



## Grupo Parvi aprimora gestão de vendas e pós-vendas e marketing digital em 7 concessionárias Hyundai



*Grupo inicia expansão da solução de pós-vendas para outras marcas.*

Conquistar o cliente na venda e aprimorar o relacionamento no pós-vendas é essencial para uma empresa se manter em crescimento e sólida dentro do mercado automotivo. Por isso, o Grupo Parvi, com atuação Norte e Nordeste no Rio de Janeiro e Brasília – resolveu melhorar a gestão de clientes com soluções da Syonet, líder em CRM para concessionárias, e com ações de marketing digital da Lead Force, agência especializada em marketing digital de performance.

Formado por uma rede de concessionárias com mais de 70 lojas no Brasil, o Grupo Parvi já está utilizando há seis meses os módulos de vendas e pós-vendas do CRM da Syonet. “O sistema de CRM da Syonet é muito intuitivo, fácil de usar e a visualização dos relatórios e KPIs é muito boa. Queríamos eliminar de vez as planilhas e ter acesso on-line as informações de vendas. Outro benefício que ganhamos foi a criação e disparos de campanhas por SMS, e-mail e outros”, explica o diretor Hyundai do Grupo Parvi, Amaury Pedrosa.

No pós-vendas, o agendamento para oficina se tornou mais robusto e a pesquisa de satisfação passou a gerar mais assertividade na retenção. “Agora, realizamos com maior facilidade o contato de pós-vendas, usando e-mail, SMS, outros canais, além do contato telefônico. Isso nos ajudou a reduzir custos, garantir flexibilidade e aumentar a produtividade dentro da empresa”, explica Pedrosa.

Outra vantagem do módulo de pós-venda foi que as concessionárias Hyundai do Grupo

Parvi passaram a ter uma previsão do faturamento mensal, o que facilita o planejamento dos próximos passos com clientes e prospects. O Syonet já apresenta melhorias muito significativas tanto na geração de leads e vendas quanto nos canais de agendamento de oficina e pesquisa de satisfação.

## Marketing digital

Já na área de marketing digital, a Lead Force reformulou o site da Hyundai, seguindo o guideline da montadora, para atender de maneira mais responsiva o cliente. A gestão dos leads nas campanhas do Google garantiu uma redução em 20% do custo porlead, o que permitiu reinvestir em mais anúncios. Além disso, a introdução do chat robô ofereceu a possibilidade de atender clientes mesmo fora do expediente.

“Diante do tamanho gigantesco do Grupo PARVI está sendo um grande e prazeroso desafio poder atender todo o Grupo. Para mim fica muito mais fácil poder resolver todos os desafios e problemas deste projeto, porque tanto a Syonet como a Lead Force, são empresas na qual eu tenho total autonomia e isto gera grandes benefícios para todos, principalmente para o cliente. Soluções de CRM dependem ‘muito de soluções de marketing digital e vice-versa, ou seja, conseguimos atuar desde a geração do lead até a conversão dele e por consequência temos o ROI (Retorno sobre o Investimento) com base real no faturamento”, explica o diretor da Syonet e Lead Force, Isac Campos.

## Próximos passos

A partir dos resultados conquistados, o Grupo Parvi já está implantando o módulo de pós-venda do Syonet nas outras marcas (Ford, Volkswagen, Fiat, Jeep, Renault, Nissan, Land Rover, Jaguar, Mercedes-Benz Automóveis e Caminhões) e que deve entrar em operação até novembro deste ano.

