

## PAPO ABERTO

Começamos a organizar a Assembleia ABRADIC e a Convenção ABRADIC & FCA 2017. Nesta edição da ABRADIC Press, trazemos as primeiras informações sobre esses eventos, que já estão marcados para os dias 28 e 29 de novembro, no Hotel Gran Estanzola Berrini, em São Paulo. Juntos, com a união da força da Rede e da marca, vamos comemorar os 10 anos da ABRADIC, consolidar as realizações de 2017 e nos preparar para os desafios de 2018. A programação inclui temas de relevância para que possamos alcançar maior eficiência e qualidade em nossos serviços.

Na entrevista desta edição, com Rogerio Diaconiuc, Diretor Comercial do Jeep Bank e CJDR, vamos conhecer a estrutura financeira que a FCA oferece para a Rede. Ele também apresenta dados que nos permitem compreender melhor as características e necessidades dos clientes que buscam o financiamento, como os valores que estão dispostos a pagar mensalmente e o número de parcelas. Neste contexto, conta ainda como está a adesão das Concessionárias ao plano Next Jeep e ao Floor Plan.

Como parte da busca constante de excelência, apresentamos o Índice de Atendimento a Clientes da Concessionária (IACC), criado pela FCA com o propósito de contribuir para um maior controle e aprimoramento da qualidade desses serviços. Para alcançar uma boa pontuação, é preciso estar em dia com a indicação e treinamento de profissionais dedicados ao atendimento a clientes e também com as atividades registradas e concluídas no Sistema Siebel. Com isso, o indicador ajuda os Dealers a terem um monitoramento mais amplo e efetivo do relacionamento com os consumidores e do seu desempenho na área.

Como resultado de uma mudança já implementada neste ano, destacamos uma importante conquista, que comprova os esforços da Rede para alcançar um melhor desempenho nos processos de garantia. Com a implantação do novo critério para o Reajuste da Mão de Obra de Garantia (RMOG), a média nacional do



Scorecard, que passou a compor o cálculo desse item, evoluiu de 75,54 pontos em junho deste ano para 83,28 pontos em setembro.

A performance positiva do Jeep Compass continua dando sustentação para o crescimento do Market Share da Marca, que avançou para 26,26%, nos primeiros nove meses deste ano, ante 21,21% no mesmo período de 2016. Confira também, nas informações sobre o mercado, a liderança absoluta do Compass no segmento SUV e a segunda posição do Renegade no SUV.

Trazemos ainda dois temas apresentados no 27º Congresso e ExpoFenabreve – neurovendas e neuroliderança. Diante das mudanças de hábitos dos consumidores, que prometem desafiar cada vez mais as Concessionárias, especialistas da Florida Christian University indicam a utilização das descobertas da neurociência para conquistar clientes e para se tornar um líder mais eficiente e feliz. Também no campo da influência das emoções nas decisões financeiras, registramos a escolha de Richard Thaler como ganhador do Prêmio Nobel de Economia 2017 por seus estudos na área de economia comportamental.

Boa leitura e boas vendas.

Luiz Sergio de Oliveira Maia  
Presidente da ABRADIC



## EM DESTAQUE

### Rogério Diaconiuc

“O Jeep Bank apresenta uma participação de 49% nas vendas financiadas, considerando o volume acumulado deste ano.”

Os clientes que buscam o financiamento de seu Jeep, seja Renegade ou Compass, em geral, optam por entradas superiores a 40%, com parcelas acima de R\$ 2.500, em 24 e 36 meses, conforme revela o diretor comercial do Jeep Bank e CJDR, Rogério Diaconiuc. Além de informações relacionadas ao perfil

dos consumidores, ele relata como funciona a estrutura de suporte financeiro da FCA para a Rede, por meio do Banco Fidis, direcionado ao atacado, e do Jeep Bank, que tem foco no varejo. Também aborda os serviços e planos disponíveis, como o Next Jeep, que tem como objetivo fidelizar os clientes e já conta com 90% de adesão das Concessionárias.

