

Valdner Papa fala do novo momento do concessionário brasileiro e as melhores práticas para conquistar o mercado e lucratividade



Crédito: Leonardo Rodrigues

Valdner Papa

O Jornal da Spress entrevistou, com exclusividade, Valdner Papa. Com mais de 30 anos de experiência no mercado de concessionárias, Valdner é Fundador Presidente da Consult Motors - consultoria especializada no segmento automotivo, Coordenador do Instituto de Ensino Pesquisa e Meio Ambiente da Fenabrave e Professor de cursos de gestão de concessionárias, em diversas Instituições de Ensino.

O senhor tem anos de experiência na área automotiva. Comente um pouco sobre sua carreira.

Comecei no mercado de concessionárias em 1975. Fui o primeiro concessionário Fiat a abrir no Brasil, com a concessionária Mirafiori, que até 1993 foi a maior em volume da montadora no país. Durante mais de 10 anos, atuei também no exterior com concessionárias na Espanha e Venezuela. Desde 2002, estou dedicado à consultoria na área do segmento automotivo para concessionárias e montadoras. Para isso, fundei a Consult Motors, uma empresa voltada à consultoria de gestão. Atualmente, faço parte do conselho administrativo de alguns grupos de concessionárias e atuo como consultor de gestão do Grupo Saga, Grupo Marte, entre outros. Faço parte também, da Fenabrave, na qual sou Coordenador do Instituto de Ensino Pesquisa e Meio Ambiente Fenabrave e responsável por toda parte de ensino, tanto presencial quanto à distância. Já na Assobrav, sou consultor da Entidade e de projetos específicos como, por exemplo, o Dealer Qualification, da Volkswagen. Também leciono cursos na área de gestão de concessionárias na ESPM, Escola Trevisan de Negócios, FAAP e Fundação Dom Cabral.

Como o senhor organiza os temas para Fenabrave?

Os assuntos são baseados na experiência que vou acumulando durante meu trabalho, acompanhando de perto as necessidades das concessionárias. Também participo de todos os congressos internacionais, para levantar novas tendências. Em fevereiro estive juntamente com os Presidentes da Fenabrave, no Congresso da NADA, na Flórida, e aproveitamos para trazer ao próximo congresso o presidente mundial da Ford e o presidente da NADA, entre outros. A expectativa para este ano é muito grande, esperamos reunir mais de três mil pessoas.

Sou há quatro anos coordenador temático do congresso e desde o início, quando assumi essa tarefa, os objetivos estabelecidos pela Fenabrave, foram: ►

Transformar o congresso em um evento de formação de gestão para concessionários, porque percebemos, ao longo dos últimos anos, que a necessidade de profissionalização é crescente e a disponibilização de treinamentos era muito pequena. Então precisamos sempre aprimorar com velocidade a qualidade de gestão dessas empresas. Uma das formas de colocar isso em prática foi transformar o perfil do congresso levando aos participantes novas ideias e exemplos de projetos inovadores em diversos países, por meio dos workshops, seminários e palestras.

Trazer uma visão mais holística do mercado, por meio de palestrantes do exterior e de outros ramos. Hoje, nosso congresso tem a presença de brasileiros e estrangeiros. Este ano, traremos palestrantes dos Estados Unidos, Itália e Nova Zelândia para agregar novas experiências.

Finalmente, ampliar o leque do nosso público, além dos concessionários. A grande maioria das concessionárias tem formação familiar. Então fizemos uma parte do congresso, com todo um conteúdo voltado para as esposas e filhos, que serão os sucessores do negócio, com temas diversos. Na próxima edição do evento, teremos palestras do psiquiatra Flávio Gikovate, do ex-jogador Raí e da jornalista e palestrante Claudia Matarazzo.

Comente sua visão sobre a crise econômica mundial.

