



DPAAI / ISCTE

Novos desafios para o pós-venda

As tendências que vão mudar o mercado do pós-venda automóvel foram debatidas num webinar realizado pela DPAAI/ACAP e pelo ISCTE

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

No âmbito da parceria entre a DPAAI/ACAP e o ISCTE – Executive Education, foi realizado no passado mês de setembro um webinar sob o tema “Liderar a transformação do pós-venda automóvel”. O evento debateu as grandes tendências que irão alterar o panorama do pós-venda.

Dário Afonso, da ACM, evidenciou o impacto da eletrificação no setor oficial, assim como o surgimento de novos players na área da indústria automóvel e na distribuição. “A mobilidade está a tomar conta da distribuição tradicional no setor. A consolidação dos players de distribuição de peças na Europa também continua a acontecer e surgem novos modelos de negócio. Outro fator determinante é a digitalização dos negócios e a sustentabilidade ambiental, social e económica das organizações e também o MVBÉR, que se pretende que seja atualizado a partir de 2023”. Em seguida, Joaquim Candeias, da ACAP / DPAAI e Managing Director do bilstein group, indicou que um dos grandes desafios é a criação de um mercado único digital para os serviços do setor automóvel. “Unificar o negócio digital é essencial para que a indústria continue a prestar um serviço de qualidade”. Referiu ainda o tema da cibersegurança e o respetivo acesso a dados e componentes, “que é fundamental para garantir a continuidade e o futuro das empresas. Neste momento está em discussão a melhoria e continuidade do MVBÉR, com o acesso à identificação de peças, os acessos ao interface periférico do veículo e o RMI”. Pedro Barros, da ACAP / DPAAI e CEO da Tips4y, referiu a eletrificação e os novos conceitos de mobilidade, “que terão impacto direto na redução dos serviços de manutenção”, lembrando também que os veículos autónomos, conectados e elétricos vão proporcionar novos modelos de negócio e a entrada de novos players no mercado. “Os veículos conectados vão permitir a manutenção preditiva e o diagnóstico remoto. O digital será um dos grandes desafios. Quem quiser vingar terá de investir no digital. Além disso, a condução autónoma irá reduzir acidentes, o que terá impacto no setor da colisão. Outro grande desafio é a gestão de stocks e logística, pois cada vez há mais referências para tratar”. Por fim, referiu também o aumento do preço das peças, “devido aos sistemas ADAS e componentes eletrónicos”. Os três responsáveis lembraram também que os recursos humanos são um fator decisivo nesta transformação do setor. “É muito importante investir fortemente nos

recursos humanos. A formação constante e adequada é uma forma de minimizar os problemas”, indicou Joaquim Candeias.

SUSTENTABILIDADE

Em relação à sustentabilidade ambiental, Joaquim Candeias referiu que “em Portugal estamos a dar os primeiros passos nesse sentido, mas será um tema determinante para todas as empresas. Porque têm de ter capacidade de responder às solicitações do mercado e quem não o fizer irá ser penalizado, pela perda de clientes, por estar desfasado com aquilo que irá acontecer ou por sanções”. Dário Afonso, da ACM, lembrou a existência do “Pacto Ecológico Europeu”, “um programa ambiental que irá ter impacto nas próximas décadas em todos os setores, que tem como objetivo tornar a Europa neutra em carbono em 2050. Além disso, têm sido publicados regulamentos que vão impactar todas as indústrias”. ●

Quais os novos modelos de negócio com maior apetência para o sucesso?

Pedro Barros: “Os modelos de subscrição adaptados à reparação. As oficinas têm de pensar em passar de serem oficinas de reparação para se tornarem estações de serviço de mobilidade, ou seja, passar de um negócio centrado no automóvel para um modelo mais centrado nas soluções de mobilidade integradas para o cliente final. E dentro deste modelo, começar a pensar em serviços de cross selling, com vários serviços dentro da oficina. O digital permite fazer isto de uma forma mais fácil e mais rápida”.

De que forma os distribuidores e as oficinas podem ultrapassar estes desafios?

Joaquim Candeias: “Os distribuidores e oficinas têm de estar muito despertos para a digitalização do seu negócio. As possibilidades são tremendas, por isso, é muito importante estarem disponíveis para uma aprendizagem e formação contínuas”.

Pedro Barros: “É preciso aproveitar os dados para ajudar a gestor a conhecer melhor o seu negócio, para poder antecipar as necessidades dos seus clientes”.