#### **Como é a estrutura do Jeep Bank e do serviço de back office do Bradesco?**

O Jeep Bank possui uma estrutura de campo composta por funcionários do Banco Fidis, pensada para cobrir todo o território nacional no atendimento comercial às Concessionárias. Estar ao lado dos Dealers com a máxima proximidade e atuar com foco nas características específicas dessa operação são grandes diferenciais. Nesse processo, contamos com a estrutura de back office do Bradesco Financiamentos, que nos garante credibilidade e outros pontos essenciais como agilidade, com equipes de Crédito dedicadas à operação distintas para pessoas físicas e jurídicas, o que nos proporciona uma excelente taxa de aprovação de financiamentos. A área de Formalização, também com núcleos voltados à nossa operação, possui processos estruturados com

recursos dinâmicos e avançados, que resultam em pagamentos rápidos aos lojistas e suporte ao time comercial. Há ainda áreas especializadas para cuidar de tudo o que for preciso ao longo do ciclo de vida do cliente, que vai do momento da assinatura do contrato e da alienação até a baixa do gravame, quando este se encerra, passando, por exemplo, pelo suporte para casos de transferência de dívida e troca do veículo no meio do contrato. Para isso, os clientes dispõem de canais customizados nas centrais de atendimento, website e App, geridos por núcleos dedicados para que sua experiência seja de qualidade, condizente com o perfil do público Jeep. Como apoio comercial, está disponível, gratuitamente, o portal de anúncios Autoline, com customização para os parceiros Jeep.

#### **Qual é a participação do Jeep Bank nas operações de varejo do grupo?**

O Jeep Bank apresenta uma participação de 49% nas vendas financiadas, considerando o volume acumulado deste ano.

#### **Quais os planos de financiamento que oferece e suas vantagens para os clientes em relação à concorrência?**

Temos diferenciais, como: planos

balões, cujo exemplo é o Next Jeep, desenvolvido em conjunto com a Jeep e a ABRADIC; planos sazonais, com parcelas a cada seis meses; planos com carência, que possibilitam entradas para até 90 dias; e também as alternativas convencionais de produtos que o mercado oferece, entre outras opções. Além dos planos, outro ponto forte de nosso atendimento está na aprovação de crédito, que é superior a 80%, o que garante que os clientes sejam atendidos da melhor forma possível.

**Quais os valores para os quais os clientes buscam financiamento?**

Hoje temos financiamentos disponíveis para todos os clientes da Jeep, que desejam adquirir desde o Renegade e o Compass até os importados. O valor médio financiado está em torno de R\$ 46.000. Lembrando que oferecemos financiamentos também para todos os seminovos comercializados pela Rede Jeep com ótimas condições de taxas e aprovação.

**Qual o perfil dos consumidores que optam pelo financiamento?**

No geral, 56% são do gênero masculino e 55% casados. E a faixa etária acima de 31 anos representa mais de 70% dos nossos clientes, que estão espalhados por todo território nacional.

**Como é o comportamento do cliente em relação à entrada, taxa de juros, valor e número de parcelas, na compra do Renegade e do Compass?**

Pelo perfil dos clientes Jeep, temos um número muito elevado de compras à vista, em média de 60%. Já os clientes que buscam o financiamento geralmente escolhem entradas superiores a 40%, com parcelas acima de R\$ 2.500, em 24 e 36 meses. A taxa zero, em 12 e 18 vezes, também é uma ótima opção de “chamada” e fechamento.

**Como funciona o plano Next Jeep?**

É uma ótima opção de fidelização para os clientes Jeep. Basicamente, envolve uma entrada baixa (30%), 35 parcelas menores do que as de planos convencionais e um balão final (36ª parcela) de 30% do montante financiado, além da recompra garantida pelas Concessionárias Jeep por valor equivalente a 80% da tabela Fipe (segundo as condições do manual do programa). Isso torna o plano muito interessante, pois o cliente pagará apenas uma vez a entrada. Em todas as demais trocas, a entrada será absorvida pela recompra do veículo usado e aquisição do novo Jeep.

**Como está a aderência da Rede ao Next Jeep? Pode mencionar exemplos?**

Já assinaram junto à FCA o termo de adesão ao plano 90% das Concessionárias. Hoje o Next representa 15% dos financiamentos do Jeep Bank. Temos vários Dealers que desenvolvem excelentes iniciativas com o programa. A Fiori, por exemplo, faz um trabalho excepcional. Criou uma identidade visual, banners, pins, investiu em treinamento do time em propaganda e é a campeã de vendas do Next. Também temos a Italiana, Raviera, Primavia, Via Sul, Savarauto, Iesa, Auguri, DVA, entre outras, que vêm produzindo cada vez mais e entendendo a importância do plano para a fidelização.