A crise atingiu um patamar tão crítico no mundo, que a reação dos concessionários foi voltar ao que os americanos chamam de *back to basic*, ou seja, aos processos básicos. Eles perceberam que quando o mercado cresce muito desenfreado, os processos considerados básicos, como por exemplo; cuidar mais do cliente, aumentar a eficiência do fechamento deste cliente e aproveitar melhor o pós-venda, são deixados de lado.

Essas etapas básicas, normalmente num mercado eufórico, saudável, ficam esquecidas porque só com a venda do automóvel novo, o concessionário já está no lucro. Então, é natural que haja um relaxamento em pontos que são cruciais para sustentar o crescimento dessas empresas.

Estamos, hoje, vivendo um momento oportuno para tirar lições com a crise. Uma delas é justamente essa - lembrar que é fundamental para o concessionário, que ele não pode, em momento algum, deixar de se preocupar com as coisas básicas. Cuidar do cliente, modernizar seu sistema de gestão, ter a máxima eficiência no fechamento dos negócios, ser profundamente competitivo, buscar a maximização da qualidade de atendimento devem ser itens de prioridade.

O senhor acha que falta ao mercado brasileiro se preocupar com esse esses processos básicos?

Infelizmente ainda sim. Fizemos uma pesquisa em 2005, que revelou que apenas 37% dos concessionários controlavam sua passagem de loja. Hoje, este número está perto de 60%. É um caminho longo a se percorrer, mas acredito que o mercado nacional esteja despertando para essa realidade.

Qual deve ser o crescimento do mercado brasileiro para os próximos anos?

Acho que em 2010 haverá um crescimento entre 7% e 8%. E, se tudo correr errado, não cresce menos de 5%. Em 2011, o mercado tende a andar de lado, devido à mudança do governo, existirá a pressão inflacionária com juros subindo e uma maior contração de crédito. Creio que em 2012 ainda teremos um crescimento.

De que forma o senhor acha que a tecnologia pode ajudar as concessionárias a ampliar negócios?



Crédito: Leonardo Rodrigues

Acho que a tendência do aprimoramento da tecnologia é um caminho inexorável, principalmente no que se refere à parte da percepção de TI, como o foco principal na gestão dos concessionários. A única coisa que me preocupa é que o concessionário dedica-se pouco a conhecer a totalidade do que o sistema dispõe. Às vezes, o sistema oferece inúmeras ferramentas e instrumentos e a equipe do concessionário não sabe usar. Ele acaba questionando a qualidade do sistema, não pelo próprio sistema, mas, pelo desconhecimento do uso em sua totalidade. Deveria haver um grande esforço das empresas de TI, no treinamento das equipes dos concessionários. Isso agregaria um valor enorme ao sistema de gerenciamento. Hoje, as empresas de TI são muito bem estruturadas e formadas com sistemas muito bem montados, mas na prática pouco conhecidos.

Nosso negócio se tornou extremamente sofisticado, em função de uma concorrência muito forte. As empresas que estiverem tecnologicamente preparadas para se destacar da concorrência são as que crescerão mais rápido. Por isso, ter um sistema de gestão adequado fará toda a diferença para tornar essas empresas mais competitivas.

Quais são os conselhos que o senhor daria a uma concessionária que está buscando uma fornecedora de sistema de gestão? ►

As concessionárias devem conhecer o sistema com riqueza de detalhes. É importante que elas pesquisem entre os usuários as principais dificuldades e facilidades do dia a dia do uso de cada solução. Assim, eles poderão enxergar que os sistemas disponíveis são muito diferentes entre si, por isso deve-se pesquisar amplamente, antes de se fechar uma parceria.

O senhor disse recentemente que o ASP já é uma tendência entre as concessionárias. Como tem visto a adoção desta tecnologia e quais as principais dificuldades que o senhor enxerga para que ela deslanche?

