

“Temos o balcão de peças aberto 24 horas por dia”



A estratégia de pós-venda da Mercedes passa por estreitar cada vez mais a parceria com as oficinas independentes. A nova versão do WebParts é o novo “balcão virtual” que vem agilizar as vendas online.

{ TEXTO CLÁUDIO DELICADO }



Wolfgang Saum

CONTACTOS

MERCEDES-BENZ PORTUGAL

Dir.-Ger. de Pós-Venda: Wolfgang Saum
219 257 000
mbportugal@mercedes-benz.pt
www.mercedes-benz.pt

A Mercedes lançou um novo portal para tornar mais rápida e simples a aquisição de peças originais da marca. A Mercedes-Benz WebParts é uma plataforma desenvolvida por profissionais para profissionais permitindo o acesso rápido a um conjunto de funcionalidades comuns aos serviços prestados pelo balcão de peças das oficinas autorizadas da rede de assistência da marca alemã. Wolfgang Saum, Diretor-Geral do Serviço Após-Venda da Mercedes-Benz Portugal, faz-nos uma visita guiada à estratégia de peças da marca no mercado nacional.

Qual a estratégia por trás do surgimento do novo portal Webparts?

Cada vez mais os clientes procuram soluções flexíveis e disponíveis 24/7. Desde sempre que o negócio de venda de peças ao balcão fez parte da estratégia de negócio da Mercedes-Benz. Quando em 2008 lançamos pela primeira vez a primeira versão do WebParts para o mercado, sentimos claramente que o futuro da identificação e encomenda online de peças originais Mercedes-Benz passaria por esta plataforma. Esta última evolução foi um passo natural no sentido de tornar a ferramenta mais “user-friendly” e com mais possibilidade tanto para quem vende como para quem compra. A identificação das peças está agora muito mais

facilitada e é possível aceder a campanhas e promoções de forma mais personalizada, tendo em conta as necessidades de cada cliente.

Este novo portal vem substituir o eMBpeças ou são complementares?

O novo portal WebParts não irá substituir o eMBpeças, uma vez que estas duas plataformas são complementares. O WebParts tem como principal objetivo a identificação e encomenda de peças online, já o eMBpeças é uma ferramenta de fidelização onde os clientes podem aceder a informações sobre novas peças disponíveis, campanhas e ainda acumular pontos em função das compras que poderão ser trocados por artigos da boutique ou por novas compras. Com estas duas ferramentas, pretendemos fechar o ciclo com os clientes de peças ao balcão, permitindo-lhes satisfazer todas as suas necessidades dentro da marca. Permite gerar alertas por parte das oficinas autorizadas Mercedes-Benz para os seus clientes de balcão, acerca de campanhas ou de novidades da marca. Os clientes podem ainda consultar os pontos disponíveis, através do seu telemóvel.

Para as oficinas e frotistas que já estavam habituados a usar o eMBpeças, o que traz de novo o WebParts? Mais funcionalidades?

A grande novidade é o seu interface que



a horários e constrangimentos. E o ritmo não vai parar, uma vez que temos grandes novidades a sair brevemente.

Que novidades vão lançar no WebParts? Vão existir campanhas apenas online, promoções, etc, para as oficinas?

Naturalmente, essa será a tendência. Com o lançamento da plataforma, lançámos algumas campanhas bastante agressivas que as nossas oficinas autorizadas estão a repassar para os seus clientes de balcão. Uma vez que os clientes que escolhem esta via para encomendar são um tipo específico de cliente, teremos naturalmente, ofertas customizadas para eles.

No negócio do pós-venda, qual o mix de vendas entre peças vendidas ao balcão e através do portal?

As compras de peças através do Webparts têm vindo a crescer, e prevemos que ultrapassem 10% do total de vendas ao balcão ainda este ano.

MAIS PERTO DOS INDEPENDENTES

Qual o peso da venda de peças para oficinas independentes na Daimler?

O negócio de balcão representa uma parte significativa das vendas de peças. Temos noção de que não é possível assistir todos os veículos nas nossas oficinas e com as vendas ao balcão pretendemos que, pelo menos, os clientes utilizem peças originais da marca, com todas as vantagens inerentes em termos de qualidade e fiabilidade. Temos reforçado a relação de parceria e proximidade com as oficinas independentes.