**Que atividades estão sendo realizadas para promover o Next Jeep?**

O Jeep Bank está dedicando esforços ao treinamento das equipes de vendas. Fizemos os programas da TV FCA, que tiveram sucesso de audiência, e treinamos presencialmente todas as Concessionárias participantes do programa, em duas ocasiões.

Até o final deste ano, treinaremos 100% da Rede novamente. Também estamos preparando o lançamento de um simulador e de um site, onde os clientes poderão simular e conhecer melhor o produto, além de desenvolvermos campanhas de vendas para as equipes.

**Como é a estrutura do Banco Fidis e o funcionamento dos seus serviços para o atacado?**

O Banco Fidis conta com uma equipe de consultores dedicados às operações de atacado, responsáveis pelo atendimento aos Dealers, proporcionando segurança e agilidade nos serviços de Floor Plan Novos e Usados.

**Como está a aderência da Rede ao Floor Plan de Usados?**

Mesmo diante da crise, o Banco Fidis continuou incrementando suas linhas de crédito ao Floor Plan Usados Jeep. Atualmente são R\$71 milhões aprovados, demonstrando total parceria e confiança às Concessionárias.

**As taxas do Floor Plan são realmente competitivas?**

O Banco Fidis oferece às Concessionárias Jeep os produtos de Floor Plan para veículos novos e usados, sempre com taxas competitivas que permitem à Rede trabalhar seus veículos em estoque com segurança, boas margens de rentabilidade e ótimos prazos de carência. Também é importante ressaltar que o Banco Fidis e o Jeep Bank estão melhorando seus processos continuamente, a fim de aperfeiçoar o atendimento à Rede. E estamos disponíveis, com nossos times de Floor Plan e consultores Jeep Bank, para auxiliar as Concessionárias no que for preciso.



*Os clientes que buscam o financiamento de seu Jeep, seja Renegade ou Compass, em geral, optam por entradas superiores a 40%, com parcelas acima de R\$ 2.500, em 24 e 36 meses.*



# FIQUE POR DENTRO

## Emoções comandam as decisões de compra dos clientes

Os novos hábitos relacionados ao uso de serviços de mobilidade e compartilhamento tendem a contribuir para a redução da demanda por automóveis nos próximos anos. Com isso, os desafios para atrair e manter clientes tornam-se cada vez maiores. Nesse cenário, é importante que os profissionais de vendas saibam desvendar os pensamentos, sentimentos e desejos subconscientes que estimulam as decisões de compra, conforme explicou o professor Marcelo Peruzzo, da Florida Christian University, no workshop "Neurovendas - gerenciando expectativas e emoções dos clientes nas concessionárias", apresentado no 27º Congresso e ExpoFenabrave, em agosto.

"Em épocas de abundância e crescimento econômico, os veículos praticamente se vendiam sozinhos, pois os clientes desejavam ou consideravam necessário ter um carro e possuíam condições financeiras favoráveis para comprá-lo. Assim, os melhores vendedores do mundo, na verdade, não passavam de tiradores de pedidos. Agora, diante das mudanças de comportamento dos consumidores, o mercado exige consultores de vendas profissionais", destacou Peruzzo.

Nessa nova formação dos vendedores, insere-se o conceito de neurovendas, que envolve o uso de técnicas para entender os mecanismos de escolha dos consumidores, com base nos avanços da neurociência e da compreensão do cérebro. "Estudos mostraram que 80% das decisões de compra são inconscientes, ou seja, motivadas por fatores emocionais. Por isso, é nesse campo que os profissionais devem se aperfeiçoar", explicou Peruzzo, acrescentando que eles precisam se transformar em "engenheiros meméticos".