Continuo achando que é uma tendência, mas de média maturação. Ainda falta um conhecimento técnico do concessionário sobre as vantagens, custo, e principalmente sobre as questões de segurança. O ASP oferece uma grande

vantagem de investimento e custo real mensal, só que ele não é aparente. Existe uma resistência, embora pouco válida, que é o medo de dividir informações com terceiros. Mas já está na hora das empresas perceberem que a segurança desse sistema é absoluta. Acredito que, na medida em que este conhecimento se tornar mais popularizado e o concessionário entender o que é realmente essa opção, estes investimentos tenderão a despontar.

Quais são as próximas tendências em sua opinião?

Particularmente acho que o concessionário será um gestor de sistema, porque hoje ele é um apagador de incêndio. E você tem duas maneiras de gerenciar um incêndio, com a mangueira na mão, ou tendo uma equipe em que você tem sistemas detectores de incêndio e quem trabalha é a brigada. Hoje, o concessionário é o sistema, a brigada, o bombeiro e a mangueira. Ele

faz um papel de cinco níveis.

Qual sua visão sobre BDC?

Acho que esse é o futuro comercial das concessionárias. Cada vez mais, as empresas vão depender da sua eficiência comercial e do aproveitamento pleno do cliente, e o BDC chega como um conceito essencial, que deve ser aplicado em grande escala, em um futuro próximo.

A Spress completou 40 anos. Como o senhor vê a atuação da empresa no mercado?

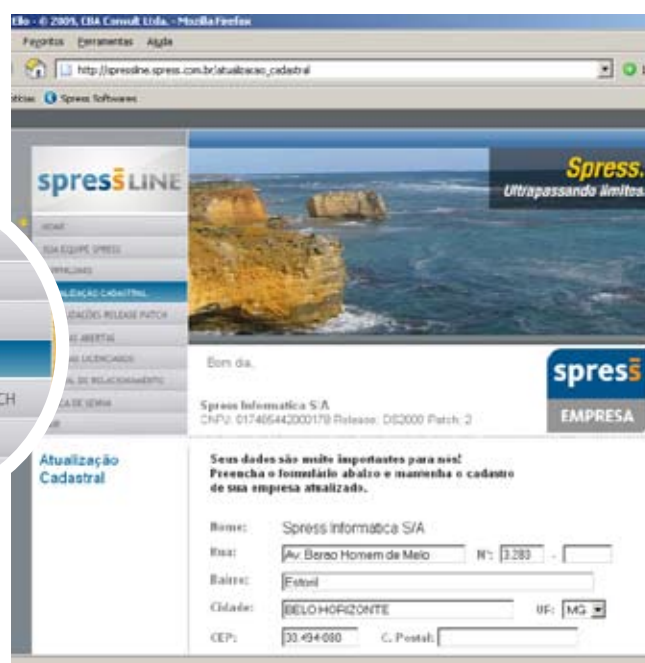
Eu acho a Spress uma referência, é uma das software houses mais tradicionais do setor. Conheço bastante o seu sistema e o acho moderno, atualizado. Se a empresa continuar investindo para fazer com que seus usuários conheçam tudo o que o sistema oferece, seu sucesso será longo. ■

Com o cadastro atualizado no SpressLine sua empresa estabelece uma comunicação prática e ágil com a Spress

Você já reparou se o cadastro da sua empresa está atualizado no SpressLine? Que tal aproveitar a oportunidade para fazer esta conferência? Com o preenchimento em dia, a Spress terá condições de estabelecer uma comunicação direta e rápida com a sua concessionária.

Você e outros executivos da sua empresa receberão as principais informações sobre os serviços e os produtos Spress, além das tendências e últimas novidades de mercado, via Boletim Técnico, Jornal da Spress e comunicados específicos por áreas.

Para checar os dados cadastrais da sua empresa no SpressLine, acesse o link "Atualização Cadastral", na home (<http://spressline.spress.com.br//home>).



