

Boas práticas

SATISFAÇÃO DO CLIENTE: ESSENCIAL PARA O SUCESSO DE TODOS



O sucesso do cliente é um dos valores do Grupo Volvo. Tanto a Volvo CE quanto a SDLG possuem um processo contínuo para avaliação da satisfação dos clientes por meio de duas ações: a pesquisa da experiência de compra (realizada até 30 dias após a entrega técnica do equipamento) e a pesquisa da experiência de uso (realizada um ano após a entrega técnica do equipamento). A média dos resultados desses dois levantamentos gera um índice denominado Customer Satisfaction Index (CSI).

“Todos os distribuidores possuem metas individuais envolvendo esses indicadores. As informações

dessas pesquisas são compartilhadas com a rede por meio de um sistema exclusivo com dados atualizados e segmentados por distribuidor, por filial, por equipamento e por cliente. O sistema também possui um processo de workflow para a gestão de reclamações e pendências. Cada ocorrência recebe um número de cadastro e é enviada para os responsáveis no distribuidor, disparando alertas periódicos até que o caso seja encerrado”, explica Fernando Agostinho, responsável pelo projeto na área de Comunicação & Marketing.

Resultados da Volvo CE

“Estamos evoluindo de forma positiva, mesmo em tempos desafiadores. Essa evolução é conjunta e envolve tanto os distribuidores quanto nossas áreas administrativas e a fábrica com o objetivo único de termos clientes satisfeitos e com sucesso em suas operações. A meta geral da Volvo CE para 2021 é de 9,0 e inclui várias ações. Uma delas será apresentada à rede nas próximas semanas. Trata-se de um processo estruturado de gestão de reclamações de clientes a partir das ordens de serviços abertas. Implantamos um projeto-piloto em parceria com um distribuidor brasileiro, que vem trazendo resultados muito positivos”, ressalta Fernando Agostinho.

ANO	EXPERIÊNCIA DE COMPRA	EXPERIÊNCIA DE USO	MÉDIA GERAL - CSI
2020	9,2	8,6	8,9
2019	9,2	8,6	8,9
2018	9,1	8,6	8,8
META GERAL PARA 2021	9,3	8,7	9,0

Resultados da SDLG

Nos últimos três anos, a SDLG vem gradualmente elevando seus indicadores que, em 2020, ficaram acima da meta. “Percebemos que, entre os clientes que registraram algum tipo de alerta ou pendência na pesquisa, o nível de satisfação com o atendimento do distribuidor melhorou significativamente. Esse acompanhamento comprometido da rede é fundamental para que possamos efetivamente oferecer um pós-venda forte e confiável.”

ANO	EXPERIÊNCIA DE COMPRA	EXPERIÊNCIA DE USO	MÉDIA GERAL - CSI
2020	9,3	8,1	8,7
2019	9,0	8,0	8,5
2018	8,8	7,8	8,3
META GERAL PARA 2021	9,0	8,0	8,5

Campanha de Vendas



CAMPANHAS ACELERAM NEGÓCIOS E PREMIAM TALENTOS

A Volvo CE acaba de lançar a quarta edição da Promoção Nacional de Peças e do CS Challenge, que passam a valer de abril a novembro de 2021.

A Promoção Nacional de Peças 2021 tem como mote “Quem escolhe Volvo não para”. Uma das mudanças incorporadas nessa nova edição é o agrupamento das peças em quatro grandes temporadas de ofertas: peças de reparo, peças de segurança, peças de desgaste e serviços. “A cada dois meses, promoveremos um determinado grupo de ofertas, incentivando a interação contínua dos vendedores com seus clientes. Nosso objetivo é incrementar em 30% o faturamento nos itens em destaque. Para tal, preparamos ofertas extremamente competitivas, incluindo peças com preços inferiores aos praticados em 2019, na última edição da campanha”,

conta Henrique Chuves, da área de Customer Solutions – Business Development da Volvo CE.

A edição 2021 do CS Challenge abrange serviços de pós-venda e uma ampla linha de peças. “A campanha é dirigida às equipes comerciais dos distribuidores. Nas últimas edições, obtivemos um engajamento fantástico de todo o time, o que nos motivou a lançar um novo desafio para continuar reconhecendo e premiando os talentos da nossa rede”, ressalta Chuves. A cada mês, será incentivada a venda de uma linha de peças ou um serviço, que será divulgada aos vendedores no final do mês anterior. No mês de abril, por exemplo, o CS Challenge inicia promovendo o Volvo Reman. Os resultados gerais serão medidos proporcionalmente, de acordo com o potencial de cada distribuidor. Os distribuidores que se destacarem no mês receberão prêmios especiais. Uma novidade para este ano é que as vendas das peças promovidas na Promoção Nacional de Peças somarão pontos para os distribuidores no CS Challenge.