Segundo Peruzzo, o mundo é movido por memes, que definiu como informações ou símbolos que são capazes de proporcionar mudanças de comportamento na mente humana e impactam o processo de decisão. "As marcas devem ser tratadas como memes. Nesse sentido, os vendedores precisam saber como atuar para convencer os consumidores a substituírem, em suas mentes, os símbolos de outras marcas pelos da sua", exemplificou. Ele ressaltou também que os clientes já conhecem o que existe, por isso anseiam por novas ideias e soluções que possam atender suas necessidades e despertar seus desejos.

### Neuroliderança

A neurociência também esteve no foco da apresentação do workshop "Neuroliderança na prática de alta performance", realizado pelo especialista Daniel Kroeff, da Florida Christian University. Ele esclareceu que a neuroliderança consiste em gerenciar pessoas, estimulando uma conexão harmoniosa entre os cérebros, por meio de metas claras, ajuda proativa, estímulos e feedbacks frequentes, em prol de um objetivo que gere benefícios à sociedade. "Também é necessário desenvolver um ambiente produtivo, onde as

equipes sintam-se motivadas para o desempenho de alta performance e o domínio de metas construtivas de longo prazo", completou.

Desta forma, para quem deseja usar a neurociência para ser um líder de sucesso, Kroeff recomendou que busque desenvolver a atenção plena (mindfulness), a expansão de sua capacidade cerebral e a otimização do funcionamento do cérebro, mantendo-o sempre no modo positivo. Ser um líder servidor com dois focos bem claros - nas pessoas e nos resultados -, trabalhar duro, ampliar os conhecimentos em seu campo e em como se conectar às pessoas também são atitudes relevantes nesse processo, de acordo com ele.

Kroeff abordou ainda a ciência da felicidade, incentivando o uso de métodos científicos para aumentar o nível desse sentimento. "Para ser bem-sucedido nos relacionamentos interpessoais e no crescimento pessoal, a principal regra é amar de verdade. Além disso, é importante descartar pesos que não precisamos carregar conosco, como ódio, inveja, rancor, mau humor e tristezas", orientou, adicionando outros itens à sua lista de recomendações, como desenvolver a espiritualidade, ter integridade e clareza de propósitos, articular os valores e objetivos e ser implacável em sua priorização.



## Nobel de Economia estuda influência das emoções nas decisões financeiras

Os estudos que demonstram como o pensamento e as emoções influenciam as decisões econômicas individuais e o comportamento dos mercados renderam ao norte-americano Richard Thaler, de 72 anos, o Prêmio Nobel de Economia 2017, anunciado em 9 de outubro. Pioneiro na aplicação da psicologia ao comportamento econômico, ele desenvolveu a teoria da contabilidade mental, buscando esclarecer como as pessoas fazem escolhas financeiras de forma simplificada, sem considerar todas as alternativas e consequências, rejeitando a racionalidade.

De acordo com Thaler, a simplificação ocorre porque as pessoas criam contas separadas em suas mentes, enfocando o impacto de cada escolha de forma individual e não seu efeito geral. Por exemplo: ao pedirem um financiamento, calculam quanto terão de pagar todo mês, sem prestar atenção na taxa de juros que será cobrada. Como não têm tempo para



refletir, simplificam sua análise, perguntando-se apenas se conseguirão pagar a conta mensal. Se a resposta for positiva, logo assumem uma decisão financeira irracional motivada somente por uma necessidade imediata.

Diretor e professor da Universidade de Chicago Booth Escola de Negócios, Thaler é coautor do best-seller mundial "Nudge", lançando em 2008, que chegou ao Brasil com o título "Nudge: o empurrão para a escolha certa". No livro, ele apresenta uma série de exemplos de decisões precipitadas dos consumidores e trata dos conceitos de economia comportamental, indicando que podem ser úteis para enfrentar os principais problemas da sociedade.

Desta forma, a economia comportamental, da qual Thaler é um dos grandes expoentes, tem sido usada por empresas para atrair clientes para seus produtos e serviços e também pode ser utilizada por consumidores para evitar decisões ruins. Em seu livro, ele argumenta que é possível estabelecer uma espécie de "arquitetura da escolha", para facilitar o reconhecimento das melhores opções.