Zamora muda sistema de gestão para sustentar crescimento acelerado

Com base em São Paulo (SP), a concessionária é hoje uma das mais tradicionais da marca Volkswagen

Foco, perseverança e respeito aos clientes. Estes três pilares vêm sustentando, há mais de 40 anos, a trajetória de sucesso da Zamora - concessionária de veículos que atua com a marca Volkswagen. Situada em uma região nobre da capital paulista, entre a USP e o Jockey Club, a empresa conta com instalações modernas e planejadas, para oferecer conforto e funcionalidade aos seus clientes.

Em todos esses anos, a empresa que atualmente conta com 70 funcionários, tem atravessado com sucesso todas as modificações do mercado automotivo, inclusive as tecnológicas. Em setembro de 2009, para se renovar ainda mais tecnologicamente, a empresa adotou o Spress Autos para acompanhar seu ritmo de crescimento.

Até escolher a Spress como fornecedora, Elias Monteiro, Gestor da concessionária, conta que iniciou uma pesquisa detalhada com usuários de todos os sistemas de gestão existentes no mercado. “Durante seis meses, conversei com usuários, para saber como funcionavam os sistemas e levantar os principais problemas ou benefícios que eles apresentavam”.

Após diversos depoimentos, Monteiro explica que o que mais pesou na escolha pela Spress foi o pós-venda. “Nosso negócio principal não é informática e sim, vender carros. Por isto, precisamos contar com uma empresa que nos auxilie a usar ferramentas de TI de forma correta, no momento em que precisar. Assim, concentramos nossa atenção no que realmente nos interessa”.

Para atender seus clientes de forma ágil e eficaz, a Spress dispõe de um Help Desk composto por uma equipe qualificada e com formação técnica para atender todo tipo de demanda, auxiliando as concessionárias, a qualquer hora do dia. Além disto, tem uma ampla equipe própria de Suportes Técnicos baseada nas principais cidades do país.



Roberto Prado, Diretor da Spress e Elias Monteiro, Gestor da Zamora

Outra característica buscada por Monteiro, na época da escolha, estava relacionada à solidez. “Queríamos uma parceira à qual pudéssemos contar durante anos e isto só seria viável com uma empresa já consolidada no mercado, como a Spress, que tem diversos casos de sucesso no segmento”, comenta o Gestor, que realizou uma visita pessoal à sede da Spress, em Belo Horizonte (MG). “A empresa tem uma infraestrutura preparada para atender concessionárias de qualquer porte”.

A interação que a Spress mantém com a fábrica da Volkswagen também motivou a escolha. “É muito importante que a fornecedora de TI esteja totalmente integrada com as atualizações dos sistemas da montadora, e a Spress se mantém alinhada e preparada para seguir essas mudanças, o que impacta diretamente no nosso desempenho” diz.

De acordo com Elias Monteiro, a implantação do sistema causou um impacto direto na cultura da Zamora. “Toda mudança traz um choque cultural para os funcionários. Mas a Spress soube treiná-los de maneira correta, respeitando as características da concessionária e das pessoas que trabalham nela. Isso foi

fundamental para aumentar nossa confiança”.

As informações geradas pelo sistema Spress têm contribuído para a tomada de decisão do gestor. “Hoje, por meio dos módulos modernos que o sistema oferece, de forma simples e rápida, tenho acesso às informações gerenciais, tais como, estoque de peças e de carros e fluxo de caixa. Com estes dados em mãos, posso agilizar a tomada de decisão, tornando a empresa mais eficiente”.

A área de venda direta também se beneficiou com o sistema da Spress. “Este tipo de venda é muito dinâmico. O controle tem de ser apurado, porque tem volumes grandes. É imprescindível que o software esteja apto tecnologicamente para atender esse nível de detalhe, acompanhando a evolução do processo. Até agora a Spress tem dado conta do recado”, completa o executivo.

Motivada com o sucesso do projeto, a Zamora já anuncia os próximos passos. “Em abril deste ano, para potencializar ainda mais nossas vendas e lucros, vamos dar início à implantação de um BDC (Business Development Center) e a Spress será uma grande parceira na concretização desse objetivo”, conclui Monteiro.

