



JENNIFER CRISTINA FELIX MOREIRA

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS EM UMA CONCESSIONÁRIA
DE MOTOCICLETAS**

LAVRAS – MG

2021

JENNIFER CRISTINA FELIX MOREIRA

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS EM UMA CONCESSIONÁRIA DE
MOTOCICLETAS**

Relatório de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Lavras, como parte
das exigências do Curso de Administração, para
obtenção do título de Bacharel.

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

Prof.º Dr. José Willer do Prado

Coorientador

LAVRAS - MG

2021

JENNIFER CRISTINA FELIX MOREIRA

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS EM UMA CONCESSIONÁRIA DE
MOTOCICLETAS**

Relatório de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Lavras, como parte
das exigências do Curso de Administração, para
obtenção do título de Bacharel.

APROVADA em 25 de novembro de 2021.

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

LAVRAS - MG

2021

AGRADECIMENTOS

Inicialmente agradeço à Deus que me deu força e fé, e à Nossa Senhora que me deu sabedoria e discernimento em todos esses anos para chegar até aqui.

À minha mãe *in memoriam* que me ensinou a ser forte e a não desistir diante dos obstáculos, ela que sempre acreditou no meu futuro e mesmo não presente, pude sentir seu apoio e seu amor em toda a minha caminhada.

Ao meu pai, que mesmo diante de todas as dificuldades nunca me desamparou e sempre priorizou a conclusão de meus estudos.

À minha irmã Jéssica, agradeço imensamente, pois esteve comigo em todos os anos de perto, ela que me apoiou, me orientou, me acalmou, me aconselhou. Sem ela, a caminhada seria mais difícil e sem graça.

Aos meus irmãos Jaiany, Fábio Júnio e Pedro Henrique que foram minha fortaleza e minha motivação. E almejo ser exemplo de superação e força.

Ao meu namorado por todo companheirismo, apoio, desabafos e choros. Obrigada por nunca desistir de mim!

À minha melhor amiga Maria Natália que esteve comigo de longe em todos os momentos, e isso não foi empecilho para que uma ajudasse e apoiasse a outra. Gratidão por sempre estar comigo.

Aos meus amigos da UFLA, Gabrielle, Elivelton, Clarelis, Pedro, Thacyo, Sâmyla, Brenda por todo companheirismo, por não me deixaram ser vencida pelo cansaço. Com vocês a graduação foi mais leve e feliz.

À Ufla Júnior Consultoria Administrativa que durante quase 2 anos, me proporcionou muito aprendizado pessoal e profissional, possibilitando a vivência profissional e o autoconhecimento.

À UFLA e seus professores, em especial Paulo Henrique Leme que me confiou um estágio e que possui um carinho muito grande. E ao meu orientador André Lima por todo aprendizado e paciência. Sempre atencioso e dedicado, sinônimo de professor e amigo. E ao coorientador José Willer pela orientação, ajuda e prontidão.

Por fim, agradeço a Motohouse Honda pela oportunidade de desenvolvimento pessoal e profissional, em que pude ter uma mais visão ampla e muito aprendizado. Além das amigas que levarei para vida.

RESUMO

Este relatório visa descrever e analisar as atividades práticas realizadas no setor de consórcio e relacionamento com o cliente, bem como propor melhorias para aperfeiçoar e contribuir com o crescimento da organização. A organização em questão é uma concessionária de motos localizada na cidade de Campo Belo/MG. A Motohouse Honda é uma concessionária de motocicletas autorizada Honda em que sua missão é garantir a excelência na qualidade do atendimento e na entrega de motocicletas Honda 0 km e oferecer peças e serviços com qualidade impecável e gerar alto nível de satisfação em nossos clientes. As atividades desenvolvidas foram: gestão de leads, pesquisa de satisfação, pós-venda e venda de seguros. Como sugestões aos problemas identificados, foram propostos: para a eficácia na gestão dos leads, o direcionamento do contato do consultor para o cliente e assim o atendimento mais ágil; para maior adesão das respostas da pesquisa de satisfação, oferecer 5% de desconto em serviços ou em peças para os respondentes. No âmbito geral, a aplicação de uma pesquisa de clima organizacional para coleta de informações sobre motivação e satisfação dos funcionários; a criação de um setor de recursos humanos e por fim, a inserção de treinamentos para desenvolvimento pessoal. Em síntese, a experiência adquirida na empresa foi enriquecedora e de grande valia, proporcionando um aprendizado vasto em vários aspectos, além da oportunidade de colocar os conhecimentos teóricos em prática.

Palavras-chave: Administração. Concessionária. Consórcio.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Organograma da Motohouse Honda.....	10
Figura 2 - Fachada da concessionária.....	12
Figura 3 - Showroom.....	12
Figura 4 - Balcão de peças e serviços.....	13
Figura 5 - Caixa.....	13
Figura 6 - Oficina.....	14
Figura 7 - Sala de espera.....	15
Figura 8 - Local de trabalho Gerente de Pós-vendas.....	15
Figura 9 - Cozinha e depósito de materiais de limpeza.....	16
Figura 10 - Sala de reunião/ Sala do café.....	16
Figura 11 - Sala do departamento de contas a pagar.....	17
Figura 12 - Sala da Diretoria.....	18
Figura 13 - Plataforma myHonda de leads.....	19
Figura 14 - Novos leads.....	20
Figura 15 - Tempo de atendimento.....	20
Figura 16 - Planilha de controle de leads.....	21
Figura 17 - Pesquisa de satisfação.....	23
Figura 18 - IHS: sistema do consórcio.....	26
Figura 19 - Boas vindas.....	27
Figura 20 - Formação de grupo.....	28
Figura 21 - Preventiva 2 ^a a 5 ^a	29
Figura 22 - Pagamento do lance.....	30
Figura 23 - Entrega do bem.....	31
Figura 24 - Sistema de cotação de seguros.....	32
Figura 25 - Planilha de controle Seguros.....	33
Quadro 1 - Quadro das atividades realizadas.....	20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO	8
2.1. Histórico da Motohouse Honda	8
2.2. Visão Estratégica	8
2.3. Estrutura organizacional	9
2.4. Descrição física	11
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	18
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS	19
4.1. Gestão de leads	19
4.2. Pesquisa de satisfação	21
4.3. Pós-venda.....	25
4.4. Venda de Seguros	31
5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS.....	34
6 CONCLUSÃO.....	35
REFERÊNCIAS	36

1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que para o sucesso de uma organização, é necessário ter uma boa administração. Nenhuma empresa é autossuficiente ou autônoma, ela requer alguém para governar. Melhor dizendo, para administrar. Sejam líderes, presidentes, diretores, gestores, executivos, supervisores, equipes, pessoas, etc., isto é, uma base administrativa para garantir a ação organizacional (CHIAVENATO, 2015).

Chiavenato (2015a, p. 06), afirma que “a administração significa a inteligência organizacional, isto é, a maneira pela qual a organização se articula, planeja, organiza, lidera e controla suas operações no sentido de alcançar objetivos e conseguir resultados esplêndidos.”

Dado isso, ter um profissional – o administrador – responsável por essa área é importante, uma vez que cada organização é única e possui objetivos e modelos de gestão diferentes. Segundo Chiavenato (2021, p. 02):

o administrador faz diagnósticos, define os objetivos e as estratégias para alcançá-los, planeja sua execução, organiza recursos e competências, dirige a execução e lidera pessoas, monitora e controla resultados, gera inovação e competitividade e agrega valor ao negócio e aos seus públicos estratégicos.