## IACC avalia qualidade do atendimento a clientes

O Índice de Atendimento a Clientes da Concessionária (IACC) foi criado pela FCA para facilitar o acompanhamento mensal da qualidade dessas atividades. Desta forma, por meio de um único número, que pode variar de 0 a 100 pontos, o indicador permite uma visualização mais clara do nível em que se encontra cada Dealer e do quanto está próximo ou não de seus objetivos. Além disso, contribui para identificar, com maior rapidez, as correções necessárias para seguir no caminho da excelência.

O IACC resulta do cálculo das notas de quatro indicadores relacionados à rotina de atendimento aos clientes, contemplando aspectos da estrutura e da performance da Concessionária nessa área. O primeiro quesito avalia a existência e dedicação do profissional indicado como referência em atendimento a clientes (ATC), no portal WCD. O segundo aponta a média do índice de treinamento dos colaboradores que atuam nesta função.

O terceiro indicador que faz parte da composição do IACC avalia a



quantidade, em percentual, de atividades que a Concessionária aceita, no período de até um dia útil, no sistema Siebel, que possibilita organizar os dados sobre os clientes e obter uma visão mais detalhada do relacionamento. Por fim, a análise inclui o volume, também em percentual, de tarefas registradas no Siebel que a Concessionária conclui dentro do prazo estipulado. Cada um desses quesitos é convertido em nota, com base em tabelas e fórmulas.

### Profissional de atendimento a clientes

A existência do profissional de atendimento a clientes (ATC) é essencial para a pontuação no IACC. Ele será respon-

sável por coletar as informações sobre essa atividade dentro da Concessionária e garantir que todas elas estarão devidamente registradas no sistema Siebel. Também deverá manter o cliente informado sobre tudo o que for necessário ao longo do atendimento e atuar como porta-voz de suas demandas na Concessionária, além de ter um bom relacionamento com as áreas parceiras internas e da FCA.

Em sua rotina de trabalho, esse profissional será o intermediário entre os departamentos de peças, assistência técnica e vendas, na busca de informações e soluções para os clientes. Enfim, deverá zelar pela qualidade do atendimento na Concessionária e monitorar seus indicadores.

ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA DA  
**A B R A D I C**

**28 e 29 de novembro**

Gran Estamplaza Berrini  
São Paulo - SP

Reserve  
essas  
datas!



Em breve, mais informações e a programação completa do evento.

## ABRADIC realiza Assembleia e Convenção em novembro

Nos dias 28 e 29 de novembro, serão realizadas a Assembleia Geral Ordinária ABRADIC e a Convenção ABRADIC & FCA 2017, no Hotel Gran Estamplaza Berrini, em São Paulo. O evento também contará com a comemoração de 10 anos da ABRADIC, reforçando a união, integração, confiança e parceria que vêm marcando a atuação da entidade junto à Rede e à montadora, ao longo desse período.

A Assembleia Geral Ordinária ABRADIC acontecerá no dia 28, das 15h às 18h. Após a palavra do Presidente, Sergio Maia, serão apresentados os resultados de 2017 e perspectivas para 2018. Em seguida será servido o coquetel de abertura da Convenção. O jantar contará com a presença da Diretoria da FCA, em restaurante a ser definido.

No dia 29, a programação terá início às 8h30, com a abertura da Convenção ABRADIC & FCA. A seguir, executivos da FCA realizarão

apresentações sobre temas relacionados a vendas, pós-vendas, desenvolvimento de rede, qualidade e marketing. Serão abordados assuntos de grande relevância para a Rede, como importados, projeto Corsia, PRIM, DPI, resultados MEF & WCD. O encerramento será às 17h.

A realização da Assembleia e da Convenção constitui-se em mais uma importante oportunidade que a ABRADIC oferece aos seus Associados de conhecimento, interação, troca de experiências e cooperação. Esses eventos consolidam as atividades deste ano e contribuem para que todos, tanto as Concessionárias como a Montadora e a ABRADIC, estejam alinhados para o desenvolvimento de seus planejamentos e estratégias para 2018, visando alcançar os melhores resultados para as marcas Jeep/CJDR.