INTEGRAÇÃO COM TELEFONIA IP

Integração do Planetfone com o CRM Spress ajuda a Sanave a melhorar atendimento aos clientes



Crédito: arquivo Sanave

A concessionária Sanave - que atua há 25 anos com veículos Volkswagen, com matriz e três lojas localizadas na Bahia - é uma daquelas empresas que acreditam que o atendimento prestado ao cliente é um fator indispensável para alavancar as vendas e, conseqüentemente, o crescimento.

Por isso, a Sanave aposta alto na ferramenta de CRM oferecida pelo sistema Spress. “Através desta tecnologia, que nos oferece uma série de pesquisas de qualidade, podemos conhecer melhor os clientes, suas satisfações e reclamações. Com todos estes dados ao nosso alcance, fica mais fácil acompanhar os problemas e traçar ações para melhorar a prestação de serviços”, afirma Mário César Fonseca, Gerente de TI da concessionária.

Atento ao potencial desta ferramenta, o executivo da Sanave decidiu potencializar seus benefícios integrando o CRM com o Planetfone - software de telefonia IP utilizado para conectar empresas à Internet, e às redes públicas de telefonia, que foi desenvolvido com total integração aos sistemas de gestão disponíveis no mercado, proporcionando uma série de benefícios às concessionárias.

Mário César comenta algumas dessas vantagens. “O Planetfone veio para revolucionar nossa área de Call Center. Hoje, com 12 atendentes, conseguimos agilizar demais o atendimento aos clientes e acompanhar a satisfação dos mesmos, de uma forma mais ágil e otimizada. Quando um cliente entra em contato conosco, o Planetfone já identifica o número do telefone e automaticamente se integra com o CRM Spress, que puxa a tela com os dados desse cliente. Com isto, o atendente terá acesso a todos os dados sobre o histórico deste cliente, podendo identificar a melhor forma de atendê-lo”.

Outro recurso do Planetfone que tem trazido vantagens para a Sanave é o gravador de voz. “O Planetfone tem um recurso que grava as ligações, permitindo aos gerentes de Call Center ampliar o controle sobre o atendimento prestado aos clientes e analisar se é preciso melhorá-lo ou aperfeiçoar algum detalhe”, exemplifica o gerente.

No prazo de sete meses, a Sanave vai inaugurar uma nova loja no bairro Paralela, em Salvador. “Este ritmo de expansão vai nos obrigar a ampliar a estrutura do nosso Call Center e esta integração do Planetfone com o CRM será essencial para acompanhar nosso crescimento e manter a qualidade que dispomos aos nossos clientes”, conclui.



Crédito: arquivo Sanave

Mário César Fonseca, Gerente de TI

Spress confere as novidades da NADA Convention & Expo 2010



Crédito: arquivoMegadealer

Executivos da Spress com os participantes da missão técnica à NADA

Em fevereiro, executivos da Spress estiveram presentes na NADA Convention & Expo 2010, considerada a maior convenção do mundo de revendedores autorizados de automóveis. Esta edição do evento aconteceu em Orlando, Flórida, e apresentou o tema “Go to Know” (Vá para Conhecer).

A Spress acompanha o evento para pesquisar tendências e novas tecnologias que possam ser adotadas em seus produtos e serviços. “Estamos sempre buscando ideias inovadoras para aperfeiçoar o que oferecemos aos nossos clientes, com o que há de mais moderno no mercado de tecnologia”, afirma Antônio Vidigal, Presidente da Spress.

Neste ano, entre os assuntos abordados, estava a forte crise que abalou a indústria automotiva americana, principalmente entre 2008 e 2009, que teve seus resultados bem similares aos números do mercado brasileiro. “Isso fez com que os especialistas presentes fizessem recomendações similares as que temos ouvido por aqui”, conta Vidigal ressaltando que “o Brasil foi mencionado várias vezes, como exemplo de mercado grande e em expansão”.