Nesse sentido, o presente trabalho de conclusão de curso foi realizado em uma empresa, mais especificamente, em uma concessionária de motos localizada na cidade de Campo Belo/MG. A autora do relatório executou atividades administrativas na área de consórcio e de relacionamento com o cliente. E atualmente, de acordo com Sodré (2021) o setor de motocicletas tem crescido devido à alta demanda no setor de delivery o que impulsiona a venda de motos compactas, além da grande procura como meio de transporte econômico no Brasil.

Desse modo, o principal objetivo é descrever e analisar os processos desenvolvidos na área, bem como propor melhorias para aperfeiçoar e contribuir com o crescimento da organização.

Portanto, para a compressão, o relatório está estruturado de forma clara e objetiva, contendo a história da organização, visão estratégica, estrutura organizacional e descrição física. Em seguida as atividades desenvolvidas e suas respectivas horas. Posteriormente, a descrição dos processos técnicos e por fim, a sugestão de melhorias para problemas identificados e as considerações finais.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

O presente tópico busca apresentar de forma sucinta a empresa Motohouse Honda, descrevendo assim, sua história, sua visão estratégica, estrutura organizacional e sua descrição física para melhor compreensão do relatório.

2.1. Histórico da Motohouse Honda

A Motohouse é uma concessionária autorizada Honda de motocicletas, adquirida em abril de 2014, sendo a matriz em Boa Esperança – MG e sua filial na cidade de Campo Belo – MG, além de um ponto de venda em Campos Gerais – MG (MOTOHOUSE HONDA, 2021).

A Motohouse surgiu quando o sócio proprietário Fabiano Lopes, em uma conversa informal com um amigo, escutou a possibilidade de venda das concessionárias Golden Motos em Minas Gerais, situadas nas cidades de Boa Esperança e Campo Belo. Ao levar ao conhecimento de seu pai, o também sócio proprietário Sr. Antônio Marcos Lopes, foi realizado o primeiro contato com o proprietário da Golden Motos e agendado então, uma reunião para conhecer o negócio. Com muita transparência e cordialidade, na véspera do carnaval de 2014, após 3 reuniões, foi fechado o acordo e enviado para aprovação da Moto Honda da Amazônia, que como de praxe, precisa aprovar as transferências de concessão de marca.

Após análise documental e visita à cidade dos proprietários, ficou aprovada pela fabricante a aquisição, e no dia 28 de abril de 2014 nasceu a Motohouse iniciando suas atividades na região do Sul de Minas, abrangendo uma área de atuação de 190 mil habitantes de 10 cidades. Formada por uma equipe de altíssimo nível, segue sempre buscando a excelência na venda de motocicletas, peças e serviços Honda.

Posto que é a marca mais lembrada, a líder nos segmentos de motocicletas no país com quase 80% de *Market Share* e o amor a duas rodas, foram a maior inspiração na aquisição do negócio.

2.2. Visão Estratégica

Missão

Garantir a excelência na qualidade do atendimento e na entrega de motocicletas Honda 0 KM e oferecer peças e serviços com qualidade impecável e gerar alto nível de satisfação em

nossos clientes.

Visão

Ser a melhor concessionária da região e referência em venda de motocicletas, peças e serviços.

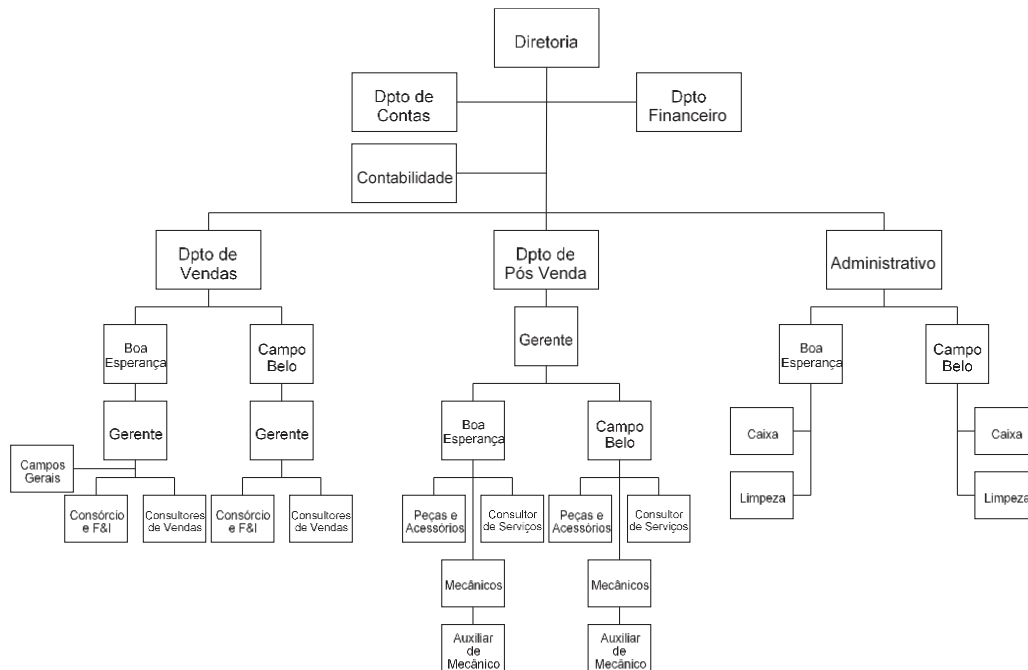
Valores

Equipe bem treinada, capacitada pelos treinamentos oferecidos pela Moto Honda é o início do sucesso das atividades na empresa, mas acima de tudo, um bom relacionamento interpessoal, seguir as regras da empresa e disposição no trabalho, sem dúvidas, torna o caminho mais fácil para todos atingirem os objetivos particulares e da empresa.

2.3. Estrutura organizacional

Atualmente a Campo Belo Motos LTDA, que possui nome fantasia de Motohouse Honda, consta com 22 colaboradores considerando a matriz, a filial e o ponto de venda. Na filial, empresa onde foi realizada a experiência profissional, possui 11 colaboradores. A mesma é subdividida pelos seguintes setores: diretoria, departamento de contas, departamento financeiro, departamento de vendas, administrativo, departamento de pós venda. Conforme é apresentado na Figura 1.

Figura 1 - Organograma da Motohouse Honda.



Fonte: Dados do estágio (2021)

Na Motohouse, o diretor é o sócio proprietário Fabiano, ele é responsável por todas as decisões estratégicas das empresas, pelo planejamento financeiro e gestão de riscos. Além de fazer o contato direto com a Honda, ele coordena as atividades administrativas e comerciais, junto aos seus respectivos gerentes.

O departamento de contas é dirigido por uma profissional formada em administração, que tem como função gerenciar e acompanhar todas as despesas da empresa, bem como acompanhar clientes devedores, liberação de propostas de vendas de motocicletas, lançamentos e envio de notas fiscais para a contabilidade, etc.

O departamento financeiro é conduzido pelo gerente financeiro, que é responsável por toda transação de dinheiro, realiza os pagamentos das despesas que o setor acima envia, realiza todo serviço bancário, além de planejar e analisar a saúde financeira da empresa.

O setor contábil é responsável por fazer a escrituração de todas as movimentações fiscais, apurar impostos e garantir que todas as obrigações acessórias sejam cumpridas. Para isto, a empresa conta com uma contadora qualificada e competente para realizar todas essas atividades.

