com quatro concessionárias Hyundai nas cidades de Porto Alegre, Canoas, Novo Hamburgo e Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul. "Ano que vem, certamente, participarei da programação novamente", completou.

Confira na coluna ao lado o artigo de Kiko Nigri, da Mega Dealer México sobre o assunto.

Integrantes do grupo formado pela ABRAHY, participam de visitas técnicas em concessionárias no Estados Unidos.

O cliente em primeiro lugar

Por Kiko Nigri, diretor da MegaDealer México

Os concessionários Hyundai, que estiveram na Missão Técnica da NADA, promovida pela ABRAHY, tiveram a oportunidade de visitar quatro concessionárias na região de Miami. A primeira visita foi na The Collection, onde há um conceito único, pois, em um mesmo prédio, eles comercializam veículos de oito marcas premium: Audi, Porsche, Ferrari, Maserati, Alfa Romeo, McLaren, Aston Martin e Jaguar.

Apesar de trabalhar com estas marcas no mesmo lugar, cada uma tem seu próprio showroom, interligados. Bem ao centro do edifício fica a recepção de serviços, que é comum para todas as marcas. A concessionária tem quatro pisos, sendo que o subsolo e o último piso são para o estoque de veículos, no térreo estão os showrooms e a recepção de oficina, enquanto que, no segundo piso, fica a oficina e o departamento de peças, que também têm os espaços demarcados para cada marca.

A segunda visita foi na Porsche of West Broward, uma concessionária do Grupo Penske, e a maior concessionária em área construída, da marca, nos Estados Unidos, com dois andares, e com telões distribuídos pelo showroom transmitindo, por streaming, a TV Porsche, direto da Alemanha.

O ponto principal destas duas visitas foi mostrar que, independentemente de serem marcas premium, os processos que são aplicados em todos os departamentos são os mesmos que em qualquer outra concessionária, tanto em vendas como no pós-vendas, que garantem um excelente atendimento e um fluxo contínuo dos processos.

No segundo dia, visitamos duas concessionárias do grupo Rick Case, das marcas Honda e Hyundai. Estas duas visitas ficaram marcadas pelos diferenciais que o grupo oferece a seus clientes, como o programa

Além da participação em palestras promovidas pela NADA, o grupo formado pela ABRAHY realizou benchmark em concessionárias Honda, Porsche e Hyundai, em Miami.

de fidelidade, que oferece gasolina mais barata e lavagens grátis por toda a vida do consumidor, e o dobro da garantia oferecida pelo fabricante em todos os veículos, inclusive nos usados certificados por eles.

O grande aprendizado destas duas visitas foi o conceito de tratar a todos os clientes como se fossem os melhores amigos de cada funcionário! Pois, assim que um cliente chega, ele é recebido por um gerente, que lhe entrega seu cartão de visitas e também do dono (Rick Case). Em ambos os cartões está o celular pessoal de cada um deles...

Esses conceitos poderão ser difundidos entre os concessionários que estiveram presentes na Rick Case, por meio do livro, entregue como brinde ao final da visita, chamado "Our Customers, Our Friends" (Nossos Clientes, Nossos amigos – tradução livre), o qual eu tive a oportunidade de ler no meu vôo ao México, e fiquei impressionado com a dedicação do Sr. Rick Case em recuperar a marca Hyundai nos Estados Unidos. Foi ele quem criou o conceito dos 10 anos ou 100,000 milhas de garantia da Hyundai, e ele conta, em detalhes no livro, o processo de negociações com a Hyundai e como conseguiu convencê-los a implantar a garantia!

No final de cada uma das visitas, o grupo se reunia em uma sala de reuniões para fazer perguntas sobre os processos e também de alguns indicadores operacionais (KPI's) com os gerentes de cada concessionária, o que foi muito produtivo para todos os participantes, que puderam analisar as melhores práticas de cada lugar e ver o que e como podem "tropicalizar" e aplicar estes conceitos em suas concessionárias.