## Scorecard de Garantia e seu impacto no RMOG

O Scorecard é o indicador de performance de garantia da Rede de Concessionárias Jeep / CJDR. Com implantação do novo critério de cálculo da RMOG este indicador passou a ser muito mais relevante para Rede, pois ele compõe o cálculo de reajuste na mão-de-obra de garantia. O Scorecard em uma escala de 1 a 100 pontos mostra como está o desempenho da concessionária com relação aos processos de garantia. Três meses após implementação no novo critério para reajuste da mão-de-obra de garantia foi possível notar a evolução na rede na performance do Scorecard.

De modo geral, a média nacional do Scorecard subiu de 75,54 pontos em junho de 2017 para 83,28 pontos em setembro. Esse movimento demonstra o empenho da Rede em buscar a excelência nos processos de garantia, o que resultará num valor de mão de obra que poderá chegar a até 85% do custo da mão de obra pública da região de atuação da Concessionária.

Conforme a regra estabelecida, a cada trimestre, o valor da mão de obra de garantia é reajustado,



considerando a média das notas dos últimos três meses do Scorecard e o percentual de serviços executados corretamente na primeira visita (FFV). Com a evolução da Rede no Scorecard, a projeção é de que a média nacional do valor da mão de obra tenha elevação na próxima onda de reajuste, que ocorrerá em outubro de 2017.

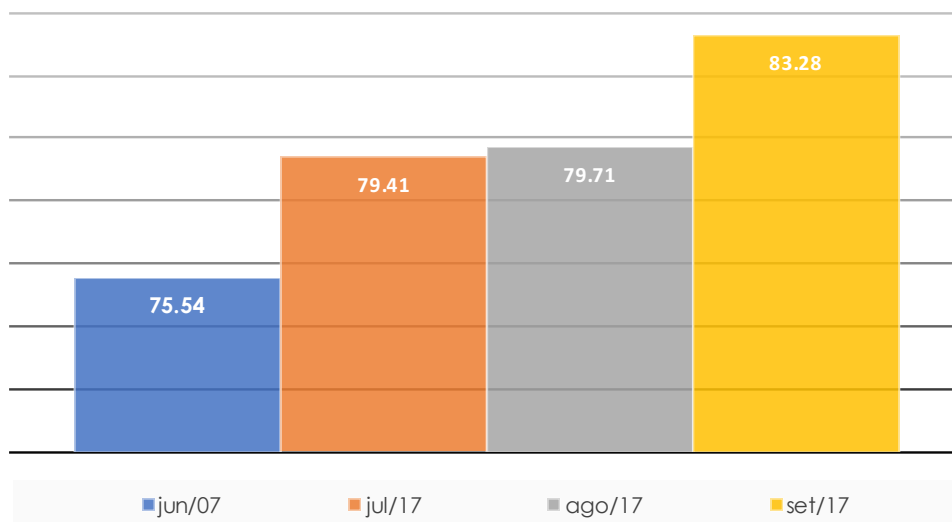
### Monitoramento

A execução correta dos processos de garantia reduz as perdas financeiras causadas pelos estornos e pelos atrasos no reembolso dos serviços em garantia. A ABRADIC continua monitorando a evolução do Scorecard e do RMOG e prestando

suporte aos seus associados para assegurar o correto entendimento do novo critério e das ações para a correção de desvios nos processos.