Já o departamento de vendas, possui um gerente de vendas e dois consultores de vendas. O gerente tem como função de gerenciar e orientar todas as negociações, especificamente

resolver conflitos, acompanhar as vendas e chegadas das motocicletas, realizar todos os processos de financiamentos, conduzir e treinar sua equipe. Enquanto que, os consultores de vendas têm como papel de realizar as vendas, prospectar clientes, realizar pós-venda e acompanhar a concorrência para identificar oportunidade de novos negócios. Além disso, o setor de consórcio também compõe o departamento de vendas, suas atividades serão descritas detalhadamente ao decorrer desse relatório, uma vez que é a função em que foi realizada a experiência profissional.

O departamento de pós-vendas dispõe de um gerente e um consultor de peças. A função do gerente é gerenciar a realização dos serviços de oficina e venda de peças, acompanhar e garantir a satisfação dos clientes, executar os processos de garantias e seguros, entre outros. Já o consultor de peças é responsável por vender peças de motocicletas, abrir as ordens de serviços e encaminhar os serviços das motocicletas para a oficina, entre outros.

Ainda no setor de pós-vendas, tem a oficina em que possui o mecânico que tem como função, realizar toda a parte técnica de manutenção de motocicletas, como reparação, substituição, lubrificação, etc. Além desse profissional, há o auxiliar mecânico que sua responsabilidade é de lavar as motocicletas, buscar ou entregá-las para os clientes, e auxiliar em outras atividades que o mecânico precisar.

Por fim, a empresa detém do departamento administrativo que é composto pelo caixa. É desempenhado pela operadora de caixa e suas atividades são receber e processar os pagamentos de clientes e alguns fornecedores, emitir notas fiscais, faturar as motocicletas, fazer o fechamento do caixa e conseqüentemente o controle financeiro.

2.4. Descrição física

A empresa Campo Belo Motos LTDA filial, está situada na Rua Floriano Peixoto, nº 50, Centro em Campo Belo/ MG. O horário de funcionamento é de 8h às 18h de segunda a sexta-feira e 8h às 12h aos sábados. Seu espaço interno é demarcado pelo o primeiro andar, em que apresenta o Showroom que é destinado aos consultores de venda, a administradora de consórcio, ao caixa e ao balcão, onde o consultor de peças se localiza, além de banheiros - masculinos e femininos. Ao fundo encontra-se a oficina. No segundo andar, situa-se uma sala para o departamento de contas, uma sala para a diretoria, uma sala para o gerente de pós-venda, uma cozinha, uma copa e um banheiro.

A Figura 2 apresenta a fachada da empresa, onde é possível notar algumas características do showroom e a logo da concessionária, que segue padrão Honda em todas as

concessionárias.

Figura 2 - Fachada da concessionária.



Fonte: Da autora (2021).

A Figura 3 nos mostra o Showroom, área essencial em que ocorre os atendimentos aos clientes. Nele situa-se os vendedores, gerente de vendas e o administrador de consórcio.

Figura 3 - Showroom.



Fonte: Da autora (2021).

Mais adentro do showroom, temos o balcão de peças e serviços, como mostra a Figura

4.

Figura 4 - Balcão de peças e serviços.



Fonte: Da autora (2021).

E ao lado do balcão de peças e serviços encontra-se o caixa, conforme é apresentado na Figura 5.

Figura 5 - Caixa.



Fonte: Da autora (2021).

A Figura 6 nos mostra a oficina onde é realizado todos os serviços técnicos e lavações das motocicletas.

Figura 6 - Oficina.



Fonte: Da autora (2021).

Ainda no primeiro andar temos a sala de espera onde os clientes podem aguardar o término dos serviços prestados. Há disponível café e água, além de poltronas confortáveis, como apresenta a Figura 7.

Figura 7 - Sala de espera.



Fonte: Da autora (2021).

No segundo andar, encontra-se de início o espaço destinado ao gerente de pós-vendas, conforme a Figura 8. Um projeto futuro do proprietário é estabelecer uma sala para o gerente de pós-vendas.

Figura 8 - Local de trabalho Gerente de Pós-vendas.



Fonte: Da autora (2021).

No mesmo espaço, conforme a Figura 9, também possui a cozinha e o depósito de materiais de limpeza.

Figura 9 - Cozinha e depósito de materiais de limpeza.



Fonte: Da autora (2021).

A Figura 10 apresenta a sala de reuniões, mas que é utilizado normalmente para o café da manhã e da tarde.

Figura 10 - Sala de reunião/ Sala do café.



Fonte: Da autora (2021).

Na Figura 11, dispõem da sala da responsável pelo setor de contas a pagar.

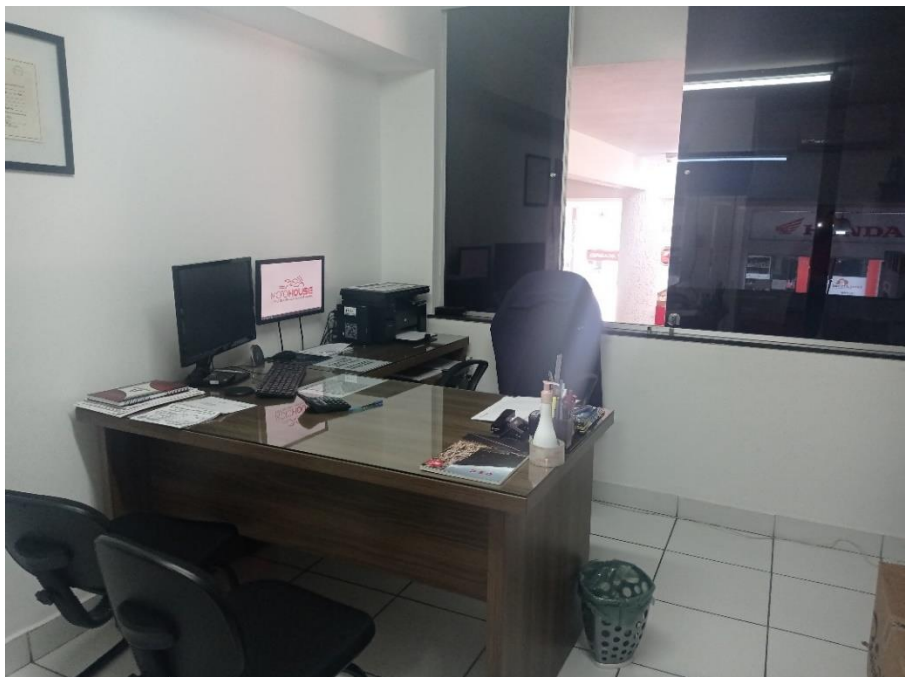
Figura 11 - Sala do departamento de contas a pagar.



Fonte: Da autora (2021).

E por fim, na Figura 12 é apresentada a sala da diretoria/proprietário.

Figura 12 - Sala da Diretoria.



Fonte: Da autora (2021).

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Foram desenvolvidas atividades na área de consórcio e relacionamento com o cliente, durante o período de 3 de maio a 30 de agosto, correspondendo a uma carga horária de 756 horas totais. No Quadro 1, são apresentadas as atividades desenvolvidas nesse período, suas descrições e suas respectivas horas.

Quadro 1 - Quadro das atividades realizadas.