Outra experiência interessante que a Spress registrou durante a exposição foi que, em meio à crise, não faltou criatividade para as vendas. “Visitamos um revendedor que se especializou em serviços rápidos, construindo vários boxes, dispostos em dois níveis, como linhas de montagem, que terminam em um lava a jato. Enquanto uma equipe de mecânicos examina o motor, outra troca o óleo e faz serviços embaixo do veículo. A operação é feita em menos de uma hora, a lucratividade é alta e a taxa de absorção é da ordem de 140%”, comenta o executivo.

Entre as principais tendências constatadas no evento está a aposta dos concessionários norte-americanos nas mídias eletrônicas. “É crescente o interesse em explorar as Redes Sociais para divulgar produtos e serviços. Pudemos sentir que a indústria automobilística está direcionando seus investimentos em marketing para esses meios, mas antes que isso aconteça, acredito que é preciso avaliar quais são as melhores práticas, métodos e processos para potencializar essa nova ferramenta de divulgação”, finaliza.

NADA - National Automobile Dealers Association

A NADA - National Automobile Dealers Association - é uma entidade que congrega as mais de 20 mil concessionárias autorizadas de automóveis existentes nos Estados Unidos. Na convenção que promove anualmente, reúne milhares de sócios, diretores e gerentes das vendas americanas, para discutir o passado, o presente e o futuro do negócio automotivo, além de analisar as inovações nos veículos e a mobilidade sustentável.

NOVIDADES DAS MARCAS



Sales Force Automation Renault

Segmento dos Leads Concessionária - [75042094]														
Empresa		Período das Vendas		Detalhes por canal							Result		Eficiência dos Leads	
Data	Vendedor	Leas Rec	Leas R Tr	Camp Loc	Ind Pos	Com Esp	Peçods	% LT20s	T. Trans					
09/12/2009	SELLANE MARIA DE S	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
11/12/2009	SELLANE MARIA DE S	4	4	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	
14/12/2009	SELLANE MARIA DE S	4	4	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	
15/12/2009	SELLANE MARIA DE S	3	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
22/12/2009	SELLANE MARIA DE S	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
Total		20	20	2	14	2	0	0	0	0	0	0	0	

Tela Segmentos dos Leads Concessionária

O Spress Autos já está preparado para o SFA Renault. Os novos indicadores acrescentarão muito mais informações e detalhes fundamentais para ampliar ainda mais o desempenho do Leads da Renault.

Veja abaixo as novidades:

Segmento Atividade Vendedor: com ele pode-se obter uma melhor análise das atividades do vendedor sobre os Leads recebidos e trabalhados. Basta selecionar um período desejado, que o sistema mostra na tela os dias trabalhados e as informações sobre como os contatos foram efetuados, se foram via e-mail ou telefone.

Segmento Leads Montadora: desenvolvido para que os vendedores pudessem obter uma melhor análise dos leads encaminhados a eles. Este documento traz informações gerenciais como: quantos leads foram recebidos, quais não foram tratados ainda e como foram recebidos (pela loja, pela internet ou durante eventos e campanhas).

Segmento Leads Concessionária: a consulta realizará uma análise completa dos leads criados pelo vendedor, indicando os leads recebidos, não tratados, e o tipo de ação de marketing que foi aplicada nesse lead (iniciativa pessoal ou contatos espontâneos).

Todas as novas consultas disponibilizarão uma opção para impressão com o mesmo layout da planilha.



Preenchimento do Relatório de Análise de Pós-Vendas Nissan agora é automático

O dia a dia das concessionárias Nissan ganhou muito mais agilidade e praticidade com a automação do preenchimento do RAPV (Relatório de Análise Pós Vendas).

Com este processo, as concessionárias não têm mais necessidade de levantar as informações em diferentes telas, pois o sistema faz uma varredura nos dados necessários para preencher a planilha e, abastece-la automaticamente.

O RAPV apresenta informações das áreas de Oficina e Peças como, por exemplo, passagens pela oficina, faturamento de mão-de-obra, produtividade, posição do estoque, produtivos etc.



