

Pioneiro no setor, e-commerce da Tracbel já representa 50% das vendas de peças

A Tracbel já mostra excelentes resultados de seu projeto de venda de peças pela internet. Grupo multimarcas com atuação nacional na distribuição de equipamentos de construção, mineração, logística, transporte e agronegócio, a empresa registrou em julho perto de 50% de comercialização de componentes para o varejo pela sua plataforma digital. “É um resultado excepcional, a julgar pelo pouco tempo de funcionamento do novo conceito”, declara Luiz Gustavo Rocha de Magalhães Pereira, CEO do Grupo Tracbel. É o primeiro e-commerce do setor de máquinas pesadas do País.

Embora a plataforma tenha começado a operar no final de 2019, o processo de digitalização foi cuidadosamente planejado e implementado a partir de 2017. “Não queríamos só vender peças online. Investimos para começar uma verdadeira transformação digital no grupo. Queremos aumentar as vendas de peças mas, ao mesmo tempo, trazer benefícios reais aos clientes, garantir maior agilidade nas entregas, melhorar processos e modernizar a empresa de uma maneira geral”, diz o executivo. "Inovação não é papel exclusivo de TI. É necessário integração

e sinergia de todas as áreas", complementa Marcelo Maehara, diretor corporativo de pós-venda do Grupo Tracbel.

O faturamento das vendas online cresceu dez vezes do último trimestre de 2019 até julho último. O volume mensal de transações digitais, que no início se contava em dezenas de milhares de reais, atualmente ultrapassa a casa de milhões. A base de clientes da plataforma quase triplicou, assim como o percentual de clientes ativos do e-commerce (aqueles que compram com frequência) aumentou 400% no mesmo período. “Quem comprou pela internet compra de novo. A recorrência é de quase 80%, e continua aumentando”, diz Pedro Oliveira, gerente corporativo de peças da Tracbel.

Vantagens

A digitalização chamou a atenção e atraiu os clientes porque produziu muitas vantagens ao usuário: funcionamento em tempo integral (a transação é feita em qualquer horário e dia da semana); informações facilmente disponíveis (o site é bastante amigável); a compra pode ser feita de qualquer dispositivo (notebook, celular ou desktop); além do pedido poder ser rastreado durante todo o período da transação (uma funcionalidade importante para quem precisa da peça para fazer o reparo e colocar a máquina, o caminhão ou o ônibus de volta ao trabalho rapidamente).

O e-commerce abrange praticamente todo o amplo universo de cerca de 100 mil part numbers das máquinas, equipamentos e veículos comercializados pela Tracbel, além de pneus e implementos. Ali estão as marcas Volvo (equipamentos de construção, caminhões e chassis de ônibus), SDLG (máquinas amarelas), Tigercat (equipamentos florestais) e pneus comerciais da Michelin e da Camso. As transações são geralmente rápidas, durando poucos minutos. O internauta pode comprar desde filtros e lubrificantes, passando por pneus, freios, componentes de transmissão e motores e, futuramente, até máquinas inteiras.

Um dos maiores distribuidores de equipamentos pesados do País, a Tracbel é pioneira no e-commerce nesse segmento. “Atuamos num mercado formado por empresas tradicionais, em que as práticas comerciais são geralmente mais convencionais. O grande sucesso das negociações pela internet mostrou que o setor é bastante profissionalizado e está aberto e ávido por soluções inovadoras e um relacionamentos mais digitalizado”, explica o CEO.

Ele observa que os ganhos com as novas funcionalidades são mútuos, beneficiando clientes e alcançando também a estrutura interna da Tracbel, uma vez que o impulso das vendas online deu maior produtividade aos vendedores, que agora podem se dedicar a outras demandas e tarefas para atender os clientes de forma mais completa. “Temos hoje um ritmo mais dinâmico, pois a transformação digital atingiu a empresa como um todo, as pessoas e os processos, beneficiando todos os departamentos”, destaca.

Integração

Do total de 27 lojas do grupo, 24 já estão integradas na plataforma de comércio eletrônico e operando normalmente, com uma expectativa de aumento ainda maior de vendas até o final do ano. A Tracbel optou por uma solução integradora, trabalhando com a convergência de canais, num verdadeiro ecossistema de diferentes recursos e sistemas que incorporam todas as necessidades da empresa e dos usuários.

Esse novo ambiente contou com a criação de um time exclusivamente dedicado ao e-commerce, mudanças nos processos internos e a aplicação de novas tecnologias. “A digitalização veio de maneira natural, pois o DNA do grupo sempre foi de excelência no serviço prestado e de estar pronto para atender os clientes independentemente do meio. Além da presença física, queremos ser digitais e provermos as melhores soluções os clientes em qualquer lugar do mundo”, finaliza Pereira.

Foto: Luiz Gustavo Rocha de Magalhães Pereira, CEO do Grupo Tracbel (divulgação)