ATIVIDADES REALIZADAS	DESCRIÇÃO	HORAS TOTAIS
Gestão de leads	Fazer acompanhamento e distribuição de potenciais clientes que entram em contato através da plataforma myHonda e das redes sociais.	195
Pesquisa de satisfação	Entrar em contato com todos os clientes tanto de peças e oficina, quanto de vendas, para comunicar sobre a pesquisa de satisfação que é enviada por e-mail ou sms pela plataforma myHonda.	190
Pós-vendas	Acompanhamento dos clientes de consórcios nas etapas: boas-vindas, formação de grupo, preventiva de 2ª a 5ª parcelas, pré-cancelado, oferta de lance, contemplação - pagamento do lance, contemplação - entrega do bem.	207
Venda de Seguros	Realizar a prospecção de clientes para os seguros que a Honda tem em parceria com diversas corretoras.	164
TOTAL DE HORAS		756

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O Quadro 1 apresentou uma breve descrição das atividades que foram realizadas e seus respectivos números de horas, sendo assim, no próximo tópico serão descritas todas as atividades realizadas embasadas em teorias da Administração.

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS

Esta Seção 4, tem por finalidade abranger os processos técnicos de cada uma das ações realizadas pela funcionária. Elas serão descritas detalhadamente, terão embasamento em conceitos da Administração e apresentar-se-ão sugestões de melhorias para aquelas que precisam ser aperfeiçoadas.

4.1. Gestão de leads

Segundo o site Layer Up (2019), “podemos definir lead como qualquer pessoa que entra em contato direto com sua empresa a fim de buscar informações sobre os produtos/serviços que seu negócio oferece.” Assim como, para Santos (2020), “um lead é uma oportunidade de negócio para a empresa.”

A gestão de leads na empresa é de suma importância, pois através dela ocorre a captação de vários clientes. A captação de leads ocorre através das redes sociais como *WhatsApp*, *Facebook* e *Instagram*. E por ser uma concessionária autorizada Honda, a mesma possui uma plataforma chamada de myHonda para gerir os leads realizados pelos sites, conforme mostra a Figura 13.

Figura 13 - Plataforma myHonda de leads.

	Nome completo	Data/Hora de criação	Data da última modificação	Origem do lead	Concessionária	Responsável	Produto de interesse	Tipo	Sub origem	Status	SLA
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	11-8-2021 18:40	12-8-2021 09:20	Website Honda	MOTOHOUSE BOA ESPER		NXR 160 BROS ESDD Vermelho	BHB	Site BHB	em Negociação	
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	5-7-2021 12:52	7-7-2021 10:24	Website Honda	MOTOHOUSE BOA ESPER		CG 160 Start	HDA	Site	em Negociação	
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	28-7-2021 08:44	29-7-2021 14:07	Website Honda	MOTOHOUSE BOA ESPER		Elite 125	HDA	Site	em Negociação	
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	17-8-2021 22:44	19-8-2021 13:30	Website Honda	MOTOHOUSE BOA ESPER		Elite 125	HDA	Site	em Negociação	
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	26-8-2021 08:36	14-9-2021 00:56	Website Honda	MOTOHOUSE CAMPO BELO		CG 160 TITAN Amarelo Perolizado	BHB	Site BHB	em Negociação	
<input type="checkbox"/>	[REDACTED]	27-8-2021 09:18	27-8-2021 13:16	Website Honda	MOTOHOUSE CAMPO BELO		PCX STD CBS/Vou de Honda/48/com seguro	CNH	Site CNH ECOMM - Abandono de compra	em Negociação	

Fonte: Dados do estágio (2021).

Ao informar os dados através do site da Motohouse ou da Honda, como nome, cpf, e-mail e telefone, gera-se automaticamente o lead e é notificado no sistema para o gestor. O

contato do cliente fica em negrito e com o nível do *Service Level Agreement* (SLA), que significa o tempo do atendimento/resposta para com o cliente e que deve ser atualizado o quanto antes. Quanto menor o tempo, melhor será o índice de retorno. Na Figura 14, vê-se como são os leads e o tempo de SLA.

Figura 14 - Leads.

Nome completo	Data/Hora de criação	Data da última modificação	Origem do lead	Concessionária	Responsável	Produto de interesse	Tipo	Sub origem	Status	SLA
[Redacted]	13-9-2021 20:23	13-9-2021 20:23	Web Site Concessionária	MOTOHOUSE CAMPO BELO		XRE 300 - Preços e condições	HDA	Bot Whatsapp	Novo	1
[Redacted]	13-9-2021 20:18	13-9-2021 20:18	Website Honda	MOTOHOUSE CAMPO BELO		XRE 300	HDA	Site	Novo	1
[Redacted]	13-9-2021 18:24	13-9-2021 18:24	Website Honda	MOTOHOUSE BOA ESPER		Biz 110i	HDA	Site	Novo	1
[Redacted]	11-8-2021 18:40	12-8-2021 09:20	Website Honda	MOTOHOUSE BOA ESPER		NXR 180 BROS ESDD Vermelho	BHB	Site BHB	Novo	4

Fonte: Dados do estágio (2021).

O SLA é mensurado conforme está descrito na Figura 15. O ideal é que o lead seja atendido em até 15 minutos.

Figura 15 - Tempo de atendimento.

SLA: 1 <= 15.0 min 2 <= 30.0 min 3 <= 120.0 min 4 >= 121.0 min
--

Fonte: Dados do estágio (2021).

Dessa forma, o gestor de leads atualiza no sistema o status do contato do potencial cliente, em seguida, envia através do *WhatsApp* para o gerente de vendas que encaminhará para os vendedores de acordo com a disponibilidade de cada um.

Os leads realizados pelas redes sociais também são encaminhados para o gerente, e seu controle é feito através de uma planilha no Excel, juntamente com os outros, conforme mostra a Figura 16.

Figura 16 - Planilha de controle de leads.

VENDEDOR	NOME	CPF / CNPJ	TELEFONE	FONTE	LOJA	MODELO	DATA DO ENVIO	STATUS
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	XRE 190	24/08/2021 20:29	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 FAN	24/08/2021 21:18	NEGOCIO PERDIDO
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	XRE 190	25/08/2021 20:47	NEGOCIO PERDIDO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 TITAN	26/08/2021 08:36	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	BIZ 110i	26/08/2021 14:25	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 START	26/08/2021 19:49	EM NEGOCIAÇÃO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 CARGO	26/08/2021 21:28	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 START	27/08/2021 08:01	EM NEGOCIAÇÃO
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	PCX CBS	27/08/2021 09:18	EM NEGOCIAÇÃO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	PCX CBS	27/08/2021 09:18	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 TITAN	27/08/2021 11:43	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CB 650R	28/08/2021 17:11	NEGOCIO PERDIDO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 START	28/08/2021 20:12	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	BIZ 110i	30/08/2021 13:29	EM NEGOCIAÇÃO
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	BIZ 110i	31/08/2021 08:28	NEGOCIO PERDIDO
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	NXR 160 BROS E	01/09/2021 08:57	NEGOCIO PERDIDO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 TITAN	01/09/2021 10:38	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 FAN	01/09/2021 12:01	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	BIZ 125	01/09/2021 15:54	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	XRE 300	02/09/2021 06:42	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 FAN	02/09/2021 14:13	EM NEGOCIAÇÃO
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	BIZ 125	02/09/2021 17:33	NEGOCIO PERDIDO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	BIZ 125	02/09/2021 21:49	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 CARGO	04/09/2021 10:55	EM NEGOCIAÇÃO
URYEL	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	CG 160 TITAN	04/09/2021 14:44	ENCAMINHADO AO RESPONSÁVEL
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	NXR 160 BROS E	05/09/2021 10:27	EM NEGOCIAÇÃO
ALENCAR	NOME	CPF OU CNPJ	Nº DE TELEFONE	LEAD	CB	XRE 300	05/09/2021 18:00	NEGOCIO PERDIDO

Fonte: Dados do estágio (2021).

