



MYSTERY SHOPPING IN SHOWROOM (MSS)

- Experiências de venda e pós-venda - à distância e presencial
- Avaliação da experiência do cliente na concessionária
 - estruturado com base no processo de vendas atual, transformado numa análise profunda + áreas de melhoria
- Projetos executados por região, modelo, marca e segmento

O programa de Mystery Shopping in Showroom (MSS) avalia processos e atendimento nas concessionárias e seus concorrentes.

A partir da análise dos respectivos pontos positivos e oportunidades de melhoria, fornecemos um relato profundo da experiência do cliente, para que seja transformada em ajustes, treinamentos e ações de melhoria contínua.

Tais ações têm como objetivo aumento de satisfação e fidelização, resultando em maiores **RECEITAS** e **LUCROS**

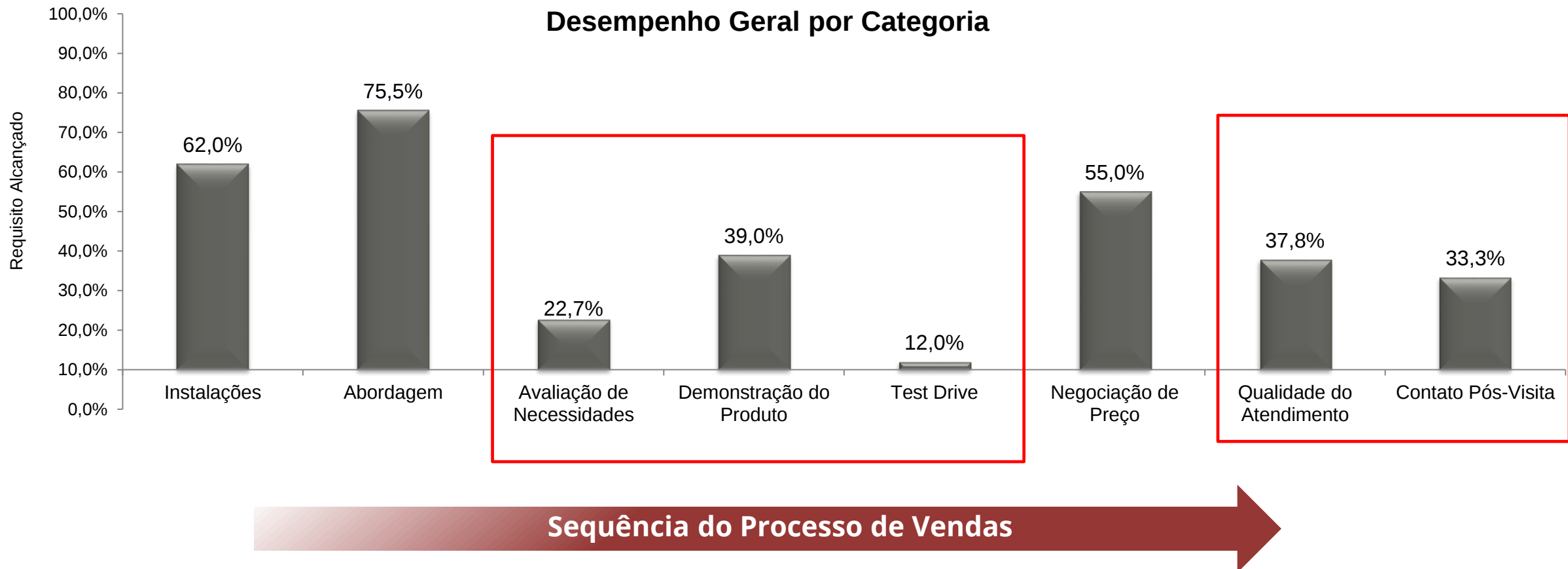
Categorias avaliadas no MSS:

- ▶ Instalações
- ▶ Abordagem
- ▶ Avaliação das Necessidades
- ▶ Demonstração do Produto
- ▶ Test Drive
- ▶ Negociação de Preço
- ▶ Qualidade do Atendimento
- ▶ Contato Posterior com o Cliente

Tendências Gerais - Total de Avaliações

Considerando todas as marcas, vemos que o desempenho é bom em *Instalações* e *Abordagem*, mas há oportunidades de melhoria nas outras categorias: *Avaliação de Necessidades*, *Demonstração de Produto*, *Test Drive*, *Qualidade do Atendimento* e *Contato Pós-Visita*.

