



Fidelização assegurada no pós-venda

Desde 1936 que a Mercedes-Benz é representada em Portugal, e hoje é pela voz de José Eduardo Alves que ficamos a conhecer o crescimento que a Nasamotor teve ao longo dos anos.

A sua génese está associada a um spin-off de um outro concessionário. Tudo sucedeu com a rapidez que já é característica do setor automóvel e, “em 1997, nasce a Nasamotor Veículos e Peças Lda., no Porto”. Mantendo a sua ligação à Mercedes-Benz como concessionário oficial do Porto, a Nasamotor rapidamente conheceu novos momentos de expansão: em 1998, abriu um espaço na Estrada Exterior da Circunvalação e um ano mais tarde uma outra unidade em Santa Maria da Feira.

Nascida no seio familiar, a firma já foi reconhecida pelo segundo ano consecutivo pela revista Exame como a melhor empresa de Comércio de Veículo Automóveis, na categoria Consumo Automóvel. Esta conquista dá ânimo ao administrador que agora observa toda a conjuntura: “O ciclo de vida da Mercedes tem-se revelado muito favorável e nos últimos anos sentimos a evolução”, transmite.

SALVAGUARDAR IDENTIDADE

Mais do que a venda de um produto, a Nasamotor quer assegurar um serviço: “Há muito tempo que se diz que o segredo do nosso sucesso está nas vendas, mas na verdade é no pós-venda que asseguramos a fidelização”, sublinha. Claro que esta não é uma conquista imediata, pois demora o seu tempo e tem de ser trabalhada todos os dias. A empresa nasce sobretudo nesta ideia de movimento, e é através do contacto com máquinas tecnologicamente sofisticadas que foi criado todo um imaginário em torno da marca.

Esta visão onde a qualidade do produto é fomentada não num único e exclusivo contacto, mas sim na assistência que está por detrás da insígnia, faz com que ainda hoje o empresário tenha em mente as palavras do seu pai (José Alves): “O pós-venda tem de ser o suporte de toda a empresa”.



MUDANÇA DE PARADIGMA

Em tempos idos, muitos eram os mecânicos que consertavam os carros nas suas próprias garagens, sem que para isso tivessem de adquirir muitas competências. Porém, as tendências mudaram. Atualmente, para além da vida na oficina conter um ambiente de trabalho muito mais limpo, a corrida frenética pela tecnologia levou a que o mecânico tivesse de ir em busca de uma constante atualização no mercado.

Para a Nasamotor esta mudança não passa despercebida e é com atenção que José Alves a aborda: “Nos anos 1980 e 1990, existiam muitos mecânicos que consertavam os carros na própria casa. Mas isso mudou e hoje assiste-se a uma profissionalização”.

E, se houve um antes e depois na história desta profissão, também não deixa de ser verdade que a Nasamotor e a própria Mercedes foram, paulatinamente, conquistando novos produtos e expandindo-se a novos segmentos: “Antigamente, 75% dos nossos clientes eram particulares e apenas 25% destinavam-se ao corporate. Hoje, temos um mix quase invertido. 70% dos nossos clientes são empresariais, e apenas 30% das vendas são para particulares”, indica o nosso interlocutor. É ainda de verificar que, numa outra época, a Mercedes não se encontrava bem posicionada nos segmentos mais baixos; enquanto que hoje já existem produtos na casa dos 27 mil euros, mais acessíveis aos diferentes estratos sociais.

Neste quadro de diferenças, há sempre um ponto onde todos os objetivos se fundem: as pessoas. A Nasamotor assume uma dimensão humana muito forte, e os 200 funcionários a laborar nas mais diversas áreas de negócio encontram aqui um espaço onde o progresso acontece todos os dias. “Penso que o que tem marcado a nossa diferença é, essencialmente, a qualidade dos nossos profissionais e isso traduz-se no serviço. A Mercedes con-

trola muito essa componente através do programa CSI (Customer Satisfaction Index)”, clarifica.

Mas o ofício não se estagna aqui. “Temos também o Cartão Nasamotor, em que dependendo do tipo de cliente (corporate, frotista ou particular) oferecemos condições especiais nas manutenções das suas viaturas”, informa. A filial localizada na zona industrial de Santa Maria da Feira também se revela uma unidade de negócio importante, uma vez que é lá que se encontra o centro de vendas de veículos Mercedes e Smart, onde para além da ampla oficina poderemos encontrar um serviço de pós-venda de ambas as marcas.

CONFIANÇA NA SUSTENTABILIDADE

A Mercedes-Benz é uma marca que caminha com segurança e acessibilidade e não é por acaso que as pessoas facilmente confiam na sua durabilidade: “São carros que as pessoas gostam de manter. Têm manutenção acessível, entregas rápidas e são muitos os carros antigos que continuam a vir à oficina oficial, algo que não é comum nas outras marcas”. Dentro de todos os investimentos, a Nasamotor não esquece igualmente a componente ecológica e, “para além da certificação ambiental, no fim de 2017 conseguimos colocar painéis fotovoltaicos aqui na empresa”. Esta questão acaba por ter um forte impacto nas vendas, e estão sempre a ser pensados produtos com baixos índices de emissão CO2.

De olhos postos no futuro, José Alves prepara-se agora para outros planos. Desde a ampliação das instalações, passando pela aquisição de novos equipamentos, até à formação constante, a empresa não sossega o seu crescimento: “Nos últimos cinco anos, aumentámos a nossa equipa em cerca de 25%, e nos últimos seis anos, aumentámos a nossa faturação em 50%. Portanto, pensamos que estamos no caminho certo”, conclui.