Além disso, uma vez por semana, juntamente com os vendedores, é analisado e atualizado no sistema o status da negociação, verificando então se o controle e as ações estão sendo eficazes e atingindo o objetivo, cujo é, efetuar as vendas.

4.2. Pesquisa de satisfação

A pesquisa de satisfação ainda que seja uma prática antiga, ela obtém mais relevância com o tempo, visto que é uma ferramenta de feedback do público-alvo de uma empresa sobre o produto ou serviço que ela oferece. Rossi e Slongo (1998, p. 102) afirmam que:

As informações sobre os níveis de satisfação dos clientes constituem uma das maiores prioridades de gestão nas empresas comprometidas com qualidade de seus produtos e serviços e, por conseguinte, com os resultados alcançados junto a seus clientes.

Kotler (1998, p. 53) afirma que “satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa”.

Além disso, “a satisfação do cliente mostra-se como uma estratégia indicada para manter os clientes e, até mesmo, para aumentar a base de clientes pela propaganda boca a boca. Mas para que seja avaliada a sua efetividade, é necessário que se meça o efeito que a satisfação” (PALADINI, 2002, p. 28). Ou seja, cada vez mais observa-se a necessidade da coleta desta

pesquisa para que as organizações tenham conhecimento do que o público pensa sobre o seu produto ou serviço, e assim se qualificar e se inovar, de forma a agradar seus clientes e possíveis clientes.

A Motohouse, dado que é uma franquia, a pesquisa de satisfação é enviada através da plataforma myHonda para os clientes que realizaram qualquer serviço, por meio do e-mail ou SMS, sendo enviado um link que direciona à pesquisa. O questionário é padrão e contém questões sobre agendamento do serviço, análise do consultor, da instalação da concessionária, qualidade do serviço, fidelização e lealdade, como mostra a Figura 17.

Figura 17 - Pesquisa de satisfação.



[Início](#)
[Leadbox](#)
[Responsáveis](#)
[Busca](#)
[RACs](#)
[Relatórios](#)
[Painéis](#)

Ordens de Serviço [Modo de exibição imprimível](#)
1683901-10249

Detalhes de Ordens de Serviço [Editar](#) [Reenviar pesquisa](#)

Informações

OS	1683901-10249	Tipo do serviço	2
Número da OS	10.249	Data de fechamento	26/08/2021 10:02
Data de abertura	26/08/2021 07:23	Dealer city	CAMPO BELO
Desconsiderar pesquisa (OS)	<input checked="" type="checkbox"/>	Dealer state	MG
		Descrição tipo de serviço	Revisão Gratuita

Client Information

Cliente [REDACTED]

Dealer Information

Concessionária	MOTOHOUSE CAMPO BELO	Código da concessionária	1.683.901
----------------	--------------------------------------	--------------------------	-----------

Product / Vehicle Information

Veículo	9C2MC4410MR002232	Chassi / Serial	9C2MC4410MR002232
---------	-----------------------------------	-----------------	-------------------

Financial Information

Valor total da OS	R\$ 230,00
-------------------	------------

TSI - Informações do Cliente

E-mail do Cliente	[REDACTED]	Celular do Cliente	[REDACTED]
Opt-in SMS Serviços 2W	<input checked="" type="checkbox"/>	Opt-in SMS Serviços 4W	<input checked="" type="checkbox"/>

Pesquisa TSI - Informações Gerais

Data agendada para envio TSI	02/09/2021	Nota Pesquisa TSI	69,33
Data de reenvio do TSI		Nota Top2Box	31,00
Data de Resposta	02/09/2021 22:32	Data de envio pesquisa por email	02/09/2021 18:31
Mês resposta		Data de envio pesquisa por SMS	
Data de entrada Jornada TSI	02/09/2021 18:31	Total de pesquisas enviadas por email	1
		Total de pesquisas enviadas por SMS	
		Data de saída Jornada TSI	

Pesquisa TSI - Reenvio

Possui e-mail válido?	<input checked="" type="checkbox"/>	Possui celular?	<input type="checkbox"/>
Data envio TSI		Opções de Reenvio	
Meio do último envio		Tipo de Reenvio	

Pesquisa TSI 2W / 4W - Agendamento

<https://myhonda.force.com/concessionaria/a004M00000E8msv> 1/3

20/09/2021 21:15

Ordens de Serviço: 1683901-10249 ~ myHonda

Marcou dia e hora para realizar serviços	Sim	Como foi o agendamento	Telefone
Satisfação processo agendamento	10	Comentario bloco agendamento	
Pesquisa TSI - Consultor de serviços			
FX Consultor de Serviços	80,00	Tempo ser atendido consultor serviços	30
Rapidez cumprimentar iniciar atendimento	9	Explicação custo estimado antes realizar	10
Atenção capacidade auxílio consultor	10	Satisfação geral consultor serviços	9
Explicação tempo para realização serviço	5	Comentario bloco consultor	
Pesquisa TSI - Instalações da Concessionárias			
FX Instalações da Concessionária	0,00	Limpeza e aparência recepção técnica	5
Aguardou concessionária término serviço	Não	Satisfação sala de espera	
Comodidade oferecidas	3	Comentario bloco instalacoes	
Satisfação geral instalações de serviço	1		
Pesquisa TSI - Retirada do Veiculo			
FX Retirada do Veiculo	25,00	Como despesas foram pagas	Paguei todas as despesas
Tempo veiculo ficou concessionária	1	Veiculo pronto prazo prometido	7
Avaliação valor total pago pelo serviço	Muito maior do valor que eu esperava	Explicação despesas / preços	5
Explicação dos serviços executados	7	Comentario bloco retirada veiculo	
Cobrança foi devida / justa	9		
Pesquisa TSI - Qualidade do Serviço			
FX Qualidade do Serviço	50,00	Motivo dealer não completou satisfatória	
Dealer serviço forma satisfatória	Sim	Satisfação geral qualidade serviço feito	8
Recebeu contato dealer serviço realizado	Não	Comentario bloco qualidade do serviço	
Pesquisa TSI - Fidelização e Lealdade			
FX Fidelização e Lealdade	0,00	Recomendaria dealer amigos e familiares	Sim
Avaliação geral serviço concessionária	6	Porque escolheu dealer fazer serviços	Concessionária onde comprei o veiculo
Compraria outro veiculo mesmo dealer	Sim	Comentário sobre os serviços prestados	
Informações do sistema			
Criado por <u>myHonda Interface</u> , 27/08/2021 22:07		Última modificação feita por <u>Maria Isabela da Silva</u> , 15/09/2021 10:19	
<input type="button" value="Editar"/>		<input type="button" value="Reenviar pesquisa"/>	
Casos			
<input type="button" value="Novo rac"/>			

https://myhonda.force.com/concessionaria/a0O4M0000E8msv

2/3

Fonte: Dados do estágio (2021).

