

Perspectiva

FOCO TOTAL NOS CLIENTES

Ao fazer uma análise dos últimos meses, Alexandre Flatschart, diretor de Customer Solutions para a América Latina, considera o saldo de ações e projetos implantados bastante positivo. “Lançamos soluções como a nova geração do VTS, a extensão da garantia para peças genuínas e os novos lubrificantes. Apoiamos os distribuidores na área logística com treinamentos on-line, além de oferecer linhas de crédito especiais”, comenta, destacando que outra importante mudança foi a reestruturação das áreas comercial e de pós-venda, que já estão atuando em maior sinergia e proximidade com a rede.

Para os próximos meses, o uso de canais e ferramentas digitais deve se intensificar. “Estamos estruturando o processo de vendas on-line de peças para a SDLG, que será lançado em fase-piloto inicialmente no Brasil. Também ofereceremos novas ferramentas virtuais para atendimentos remotos e para a realização das monitorias do Programa de Excelência em Serviços.”



Customer Solutions

SERVIÇOS E GARANTIA CONTÍNUOS



Desde o início da pandemia, a equipe da área de Garantia e Suporte de Serviços viu a demanda de trabalho aumentar e precisou se estruturar rapidamente para prover o adequado padrão de atendimento à rede e aos clientes. “Buscamos avaliar caso a caso e, na medida do possível, flexibilizar os prazos das garantias dos equipamentos”, conta Márcio Muraro, gestor da área.

Segundo ele, estão previstos para o próximo ano o aprimoramento dos processos remotos de auditoria e suporte e a implantação de uma agenda de reuniões bimestrais, na linha de Brush-up Técnicos, para incentivar o compartilhamento de informações, novidades e boas práticas com os distribuidores. “Nossa área vai continuar prestando todo o suporte à rede e utilizando cada vez mais as novas tecnologias e ferramentas de atendimento remoto, que nos possibilitam estar próximos e atuar de forma cada vez mais ágil e assertiva.”



PROATIVIDADE EM SOLUÇÕES DE PÓS-VENDA

A área Comercial de Pós-venda passou recentemente por uma reestruturação na qual foram criadas duas novas funções: Inteligência de Negócios e Canal Digital de Vendas. “Com essas mudanças, atuaremos de forma mais próxima à rede, desenvolvendo proativamente soluções em serviços sintonizadas com as necessidades de cada mercado. Também teremos um grande foco em transformar dados em informações e ações de valor real para nossos clientes”, destaca Daniel Campos, que assumiu em outubro deste ano a gerência da área.

“Buscaremos aprimorar nossos serviços envolvendo Garantia Estendida, Acordos de Suporte ao Cliente e soluções de telemática como o CareTrack e o ActiveCare Direct, que geram ótimas oportunidades de relacionamento e tangibilizam nosso compromisso com a alta disponibilidade das máquinas de nossos clientes.”

COMPROMISSO COM A ALTA DISPONIBILIDADE

O avanço do coronavírus trouxe grandes desafios para as atividades logísticas. “Trabalhamos intensamente na gestão da nossa cadeia de suprimentos, interagindo continuamente com os diretores de pós-venda dos distribuidores e fazendo uma ponte entre as necessidades da rede e do cliente por meio da disponibilidade dos nossos armazéns”, destaca Luís Zanciskoski, responsável pela área de Parts Logistics & Order Management.

“Em 2021, atuaremos cada vez mais próximos dos distribuidores apoiando o processo de vendas e de planejamento operacional (S&OP), além de acompanhar de forma mais estruturada o processo regional de lançamento de produtos e o ciclo de vida dos equipamentos. Também passaremos a adotar parâmetros globais bem rigorosos envolvendo a alta disponibilidade de peças para equipamentos-chave na linha Volvo (Premium Support e Extended Premium Support).”



PROXIMIDADE DIGITAL

A série de filmes “Volvo com Você” foi lançada em julho deste ano nos canais de mídias sociais da Volvo CE Latin America e já apresentou a nova geração do VTS e soluções consagradas como motores e peças genuínas, além de dicas de operação e higienização de equipamentos. “Essa série foi criada como uma forma de tentarmos manter a proximidade junto ao cliente em um momento de restrições e de muitos desafios”, conta Suzanne Darie, responsável pela área de Comunicação & Marketing da Volvo CE Latin America.