Envio on-line do formulário sobre faturamento de motos à Yamaha

As concessionárias Yamaha passaram a contar com um processo mais otimizado para enviar as informações sobre o faturamento de motocicletas à fábrica. Os clientes Spress Motos já podem exportar as informações desta área diretamente do sistema para a montadora.

Com o novo processo é possível gerar um arquivo com todos os dados sobre as vendas, tais como chassi, cadastro, peças e nota fiscal eletrônica, eliminando, assim, o antigo preenchimento manual dos formulários que ficavam no site da Yamaha.

A iniciativa facilita o trabalho das concessionárias, que não precisam mais preencher item por item dos formulários. Com a novidade, o sistema, automaticamente, transforma em um único arquivo, todos os dados que a fábrica solicita receber.

NOVIDADES DAS MARCAS



Troca de informações entre a Ford e suas distribuidoras fica mais ágil

Enviar as informações mensais sobre a movimentação de oficina à montadora ficou muito mais fácil para os distribuidores Ford.

Com o novo processo é possível alimentar os dados da Planilha de Análise de Serviço Mensal (MKLS) de forma automática, pois esta tecnologia colhe no sistema Spress Autos os dados sobre o Controle Diário das Operações (CDO) e sobre a Análise de Tempos de Oficina (ATO), preenchendo automaticamente o documento.

A automatização deste processo traz uma série de vantagens aos distribuidores. Além de eliminar os riscos de erros de digitação, que são possíveis na forma manual, a montagem da planilha fica muito mais rápida, otimizando o trabalho da empresa e facilitando a comunicação com a fábrica.

Projeto DTC Ford

Os clientes Spress já estão preparados para o Projeto DTC (Diagnostic Trouble Code), que tem como objetivo identificar falhas de componentes e/ou sistemas relacionados ao controle de emissões de gases de forma facilitada.

Se durante a manutenção da solicitação de garantia, a lâmpada de mau funcionamento, localizada no painel eletrônico dos veículos, apontar o defeito referente à transmissão de gases, ao informar este código de defeito (E29) à montadora, o sistema habilita uma nova opção para manutenção dos códigos de falha, que são de envio obrigatório.

O Projeto DTC foi implementado pela Ford, para atender a Resolução 354/2004 do CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente) em que os fabricantes ou importadores de veículos leves de passageiros ou leves comerciais devem atender aos requisitos legais do OBD-2 (Sistema de diagnose de bordo).

Spress recruta Suporte Regional

A Spress está promovendo uma seleção para vagas de Suporte Regional, para atuação em diferentes regiões do país.

A empresa oferece benefícios como: salário compatível com o mercado, oportunidades de desenvolvimento, bolsa de estudos, participação nos lucros, assistência médica, aposentadoria complementar, auxílio alimentação e seguro de vida em grupo.

Os interessados devem cadastrar o seu currículo no site: www.spress.com.br

Todos os currículos devem conter a pretensão salarial e, se for o caso, o nome do profissional da Spress ou parceiro, ou cliente que o indicou para a seleção.

Expediente

Publicação editada pela Diretoria de Marketing e Comunicação da Spress Softwares

Tiragem: 8.800 exemplares

Endereço para correspondência:

Av. Barão Homem de Melo, 3280
Bairro Estoril - CEP: 30494-080
www.spress.com.br
spress@spress.com.br

Jornalista Responsável:

Renata Saud (Registro profissional: 31100)

Textos e Edição:

Renata Saud, Thais

Produção Editorial:

Medialink Comunicação

Revisão:

Adriana Paes

Gerente de Vendas, Marketing e Comunicação:

Luciana R. Soares

Produção, coordenação de pauta e cooperação:

Letícia Ramos

Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica

Marlon Leandro

A palavra de ordem é Reduzir Custos

No negócio de concessionárias de veículos, cujo o valor de aquisição do produto é estipulado pela montadora e o preço de venda é estabelecido pela forte concorrência do mercado, o aproveitamento das oportunidades de **Redução de Custos** está absolutamente ligado à formação do **Lucro** da concessionária.