"O desafio está em manter o que conquistamos"

Após encerrar 2016 como a quarta maior montadora entre automóveis e comerciais leves, a Hyundai possui diversos desafios para enfrentar ao longo de 2017. O primeiro, segundo Mauro Correa, presidente da Hyundai CAOA Montadora, está em manter o sucesso conquistado diante de um mercado ainda desafiador. "O mercado nos surpreendeu, negativamente, com os resultados apresentados no início deste ano, que foram inferiores aos de 2016. Porém, com as boas notícias que temos em relação à economia, como a queda nos juros, queda na inflação e, para o nosso caso, a queda do dólar, estamos confiantes em ter um bom 2017", explica Correa.

Mauro Correa, presidente da Hyundai CAOA Montadora

Com a expectativa de encerrar o ano com crescimento de todo o mercado, em torno de 3%, Mauro Correa acredita que o trabalho desenvolvido pela marca, nos últimos anos, consolidará o bom momento vivido atualmente. "Fizemos uma reformulação em nosso portfólio, com o lançamento do Creta, da New Tucson e do Elantra. São produtos que focam muito a segurança, a dirigibilidade, o design moderno, além de levar, ao consumidor brasileiro, itens de conforto e segurança que vão ao encontro de suas necessidades", detalhou.

Para o executivo, manter a quarta posição neste concorrido mercado não será fácil, porém, não será impossível em sua avaliação. "Digo isso, pois temos uma Rede comprometida, extremamente profissional, focada e unida, que realiza um trabalho de excelência junto ao consumidor, sempre alinhada com as diretrizes das montadoras. Acredito que, com este belo trabalho, vamos nos consolidar nesta posição", previu Correa, destacando ainda mais os diferenciais dos concessionários Hyundai. "Não teríamos este crescimento nos últimos anos, sem uma Rede preparada e adequada. Além da grande capilaridade, temos profissionais que oferecem a melhor prestação de serviços em nosso segmento", completou.

Toda essa excelência, segundo Corrêa, não seria completa sem a participação da ABRAHY nas decisões das montadoras. Para ele, a relação transparente, com confiança e respeito, é extremamente importante para o sucesso da marca. "Ouvimos muito a ABRAHY, pois ela nos traz uma boa experiência do mercado. Agora, juntos, vamos trabalhar para melhorar a rentabilidade dos concessionários, por meio da excelente qualidade de serviços e pós-venda. Vamos garantir que o consumidor tenha a melhor experiência de venda e pós-venda em toda a Rede", concluiu, destacando o programa Customer Service Exellence, desenvolvido na Rede CAOA, criando padrões de qualidade em serviços nas diversas áreas das concessionárias. "Conseguimos ampliar o número de passagens, além de maior fidelização. Este é um processo de melhoria contínua que pretendemos levar à toda a Rede".

ABRAHY Informa **é uma publicação bimestral da Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai**

Presidente Daniel Kelemen • **Vice-Presidente** Tiago Alves Pinto • **Vice-Presidente ABRAHY Comercial** Hilton Silveira **Diretor de Relações Institucionais** Samir Dahas Bittar • **Diretor Comercial** Fernando Coelho • **Diretor Pós-Vendas** Marcelo Sartório **Diretor de Marketing** Antonio Bordin Neto • **Diretor Administrativo e Financeiro** Roberto Faberge • **Diretor de Gestão** Luiz Reze • **Diretor de Qualidade** Leandro Assumpção • **Diretores Adjuntos** Luiz Henrique Albuquerque e José Luiz Lima Laitano • **Gerente Executiva ABRAHY** Camila Amin • **Gerente ABRAHY Comercial** Osvaldo Sasso • **Coordenadora** Isabel Camargo • **Coordenação e Edição** MCE Agência de Notícias • **Jornalista Responsável** Rita Mazzuchini (Mtb 22128) • **Fotos** Kátia Arantes, Igor Francisco e divulgação **Contatos com a redação** rita@mcepress.com.br

ABRAHY
Associação Brasileira dos Concessionários Hyundai

Rua Geraldo Flausino Gomes, 42 - 5º Andar
CEP 04575-060 - São Paulo-SP
NOVO TELEFONE: (11) 5102-5656

SISTEMA DE GESTÃO ISO 9001:2008 DA QUALIDADE

TRANSPORTAR SEUS SONHOS É O NOSSO COMPROMISSO.

Gabardo
TRANSPORTE DE VEÍCULOS

NO BRASIL E MERCOSUL.

transgabardo.com.br /transgabardo /transgabardo +55 51 3373 3000

Cuide do meio ambiente. Ele é a nossa casa.