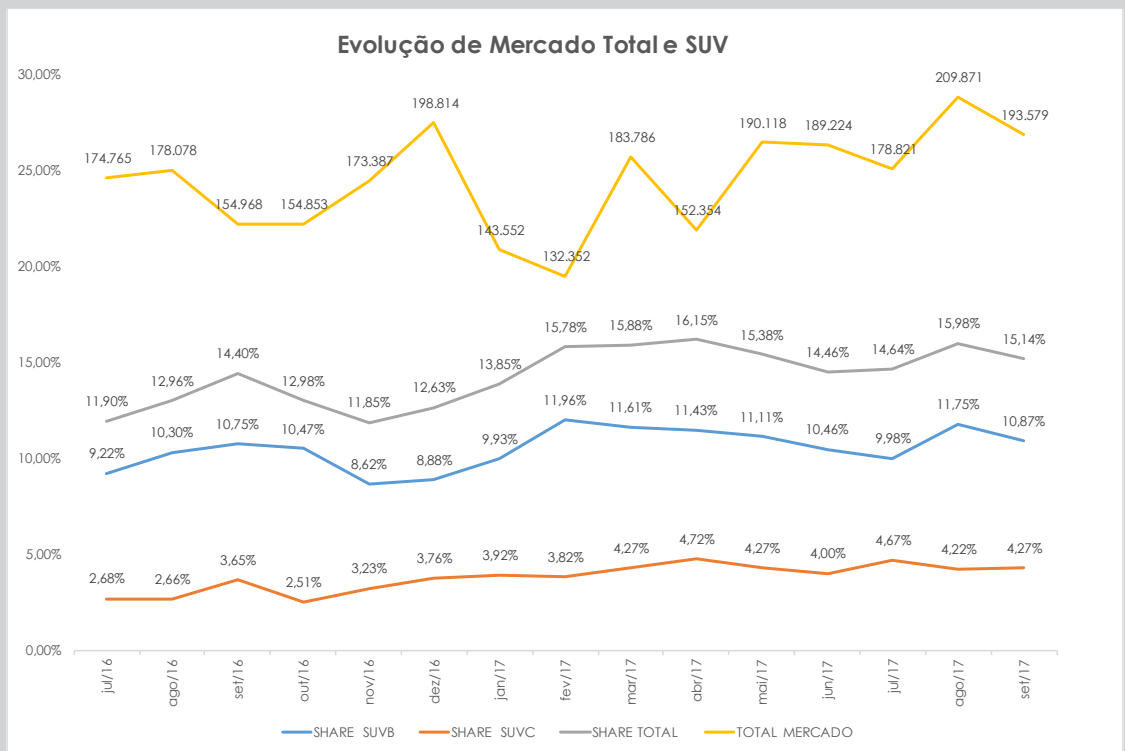
Os workshops promovidos pela FCA com o apoio da ABRADIC continuam acontecendo e agora foram integrados ao currículo de treinamento dos analistas de garantia. Estes eventos têm como objetivo colocar os analistas de garantia e gerentes de pós-venda em contato direto com o time de garantia da FCA, para a troca de experiências e refinamento dos processos. As Concessionárias que ainda não participaram podem inscrever seus colaboradores, por meio do Portal WCD, no curso de Gestão e Certificação do Processo de Garantia.

## Evolução do Score Card de Garantia



## Jeep Compass segue na preferência dos consumidores

O Jeep Compass mantém firme sua posição na preferência dos consumidores brasileiros no segmento SUV, com Market Share de 51,51%, entre janeiro e setembro deste ano. Foram emplacados, nesse período, 34.526 veículos, o que o coloca em 11º lugar no ranking nacional da Fenabrave. Em setembro, alcançou a 9ª colocação, com 4.177 emplacamentos. No mesmo mês, considerando o varejo da rede mais as vendas diretas, a soma chegou a 4.436.



Com Market Share de 16,48%, o Jeep Renegade continua na segunda posição no segmento SUVB, com 28.553 unidades emplacadas ao longo deste ano. Esse total representa queda de 27,49% em relação aos 39.377 veículos emplacados entre janeiro e setembro de 2016. Considerando apenas setembro, seu desempenho garantiu a 5ª colocação, com 3.009 emplacamentos.

Com base nos resultados desses dois segmentos competitivos, a marca Jeep encerra os primeiros nove meses de 2017 com 26,26% de participação. Como o desempenho favorável do Compass vem superando a queda do Renegade, essa fatia é maior do que os 21,21% alcançados no mesmo intervalo de 2016.

Espelhando também a performance do Compass, o número de emplacamentos no segmento SUV

avançou 58,38% de janeiro a setembro deste ano, em comparação com o mesmo período de 2016, chegando a 67.026. Já no SUVB, o crescimento atingiu 19,54%, com 173.213 unidades emplacadas. Em setembro, a soma de ambos apresentou redução de 0,84%, na comparação com agosto, por conta da retração de 0,88% no SUVB, enquanto o SUV teve alta de 0,05%.

### Mercado nacional

O volume de emplacamentos no mercado nacional de automóveis e comerciais leves registrou queda de 7,76%, passando de 209.862 em agosto para 193.580 em setembro, de acordo com dados da Fenabrave. Entre janeiro e setembro deste ano, houve crescimento de 7,86%, em relação ao mesmo período de 2016.

