

## RETENÇÃO NO PÓS-VENDAS EM CONCESSIONÁRIAS NO PERÍODO PÓS GARANTIA

Carlos Bernardi | AM2 Consultoria

11/06/2021

Quando falamos de rentabilidade no Pós-Venda em concessionárias, sempre nos vem à mente exercícios de como aumentarmos as passagens na oficina ou como incrementar o ticket médio através de serviços adicionais, novos produtos, campanhas, etc.

O mais importante e o mais impactante para obtenção de fortes resultados deixamos muitas vezes de lado.

O trabalho de RETENÇÃO de veículos fora do período de garantia é um ótimo exemplo das ações que na maioria das vezes não trabalhamos de forma eficiente ou mesmo NÃO atuamos.

Vamos construir um cenário.

Imagine que a média de permanência com um veículo 0 KM pelo CLIENTE seja de dois anos. Com uma rodagem média de 12.000 a 15.000km/ano.

Após o período acima mencionado o CLIENTE se desfaz de seu veículo ainda com garantia de fábrica (para a maioria das marcas), ou seja, dentro do período em que as revisões teoricamente deveriam ser feitas na Rede de concessionárias, para que a garantia não seja invalidada.

Com a rodagem média entre 1.000 a 1.200 km/mês a necessidade de manutenção tem tickets baixos em valores, pois via de regra são realizados os serviços de troca de óleo e filtros, pastilhas e outros.

A grande sacada está nos reparos mecânicos e manutenções de maior valor.

Aí é que a maior parte da Rede de distribuição NÃO atua. Estes serviços ocorrem geralmente com quilometragens mais ALTAS, quase sempre fora do período de garantia.

O cenário fica ainda pior se considerarmos que temos dificuldades em obter os dados do segundo ou terceiro proprietário para que tenhamos um programa de RELACIONAMENTO que gere RESULTADO.

Ou seja, a concessionária fica com boa parte da receita de oficina dependendo de veículos ainda dentro do período de garantia, onde os tickets são menores, e os veículos com os tickets de maior valor migram para os reparadores independentes.

Como RETER estes CLIENTES com maior potencial de faturamento e rentabilidade em nossas oficinas quando o período de garantia acaba?

RELACIONAMENTO, uma palavra até certo ponto batida, porém é onde teremos os melhores resultados na oficina, não apenas com foco na satisfação do cliente, mas principalmente no aumento do ticket médio por passagem, perenidade de passagens e principalmente DINHEIRO vindo pelo Pós-venda.

Em estudos e cases realizados pela AM2 uma estruturação dentro dos dados e do relacionamento frequente com os Clientes geraram um aumento na retenção de clientes fora do período de garantia.

Interessante lembrar o grande diferencial da Rede de distribuição, que tem, além do ferramental específico, informação técnica privilegiada e treinamento da montadora a expertise em uma única marca. Condições, portanto, ideais para prestar um ótimo serviço ao parque mais antigo e conseqüentemente AUMENTANDO o ticket médio por passagem e rentabilizando a estrutura de pós-venda existente na concessionária.