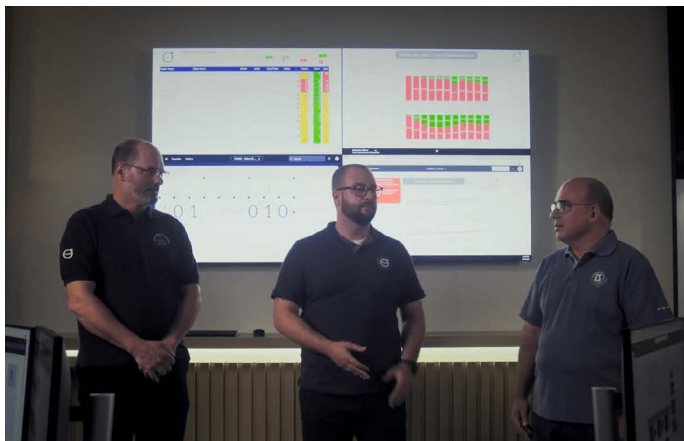


## Estratégia

# COMPROMETIDOS COM A DISPONIBILIDADE



A área de Customer Solutions inicia 2023 com diversas iniciativas previstas para elevar os níveis de serviço e de disponibilidade. Na área de Logística, Luis Zanciskoski destaca três projetos principais: a finalização dos projetos de rollout do sistema logístico MMI para a SDLG, o planejamento da disponibilidade de peças através de um processo de S&OP (Sales and Operation Planning) e o desafio de implementar o novo Uptime Center na rede de distribuição.

Marcio Muraro, gestor da área de Serviços, comenta sobre o desafio de consolidar as informações do Uptime Center em um único portal e sobre a retomada dos Brush-ups técnicos presenciais, tanto no Brasil quanto nos mercados hispânicos. Para Marco Cazarim, responsável pela área Comercial, é de fundamental importância o trabalho unificado entre as três áreas de Customer Solutions. Segundo ele, o compromisso com a disponibilidade e com o sucesso do cliente é coletivo. Ele depende das equipes internas da Volvo CE e dos distribuidores, que são o principal elo com os clientes.

## Campanhas

# CAMPANHAS COMERCIAIS TRAZEM NOVOS E EMOCIONANTES DESAFIOS



“No Uptime Challenge, a cada mês, continuaremos incentivando a venda de uma linha de produtos. Entretanto, serviços como os Acordos de Manutenção e a Garantia Estendida serão promovidos por uma temporada mais longa, em paralelo com as peças. Além do desafio comercial, os vendedores também participarão de desafios teóricos mensais relacionados a produtos e sistemas com treinamentos disponíveis na plataforma VEIDA. O melhor desempenho individual de cada equipe terá a sua vaga assegurada para as etapas presenciais, que neste ano serão duas: uma no mês de agosto (checkpoint) e a outra no mês de dezembro (final)”, conta Gabriela Montanari, que coordena a campanha na área de Customer Solutions – Business Development.

## CAMPANHA NACIONAL DE PEÇAS

Utilizando o consagrado mote “Quem escolhe Volvo não para”, a Campanha Nacional de Peças terá três grandes temporadas de ofertas. “A cada trimestre, promoveremos um determinado grupo de ofertas, incentivando a interação contínua dos vendedores com seus clientes. Para tal, preparamos ofertas extremamente competitivas. A primeira temporada traz 100 peças em oferta, com descontos de até 47%”, destaca Gabriela, complementando que uma das mudanças incorporadas nessa nova edição é a possibilidade de o distribuidor realizar ofertas regionais, promovendo peças do seu estoque a partir da segunda temporada.



## CAMPANHA DE LUBRIFICANTES

Lançada em janeiro deste ano, a Campanha de Lubrificantes 2023 vai até o final de setembro. As premiações são trimestrais para incentivar a competitividade entre os participantes. A equipe vencedora da competição indicará três pessoas, que participarão do Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1. “Trabalhamos com múltiplos critérios de

pontuação, em sinergia com os objetivos estratégicos da Volvo CE. Os resultados dos dois primeiros meses apontam um crescimento de aproximadamente 15% no volume total de vendas”, destaca Fernando Fagundes, responsável pelo projeto na área de Customer Solutions – Business Development.

Logística

# SISTEMA MMI: UM ALIADO PARA ELEVAR O NÍVEL DE SERVIÇOS DA SDLG



O sistema MMI (Manufacturer Manage Inventory), voltado à gestão de pedidos de peças, acaba de ser implantado para a SDLG nos distribuidores do Brasil e dos países hispânicos.

A Tecnoeste, que distribui os equipamentos Volvo nos estados do Mato Grosso e do Mato Grosso do Sul, participou de forma pioneira na implantação do MMI para a SDLG e vem registrando ótimos resultados. “Demos início ao projeto MMI SDLG em outubro de 2021. Do ponto de vista do distribuidor, tivemos diversos benefícios. A eficiência logística gerada pelo sistema MMI permitiu à Tecnoeste obter um estoque saudável com maior giro de peças e garantia de recompra, tudo isso tendo como grande benefício a velocidade nos processos. A ferramenta MMI nos proporcionou um aumento nos índices de serviços, gerando uma maior satisfação aos nossos clientes. Aumentamos o índice de disponibilidade de peças em nossos armazéns, assegurando agilidade na entrega e menor tempo de máquina parada”, destaca Delma Baia, Gerente de Logística da Tecnoeste.

Boas Práticas

# PESQUISAS DE SATISFAÇÃO: APRIMORANDO A EXPERIÊNCIA DOS CLIENTES

“Por sua importância estratégica, o processo de gestão das pesquisas de satisfação com os clientes realizadas pela Volvo CE (CSS) e pela SDLG (CER) é continuamente aprimorado. No início de 2023, implantamos melhorias sintonizadas com as melhores práticas do mercado”, conta Fernando Agostinho, da área de Comunicação & Marketing.

Entre as melhorias estão a inclusão de novos filtros nos questionários de pesquisa Volvo (CSS) e a introdução de uma ferramenta no portal de acesso da pesquisa para o distribuidor compartilhar os resultados com as equipes (CSS & CER). No segundo trimestre, as pesquisas de satisfação Volvo passarão a ser também realizadas por WhatsApp (CSS) e o serviço “Fale com a SDLG” será ampliado, oferecendo além do contato telefônico, atendimento através do website da SDLG (com opções de contato por meio de chat e WhasApp).