O ponto chave para o sucesso de uma empresa é satisfazer os seus clientes. Um cliente satisfeito é aquele que tem suas expectativas de pós compras atendidas ou superadas. Dessa maneira, como somente disparar as pesquisas de satisfação para os clientes não é efetivo, todos os dias tira-se o relatório de clientes que utilizaram os serviços da concessionária no dia anterior com o objetivo de fazer o contato com cada consumidor agradecendo por utilizar os

serviços da empresa e informando que a pesquisa de satisfação será enviada por meio do e-mail ou SMS e ressaltar a importância de responderem para assim, a concessionária melhorar cada vez mais seus serviços e atendimento.

4.3. Pós-venda

O Pós-venda é a etapa que se inicia logo após o cliente adquirir um produto ou um serviço de uma empresa. A finalidade é manter um relacionamento eficaz e contínuo, atendendo as expectativas do consumidor.

O objetivo maior do pós-venda é manter o cliente satisfeito através da confiança, credibilidade e a sensação de segurança transmitida pela organização, construindo relacionamentos duradouros que contribuam para o aumento do desempenho para resultados sustentáveis. (BERRO, 2010, p. 01).

Para Link (2017) a principal relevância do pós-venda está na sua aplicação para manter os clientes, reconhecendo seu valor para a empresa, e também, assimilar suas necessidades para o aprimoramento do produto ou serviço.

Além disso, Chiavenato (2015b) afirma que quesitos como agendamento da entrega daquilo que foi vendido, serviços de assistência técnica, resolução de possíveis problemas que independem do cliente e escapam ao seu controle, e a certeza de que as expectativas do cliente estão sendo plenamente satisfeitas são pontos valiosos no pós-venda, que induzem fortemente os hábitos e as decisões futuras de compra por parte do consumidor.

Sendo assim, na empresa realiza-se o pós-venda especificamente no setor de consórcio. Sucintamente, o consórcio é uma modalidade para adquirir um bem 0 KM, no caso da concessionária, uma motocicleta. Ele possui planos em que o cliente paga mensalmente a parcela de acordo com o modelo do bem e o prazo, e o mesmo é inserido em um grupo com outros consorciados e concorrem por meio de assembleias os sorteios.

Diante disso, ao realizar a aquisição da cota de consórcio com o vendedor, tem-se a primeira etapa do pós-vendas. Esse processo é realizado através da plataforma IHS – *Internet Honda System*, que será apresentado na Figura 18.

Figura 18 - IHS: sistema do consórcio.

The screenshot displays the IHS (Internet Honda System) dashboard for a consórcio system. The header includes navigation links: Cardápio, Informativo, Alterar senha, and SAIR. The main content area is titled "BEM VINDO" and "CONSÓRCIO". On the left, there is an "INFORMATIVO" section with contact information for the exclusive concessionary service, system hours, and a help desk. The main menu is organized into a grid of items, each with a right-pointing arrow:

- * Tela Única - Atendimento Consolidado
- Administração de Vendas
- Análise de Crédito CNH
- Assembleia
- Atendimento ao Consorciado
- Back Office
- Digitalização de Propostas
- Digitalização
- Dúvidas Gerais
- Entrega de Bem
- Financeiro
- Formulários e Download
- Gerencial
- Gestão da Carteira
- Gestão de Grupos
- Romaneio
- Transferência de Cotas
- Utilização Valor Disponível

Fonte: Dados do estágio (2021).

A gestão de pós-venda é feita na aba “Gestão de carteira”, sendo a primeira etapa o “Boas vindas”. Nela, é realizado o primeiro contato com o cliente após adquirir a cota de consórcio, e o ideal é que seja feito no mesmo dia ou no máximo no dia seguinte da compra. O próprio sistema fornece o *script* com as perguntas que devem ser feitas, além de uma pequena pesquisa de satisfação e durante isso, há também um relógio para verificar o tempo de duração. Na Figura 19 será exibido o *script* do “Boas vindas”.

Figura 19 - Boas-vindas.

1 - BOAS VINDAS / 1683901 / MOTOHOUSE CAMPO BELO 00:00:19 TEMPO ATENDIMENTO [HISTÓRICO](#) [ROTEIRO](#) [REAGENDAMENTO](#)

Nome Consorciado [REDACTED]	Já foi cliente do Consórcio Honda? NÃO	Celular [REDACTED]	Residencial -
Comercial -	Recado [REDACTED]	N.º Proposta 27924038-4	Status da Cota Cadastrada
Vencimento 15			

Módulo obrigatório *

- DADOS DA COTA
- VALIDAÇÃO DE DADOS DO PLANO *
- DADOS CADASTRAIS *
- PREFERÊNCIA DE HORÁRIO PARA CONTATO *
- DÉBITO AUTOMÁTICO E APP HONDA SERVIÇOS FINANCEIROS *
- PESQUISA DE SATISFAÇÃO *

Como foi o atendimento do Vendedor?
Qual sua nota de 1 a 10?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ele esclareceu suas dúvidas?

Sim Não

Você efetuou mais algum pagamento ao vendedor?

Sim Não

Qual o objetivo da compra da cota?

Dinheiro
 Honda 0 KM
 Honda Usado
 Não sabe
 Outras Marcas
 Outros

Você assinou a proposta no tablet do vendedor?

Sim Não

Fonte: Dados do estágio (2021).

A segunda etapa é denominada de “Formação de grupo”, em que consiste em comunicar o cliente que seu consórcio formou grupo e por fim, está ativo na modalidade. Há também o script para desenvolvimento da conversa e geralmente nessa parte, o cliente tira todas as dúvidas e reforça a satisfação ou indagação. A seguir, na Figura 20 será mostrado o *script* desta etapa.

Figura 20 - Formação de grupo.

2 - FORMAÇÃO DE GRUPO / 1683901 / MOTOHOUSE CAMPO 00:00:15 TEMPO ATENDIMENTO HISTÓRICO SCRIPT REAGENDAMENTO
 BELO

Nome Consorciado	Já foi cliente do Consórcio Honda?	Celular	Recado
[REDACTED]	NÃO	[REDACTED]	[REDACTED]
Nº Proposta	Grupo-Cota-R-D	Status da Cota	Vencimento
27831651-4	44559-691-0-2	Normal	15

Módulo emergente

- DADOS DO PLANO
- PREFERÊNCIA DE HORÁRIO PARA CONTATO
- EMISSÃO DE BOLETO
- DÉBITO AUTOMÁTICO E APP HONDA SERVIÇOS FINANCEIROS Ativar o Windows
Acesse Configurações para ativar o Windows
- EMISSÃO DE BOLETO
- DÉBITO AUTOMÁTICO E APP HONDA SERVIÇOS FINANCEIROS
- OFERTA DE LANCE
- MÓDULO INTENÇÃO DE UTILIZAÇÃO DE CONSÓRCIO
- CLIENTE DESEJA CONTINUAR NO CONSÓRCIO ?
(APENAS QUANDO O CLIENTE SINALIZAR INTERESSE EM DESISTÊNCIA)
- HISTÓRICO DE CONTATO

RETIRAR CLIENTE DA LISTA FINALIZAR ATENDIMENTO

Fonte: Dados do estágio (2021).

A terceira etapa é nomeada como “Preventiva 2ª a 5ª”. O objetivo é fazer o acompanhamento com o cliente das próximas parcelas para evitar o cancelamento precoce, pois para ser rentável para o consórcio, é essencial que o cliente seja ativo pelo menos até a 5ª parcela. Desse modo, o roteiro do pós-venda é o mesmo da etapa anterior, destacando a questão do pagamento em dia, das opções para pagamento do boleto, entre outros.