O negócio de peças para oficinas independentes é uma mais-valia para os concessionários Mercedes ao longo do país?

está mais intuitivo. Através do novo portal WebParts uma oficina independente poderá efetuar a encomenda das peças de duas formas: ou pesquisa diretamente por referência de peça e efetua a encomenda; ou poderá pesquisar através do identificador de peças online (EPC-Online), selecionar a peça e automaticamente efetuar a encomenda. Em relação aos clientes com frotas, desenvolvemos uma opção específica que possibilita ao cliente carregar no portal WebParts um ficheiro em vários formatos com a listagem das peças pretendidas, que é carregada para a plataforma e é efetuada automaticamente a encomenda. Assim, tal como já referimos anteriormente, com esta plataforma WebParts é possível identificar e encomendar as peças e ter acesso a todas as vantagens de ser um cliente fiel da marca.

Qual o balanço que faz de cerca de dois anos de utilização do eMBpeças?

Tem sido muito positivo, superando mesmo as nossas expectativas. O feedback dos nossos clientes tem sido no sentido de ser um passo inovador neste tipo de negócio, permitindo uma relação de parceria e proximidade com as oficinas autorizadas da marca.

Qual o papel deste tipo de portais para a estratégia do pós-venda da Daimler?

É o desenvolvimento natural em todas as áreas de negócio. Seja para clientes de peças ao balcão, seja para os clientes de oficina, os últimos anos têm sido de grandes avanços neste domínio. Os clientes conseguem hoje fazer quase tudo online, permitindo-lhes uma grande flexibilidade, não tendo de se adaptar



A venda de peças recondicionadas tem vindo a crescer exponencialmente e é uma tendência natural do mercado

O negócio de balcão é bastante importante na nossa atividade e tem vindo a crescer nos últimos anos. Procuramos manter uma relação de proximidade e de estratégia win-win, uma vez que uma oficina independente ao colocar uma peça original Mercedes-Benz está a oferecer ao seu cliente um produto com uma excelente fiabilidade.

Quanto vale o negócio de peças da Daimler em Portugal?

O negócio de peças da Mercedes-Benz em Portugal é um dos mais importantes a nível das marcas automóveis. Não sendo a marca com o maior parque no país, compensamos com agressividade comercial e fidelização de clientes que nos tem permitido atingir quotas de mercado muito interessantes. De facto, mesmo durante o período de crise que atravessámos nos últimos anos, temos vindo a crescer desde 2013.

PEÇAS RECONDICIONADAS

Qual é a importância das peças recondicionadas na estratégia de pós-venda da Daimler?

Tem vindo a crescer exponencialmente,





principalmente, alicerçado em 2 eixos: por um lado, pela vantagem que representa em termos de preço para os nossos clientes; adicionalmente, é uma resposta a todas as exigências ambientais que se colocam cada vez mais, principalmente a nível europeu. Esta é uma tendência natural do mercado.

Como, onde e por quem é feito esse recondicionamento e como decorre este processo?

A Daimler dispõe de um centro de recondicionamento de peças localizado perto da nossa sede. A Mercedes-Benz, naturalmente, tem uma logística associada que permite gerir todos os processos de devolução das peças usadas e de envio das recondicionadas para as oficinas autorizadas.

A vossa estratégia passar por “oferecer” também planos de manutenção ao consumidor final. Faz parte da estratégia para fidelizar clientes nas oficinas oficiais?

Os contratos de serviço fazem parte da estratégia futura da Mercedes-Benz. Em função do modelo do veículo e do número de quilómetros que o cliente faz por ano, existe uma renda mensal fixa que inclui o plano de manutenção previsto para esse período que permite ao cliente não ter custos inesperados, podendo planejar antecipadamente os seus pagamentos. Atualmente temos disponíveis 4 tipos de contratos de serviço, desde a manutenção programada até ao mais completo, o Excellent, que inclui manutenção programada, material de desgaste e extensão de garantia. Assim garantimos que o cliente está livre de preocupações ou surpresas no momento de realizar a manutenção do seu automóvel.



Qual a taxa de retenção dos clientes no serviço oficial dentro da garantia e fora?

Tem sido o principal foco da estratégia da marca, a nível de após-venda. Os resultados são visíveis uma vez que estamos desde

2011 a aumentar muito significativamente as nossas taxas de retenção, seja nos veículos dentro do período de garantia, como também nos veículos mais antigos, incluindo os veículos com mais de 8 anos que são, tradicionalmente, um segmento muito sensível ao preço. Temos feito um trabalho no sentido de demonstrar que o serviço da marca é competitivo, oferecendo soluções exclusivas e diferenciadas, consoante o segmento de clientes. Igualmente, temos vindo a aumentar a abrangência da nossa oferta de forma a garantir que os clientes podem satisfazer todas as suas necessidades dentro da marca, assegurando a sua mobilidade em todas as situações. ◯



10%

VALOR PREVISTO DE VENDAS DE PEÇAS ATRAVÉS DO WEBPARTS PARA ESTE ANO