Uma dessas oportunidades de **Redução de Custos**, com aumento de eficiência, se dá através da substituição das estações de trabalho (desktops) obsoletas, defeituosas ou de baixo desempenho, por microcomputadores equivalentes da categoria Thin Client ou, mais recentemente, os Ultra Thin Client-UTC.

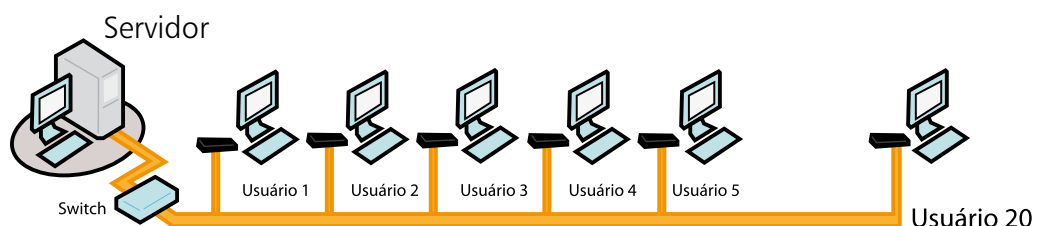
Os UTCs são computadores de configuração mínima, ligados em rede local (LAN) a um PC comum, (conforme a figura 1), que substituem integralmente os microcomputadores convencionais com enormes vantagens para o concessionário.



Figura 2

Isso acontece porque os UTCs são computadores de dimensões muito pequenas (conforme figura 2 – tamanho 12X12X3cm), que possuem apenas os dispositivos necessários para a operação de uma concessionária de veículos; são menos suscetíveis a vírus; consomem apenas 10% da energia de um micro normal; não possuem peças móveis; são extremamente robustos e confiáveis e, ainda, têm longa duração e baixa taxa de obsolescência. Os softwares utilizados pelos UTC ficam hospedados no PC.

Figura 1



DICA SPRESS

Os UTCs podem ser usados com a maioria do DMS do mercado. Consulte o seu fornecedor.

A Spress está substituindo suas estações de trabalho mais antigas por UTC e a economia é significativa. Várias concessionárias de veículos, clientes da Spress, já adotaram os UTC e estão usufruindo das vantagens dessa solução, tais como:

- Menores gastos com licenciamento de programas: o processamento dos softwares é feito no servidor. Se houver necessidade de atualizações dos programas, as mesmas acontecerão apenas no servidor. Sendo assim, o upgrade ou a aquisição de novos softwares não demandará nenhuma troca em relação aos Thin Clients usados pelas demais áreas da concessionária;

- Menor custo de aquisição: o Thin Client custa menos do que um PC e não precisa ser substituído após os upgrades de softwares;

- Menores gastos com suporte: a centralização dos softwares no servidor proporciona maior economia e evita os constantes problemas de suporte constatados nas redes tradicionais;

- Maior segurança: essa tecnologia permite

maior imunidade a vírus, já que com ela, há a eliminação local de dispositivos de armazenamento, como HD, drive e CD, aliado às restrições de instalação e acesso dos usuários e o uso de anti-vírus nos servidores.

Existem vários tipos de UTC e sempre existirá um tipo mais adequado para a sua concessionária.

De início, pode parecer que a economia é pouca, mas com o tempo e as substituições, ela se torna relevante e muitos problemas relacionados à falha de computador desaparecem.

Fale hoje mesmo com o responsável pela informática da sua concessionária de veículos sobre essa Dica e comece a desfrutar desses benefícios.

Para mais informações técnicas e comerciais sobre os Ultra Thin Client, veja com seu fornecedor ou com a:

Libertas Tecnologia

<http://www.libertastecnologia.com.br/>

libertas@libertastecnologia.com.br

(31) 2127.2232 / (31) 3044.4425