A Figura 21 mostra como é a tela inicial desta etapa, em que apresenta todos os clientes que precisam do contato para o pós-venda. Visto que o roteiro disponibilizado na etapa anterior, contempla vários pontos do pós-venda, ele é realizado também nesta etapa de prevenção de cancelamento.

Figura 21 - Preventiva 2ª a 5ª.

GESTÃO DE CARTEIRA ◀ VOLTAR

MOTOHOUSE CAMPO BELO (1683901)

Venda de Dados: De Comi Dias Vencimento: Todos (2) Status Gestão de Carteira: Todos (2) Tipos de Proposta: Todos (2)

Modelos: Todos (13) Vendedor: Todos (3) Cliente Já Pagou Parcela?: Todos (2) Número Parcela: De Comi

Reagendado Por: Todos (1) Preferência de Horário de Contato: Todos (2) Intenção de Utilização do Consórcio: Todas (3) Atualizar

3 - PREVENTIVA 2ª A 5ª

Proposta	Consortado	Modelo	Concessionária	Vendedor	Tipo Cota	Vencimento	Assembleia	Nº da Parcela
27249934 - 0	RENATO TIRADO FREIRE	CB 1000R	MOTOHOUSE CAMPO BELO	URYEL AMORIM TINOCO	Nova	15	4	4
27472127-9	MANOEL ANASTACIO BARBOSA	CG 160 FAN ESDI	MOTOHOUSE CAMPO BELO	ROMEL ALENCAR MARTINS	Nova	18	5	5
27472129 - 5	BRUNA REIS MONTIJO OLIVEIRA GONCALVES	XRE 300 ABS	MOTOHOUSE CAMPO BELO	ROMEL ALENCAR MARTINS	Nova	15	5	5
27472132 - 5	RODRIGO DE SOUSA	CG 160 START	MOTOHOUSE CAMPO BELO	ROMEL ALENCAR MARTINS	Nova	18	5	5
27472130-9	ERIVELTON DEOCLECIO BAIÃO	NXR160 BROS ESDD	MOTOHOUSE CAMPO BELO	ROMEL ALENCAR MARTINS	Nova	18	5	5
27622573 - 2	TAMARA AGUIAR ANDRADE ASSUNCAO SENA	PCX	MOTOHOUSE CAMPO BELO	VENDEDOR SITE	Nova	18	4	4
27249937-4	JOAO ROSARIO DE SOUZA JUNIOR	BIZ 110I	MOTOHOUSE CAMPO BELO	URYEL AMORIM TINOCO	Nova	18	5	5
27472135 - 0	GEISIANE SILVA LIMA	CG 160 TITAN EX	MOTOHOUSE CAMPO BELO	ROMEL ALENCAR MARTINS	Nova	15	4	4
27472138-4	EULLER VINICIUS DE LIMA	CRF 250F	MOTOHOUSE CAMPO BELO	ROMEL ALENCAR MARTINS	Nova	15	4	4
27249941 - 2	LENIR MARCONI BAHIA	XRE 190	MOTOHOUSE CAMPO BELO	URYEL AMORIM TINOCO	Nova	15	4	4

Fonte: Dados do estágio (2021).

A quarta etapa é a denominada como “Pré-cancelado”, significa que o cliente está com parcelas em atraso e que por algum motivo não efetuou o pagamento. Sendo assim, realiza-se o contato com o indivíduo seguindo o mesmo roteiro da etapa anterior, uma vez que ele aborda também o principal ponto: o motivo do atraso. Portanto, é orientado ao cliente soluções possíveis para que não haja o cancelamento.

A quinta etapa é chamada de “Oferta de lance”, indica quais os clientes que estão aptos para ofertarem lance, ou seja, estão com o pagamento atualizado. Esta ação é fundamental, visto que, caso o cliente opte por ofertar e seja contemplado, o objetivo principal do consórcio será alcançado – a aquisição da motocicleta.

Posto isso, a sexta etapa é o resultado da anterior. Nesta fase, o cliente foi contemplado e é orientado quais os próximos passos para aquisição de sua motocicleta, sendo o primeiro o pagamento do lance. A seguir a Figura 22, apresentará o que é abordado com o cliente.

Figura 22 - Pagamento do lance.

7 - CONTEMPLAÇÃO - PAGAMENTO DO LANCE / 1683901 / MOTOHOUSE CAMPO BELO 00:01:26 TEMPO ATENDIMENTO HISTÓRICO ROTEIRO REAGENDAMENTO

Nome Consorciado [REDACTED]	Já foi cliente do Consórcio Honda? NÃO	Celular [REDACTED]	Recado [REDACTED]
Nº Proposta 27249945-5	Grupo-Cota-RD 44451-587-0-0	Status da Cota Pré-Contemplado	Vencimento 15
Data da Última Assembleia do grupo 18/07/2024	Tipo de Contemplação Lance Livre	Data de Contemplação 20/09/2021	Situação Crédito Crédito aprovado
Fase Atual Crédito CONTEMPLAÇÃO			

Módulo obrigatório *

- EMISSÃO DE SLIP - PAGAMENTO DE LANCE*
- DADOS DO PLANO
- PREFERÊNCIA DE HORÁRIO PARA CONTATO*
- RELAÇÃO DE DOCUMENTOS*
- MÓDULO INTENÇÃO DE UTILIZAÇÃO DE CONSÓRCIO*
- CLIENTE DESEJA CONTINUAR NO CONSÓRCIO?**
(APENAS QUANDO O CLIENTE SINIALIZAR INTERESSE EM DE SI SISTÊNCIA)
- HISTÓRICO DE CONTATO

Fonte: Dados do estágio (2021).

Por fim, a última etapa é a “Entrega do bem” em que é feito o contato com o cliente para solicitar os documentos e informações necessárias para a realização do processo de contemplação. O roteiro é objetivo e claro, de modo que agilize o procedimento, como mostra a Figura 23.

Figura 23 - Entrega do bem.

8 - CONTEMPLAÇÃO - ENTREGA DO BEM / 1683901 / MOTOHOUSE CAMPO BELO		00:00:34		TEMPO ATENDIMENTO	HISTÓRICO	ROTEIRO	REAGENDAMENTO
Nome Consorciado	Já foi cliente do Consórcio Honda?	N.º Proposta	Grupo-Cota-RD				
[REDACTED]	NÃO	24223263-9	42510-889-1-2				
Status da Cota	Vencimento	Data da Última Assembleia do grupo	Tipo de Contemplação				
Pré-Contemplado	18	23/08/2021	Sorteio				
Data de Contemplação	Situação Crédito	Fase Atual Crédito					
22/07/2021	-	-					

Módulo obrigatório	
<input checked="" type="checkbox"/>	DADOS DO PLANO
<input checked="" type="checkbox"/>	PREFERÊNCIA DE HORÁRIO PARA CONTATO
<input checked="" type="checkbox"/>	RELAÇÃO DE DOCUMENTOS
<input checked="" type="checkbox"/>	MÓDULO INTENÇÃO DE UTILIZAÇÃO DE CONSÓRCIO
<input checked="" type="checkbox"/>	CLIENTE DESEJA CONTINUAR NO CONSÓRCIO? <small>(APENAS QUANDO O CLIENTE SINALIZAR INTERESSE EM DESISTÊNCIA)</small>
<input checked="" type="checkbox"/>	HISTÓRICO DE CONTATO

<input type="checkbox"/>	RETIRAR CLIENTE DA LISTA
<input checked="" type="checkbox"/>	FINALIZAR ATENDIMENTO

Fonte: Dados do estágio (2021).

