



Com nova estrutura de negócios, BMC-Hyundai quer crescer 30% até o final de 2016

Após a criação do setor de Desenvolvimento de Mercados, a empresa passará a ofertar soluções customizadas de acordo com a necessidade de cada segmento atendido. A BMC-Hyundai, distribuidora exclusiva da Hyundai Heavy Industries (HHIB) no Brasil, inicia o segundo semestre de 2016 com novidades em sua estrutura organizacional.

A partir de julho, a empresa passa a ter uma área de Desenvolvimento de Mercados, que trabalhará ao lado dos departamentos de pós-vendas e comercial. Entre os objetivos da divisão, está o estabelecimento das melhores práticas do mercado para oferecer soluções sob medida aos clientes.

Alcides Guimarães (Manga), Diretor Nacional de Suporte ao Negócio da BMC-Hyundai, explica que essa é uma das estratégias da distribuidora para gerar novos negócios e crescer cerca de 30% em faturamento até o final do ano. "Mais do que uma distribuidora de máquinas, passaremos a prestar um serviço de consultoria aos nossos clientes, orientando sobre as melhores opções de aquisição", pontua.

Como exemplo, o executivo cita o modelo de trade-in (quando se recebe um equipamento usado como parte de pagamento de um novo). "Às vezes o cliente precisa de uma máquina nova, mas não tem a quantia necessária para adquiri-la. Nesse caso, fazemos uma série de

exercícios financeiros e apresentamos o custo de propriedade e operação, para mostrarmos que a troca é a melhor solução", diz. "Oferecendo maior flexibilidade na compra de um equipamento novo, que, conseqüentemente, terá uma disponibilidade de produção maior, ajudamos o cliente a manter suas operações", completa.

O objetivo da nova ação, segundo Guimarães, é oferecer o melhor custo benefício do mercado, considerando pontos como produtividade, disponibilidade, valor de revenda, consumo de combustível e custo de manutenção. "Através de acompanhamento constante nas aplicações e operações de máquinas de nossos clientes, conseguimos desenvolver produtos de alta qualidade, assegurando produtividade por meio da disponibilidade mecânica. Por essa razão, oferecemos, inclusive, a maior garantia de equipamentos do mercado", diz.

Entre as principais funções da área de Desenvolvimento de Mercado, destaca-se o entendimento das tendências e necessidades do mercado, buscando a criação de soluções customizadas para segmentos específicos. Para atingir a meta, a proposta é integrar todas as áreas que fazem parte da operação, especialmente o comercial, pós-vendas, marketing e inteligência de mercado. "Queremos estar mais próximos dos clientes, entender as suas demandas e necessidades, para juntos, buscarmos a melhor solução para cada negócio", finaliza.

Foto: divulgação

Canaris