

## Entrevista

# ALEXANDRE FLATSCHART - COMPROMETIDOS EM AGREGAR CADA VEZ MAIS VALOR AO NEGÓCIO DOS NOSSOS CLIENTES

Alexandre Flatschart, Diretor da área de Customer Solutions para a América Latina, avalia que o ano de 2019 foi bastante produtivo em termos de implantação de novos processos e lançamento de soluções que visam agregar cada vez mais valor ao negócio dos clientes. Além disso, ele ressalta uma importante mudança de cultura: o compromisso com a disponibilidade (uptime) deixou de ser um objetivo apenas da área de pós-venda, tornando-se um objetivo comum de toda a organização.

Com relação às perspectivas para o próximo ano, Alexandre destaca que “estamos trabalhando em uma estratégia de negócio que prevê um caminho de crescimento até 2025 com foco no aumento da satisfação do cliente e da nossa participação de mercado. Temos várias iniciativas em curso que serão amadurecidas e ampliadas para outros mercados, como o Programa de Excelência



em Serviços e a Garantia Estendida. Também estamos prevendo um trabalho muito próximo dos distribuidores na implantação do processo de gestão de máquinas paradas, visando torná-lo cada vez mais amplo e automatizado. Além disso, seguiremos firme na implantação do novo modelo de negócios da SDLG”.

## Lançamento

# VOLVO CE LANÇA NOVA GERAÇÃO DO VTS NA AMÉRICA LATINA



Com o suporte de décadas de experiência, a Volvo aprimorou seu Sistema de Dentes (VTS) para proporcionar níveis ainda mais altos de desempenho e disponibilidade para os clientes. “A nova geração do VTS possui vários diferenciais como, por exemplo, novos desenhos e sistema de travamento que dispensa o uso de martelo e torna o processo de troca do dente muito mais ágil, simples e seguro”, conta Ney Neves, da área de Customer Solutions Business Development da Volvo CE LA.

A nova geração do VTS atende quase a todo o portfólio de escavadeiras (da EC140 à EC950) e carregadeiras Volvo (da L60 à L350). “Seu lançamento acontece globalmente em três ondas. A primeira delas, cujas peças são dos tamanhos 21 e 66, cobre a maior parte da nossa população de máquinas. Esses itens já podem ser solicitados pelos distribuidores latino-americanos aos nossos Centros de Distribuição. As duas próximas ondas de VTS serão introduzidas ao longo de 2020”, destaca Ney.

## TREINAMENTO ENFOCA O PREÇO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA

Nos meses de agosto, setembro e outubro, 52 representantes da rede de distribuição brasileira e hispânica participaram de um treinamento on-line sobre a formação e utilização dos preços como ferramenta estratégica. “O preço é um dos atributos principais de um produto ou serviço. Ele deve refletir tudo o que agrega valor a um determinado item e que é percebido pelo cliente que o adquire. É fundamental que nossa rede de distribuição saiba utilizá-lo para alavancar negócios e gerar resultados”, conta Alexandre Godoy, responsável pela área Preços de Peças e Serviços de Pós-venda na Volvo CE Latin America.

O treinamento foi estruturado em dois módulos de duas horas cada e ministrado via Skype pelos instrutores Aline Martz e Guilherme Pitta, da equipe da Volvo CE.

Na primeira parte, foram abordados tópicos como a lógica de preços Volvo, como agregar valor ao preço, sensibilidade ao preço, ferramentas disponíveis e classificações de peças.



Já o segundo módulo incluiu temas como a teoria da elasticidade, o ponto de equilíbrio, participação de mercado (market share), promoções e aplicabilidade das ferramentas.

### Boas práticas

## TECNOESTE IMPLANTA PROGRAMA DE QUALIDADE EM SERVIÇOS

Norteadas pelos princípios de melhoria contínua do Programa de Excelência em Serviços (PES) da Volvo CE, a Tecnoeste decidiu promover uma profunda revisão e o redesenho dos seus processos de atendimento a clientes e gestão de serviços. “Como representamos uma marca premium, nossa prestação de serviços precisa ter o mesmo alto nível de qualidade dos equipamentos que comercializamos. Trabalhando de forma holística e integrada, vamos atingir os objetivos dessa jornada para a excelência em serviços”, conta Alberto Meyer, Diretor de Pós-venda do distribuidor.

O programa da Tecnoeste iniciou em junho deste ano e conta com o apoio de um consultor especializado em serviços e atendimento ao cliente. A primeira etapa envolveu uma revisão de processos internos e uma pesquisa junto aos clientes para verificar como a Tecnoeste era percebida do ponto de vista da prestação de serviços. Após a etapa de diagnóstico, o programa evoluiu para a estruturação de um plano de trabalho envolvendo várias ações para serem implantadas ao longo dos meses seguintes, segmentadas em três grandes pilares: pessoas, processos e informações.