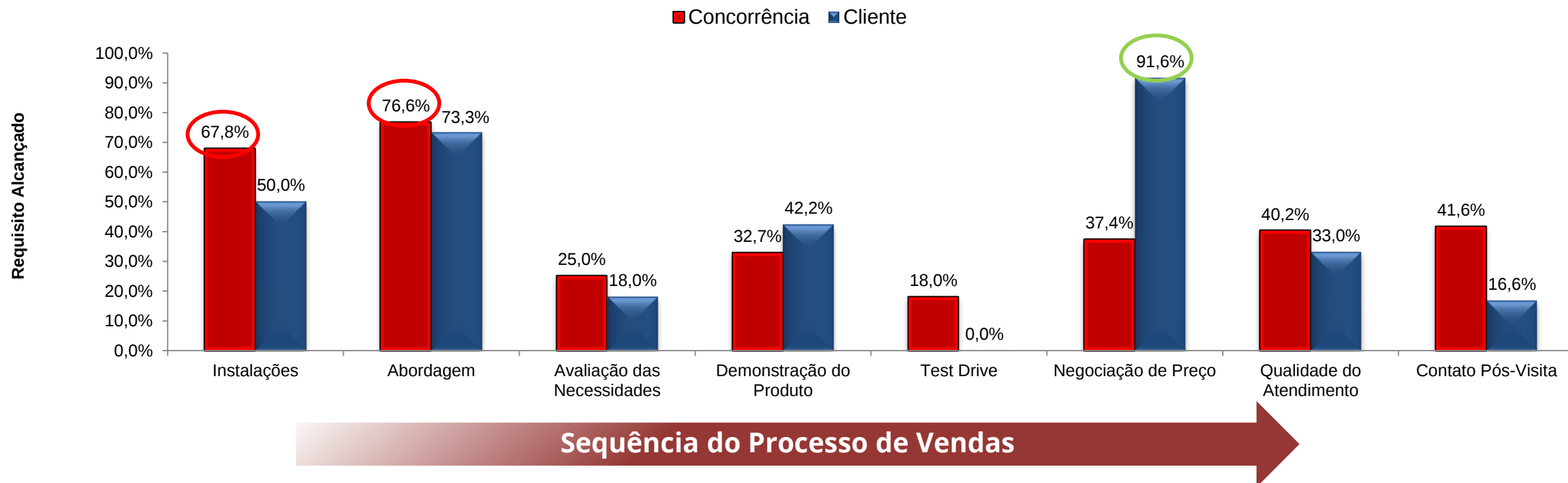
Percentual de Cumprimento do Total de Requisitos = 41,3%



Tendências Gerais - Total de Avaliações

Quando analisamos por etapas, vemos que a concorrência tem melhor desempenho em *Instalações, Abordagem, Avaliação das Necessidades, Test Drive, Qualidade do Atendimento e Contato Pós-Visita*.

Desempenho Geral por Categoria



Qualidade do Atendimento



POR QUE COMPRAR AQUI?

- Destacar diferenciais da concessionária
- Simpatia/boa vontade do gerente em ajudar a fechar o negócio
- Demonstrar tempo e experiência no mercado
- Negociação de condições exclusivas
- Prêmios que a concessionária ganhou
- Brindes/ações de relacionamento com o cliente (lavagem, acessórios, etc)
- Atendimento humanizado - onde mais posso te ajudar?

DEPARTAMENTO DE PÓS-VENDA

Apresentar o departamento de pós-venda é essencial para mostrar ao cliente que a concessionária está apta a auxiliar em qualquer tipo de manutenção que seja necessária depois de adquirir o veículo.

Isso mostra que o compromisso com o cliente vai muito além do momento de compra e é uma oportunidade de fidelização e recomendações futuras.

Por fim, a fidelização no pós-venda se torna uma pré-venda para o próximo veículo.

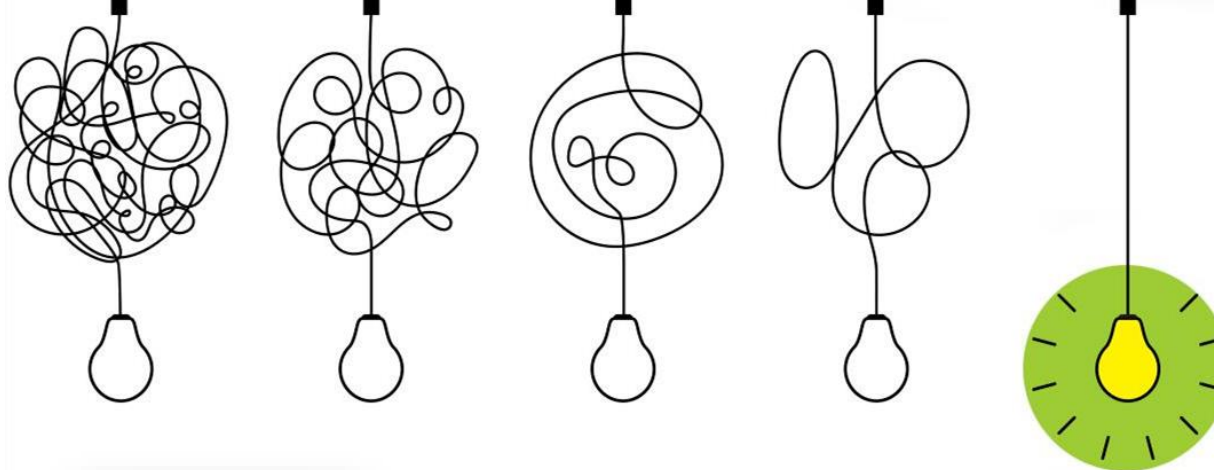
Priorizações

Top 5 - Cliente Já Aplica/Faz com Frequência

- 01 - Abordar o cliente em até 2 minutos
- 02 - Explicar as características e versões do veículo
- 03 - Oferecer boa negociação de preço
- 04 - Coletar contato do cliente
- 05 - Fazer contato efetivo pós-visita efetivo

Top 12 - Oportunidades Reais de Diferenciação para o Cliente

- 01 - Instalações mais modernas e sofisticadas
- 02 - Melhorar limpeza e organização das Instalações
- 03 - Perguntar o que é mais importante na compra
- 04 - Se esforçar para entender necessidade do cliente
- 05 - Mesa de negociação com visão compartilhada
- 06 - Fornecer preços em formato mais sofisticado
- 07 - Oferecer Test Drive
- 08 - Realizar Test Drive (com especialista)
- 09 - Apresentar cliente ao gerente
- 10 - Apresentar o departamento de pós-vendas
- 11 - Valorizar a concessionária/porque comprar aqui
- 12 - Incentivar a avaliação do cliente nas plataformas digitais



Muito Obrigado!

+55 11 99560-5305 | sergio.sanchez@nsource.com.br | sergiosanchez1@terra.com.br