Avaliando o embasamento teórico e a descrição do processo de pós-venda na empresa, especificamente no setor de consórcio, observa-se o quão importante é a realização desse acompanhamento para com o cliente, pois um cliente satisfeito com o serviço terá grandes chances de retirar a motocicleta na concessionária de origem. Por conseguinte, efetuará todos os outros serviços na oficina e no setor de peças e possivelmente indicará a empresa para um amigo/familiar.

4.4. Venda de Seguros

O setor de vendas, é indispensável em qualquer empresa, uma vez que ele que estabelece uma relação direta com o mercado e o consumidor e conseqüentemente é a base da existência de uma organização. A atividade em questão, - venda se seguro de motocicleta - é integrada ao setor, mas não é a principal da empresa, sendo um complemento que agrega valor a organização.

Futrell (2014), define que venda é relação da comunicação pessoal de informações para convencer o potencial cliente a adquirir algo, seja um bem, um serviço ou uma ideia, mas que atenda suas necessidades.

Chiavenato (2005), ainda diz que vender é o elemento que faz parte de atividades e processos organizacionais que estimula cada vez mais o relacionamento entre o cliente e a organização.

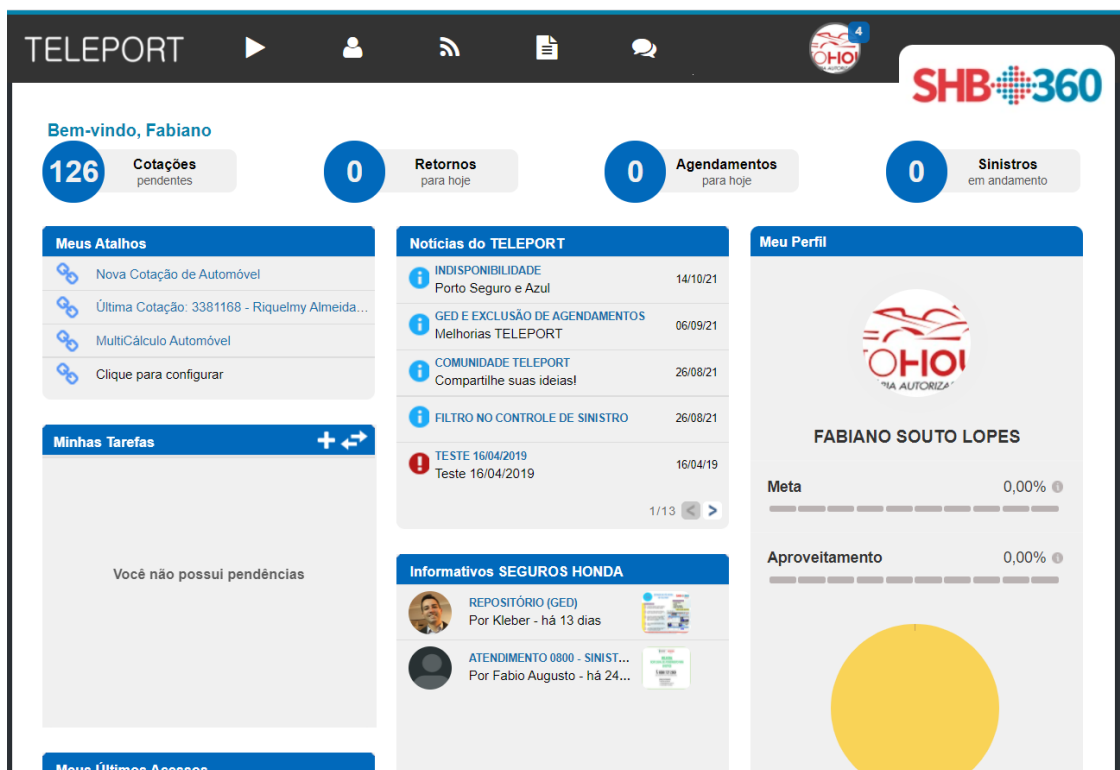
Segundo Correa (2020, p. 09), “[...] o seguro, de uma maneira mais ampla, surge para realizar o controle de algo que nós, apenas com a nossa própria vontade, não conseguimos fazer: o risco.”.

Desse modo, todas as concessionárias Honda têm parcerias com corretoras de seguros para atender de forma completa seus clientes. Para atender a região de Minas Gerais, essa parceria conta com um consultor disponível para esclarecer e atender dúvidas ou objeções que possam ter.

Já na concessionária, esse processo de venda dos seguros se inicia no momento em que a motocicleta do cliente está no status “em trânsito”, ou seja, ela foi faturada na fábrica e será encaminhada para a empresa. Nesse período, monta-se a ficha do cliente com os dados necessários para fazer a cotação do seguro que é realizado no sistema chamado “Teleport”. Essa ficha é criada com informações gerais, isto significa que os dados sugerem um perfil de cliente que geralmente procura o seguro. Esse método será compreendido posteriormente.

A Figura 24, apresenta de forma geral, o sistema de cotação de seguros.

Figura 24 - Sistema de cotação de seguros.



Fonte: Dados do estágio (2021).

Feito isso, o controle das cotações é realizado por meio de uma planilha, atualizando os dados dos clientes e seus status de negociação, como apresenta na Figura 25.

Figura 25 - Planilha de controle Seguros.

Data/Hor	CPF/CNPJ	Pessoa	Celular	Modelo	Cor	Ano Fabr Mo	Doc Fis	LIGAÇÃO	SITUAÇÃO
04/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 TITAN	VERMELHA PERO.	2021/2022	17630	04/08/2021	FECHADO
04/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	XRE 190	VERMELHA PERO.	2021/2022	21563	04/08/2021	COTADO
04/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CB 250F TWISTER ABS	VERMELHA	2021/2021	17641	05/08/2021	COTADO/FECHOU COM OUTRA SEGURADORA
05/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	ELITE 125	AZUL CLARO PERO.	2021/2021	21568	05/08/2021	NÃO TEM CNH E NÃO TEM PARENTES/AMIGOS COM CNH
05/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	NXR 160 BROS	PRETA	2021/2021	21575	05/08/2021	NÃO TEM INTERESSE
06/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 FAN ESDI	PRETA	2018/2018	21578	06/08/2021	A MOTO É PARA ROÇA
09/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 FAN ESDI	VERMELHA	2021/2022	21597	09/08/2021	NÃO TEM INTERESSE
09/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 TITAN	VERMELHA PEROL	2021/2022	21602	17/08/2021	FECHADO
19/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 TITAN	AMARELA PEROL	2021/2022	21702	19/08/2021	FECHADO COM OUTRA SEGURADORA
19/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 TITAN	VERMELHA PEROL	2021/2022	17745	19/08/2021	FECHADO COM OUTRA SEGURADORA
20/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 FAN ESDI	VERMELHA PEROL	2021/2022	17754	20/08/2021	NÃO TEM INTERESSE
20/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	BIZ 110I	CINZA METALICA	2021/2022	17762	20/08/2021	VAI ANDAR POUCO NA MOTO
20/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 TITAN	VERMELHA PEROL	2021/2022	21712	20/08/2021	NÃO TEM INTERESSE
20/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CB 250F TWISTER ABS	AZUL PEROL	2021/2021	21718	20/08/2021	COTADO
20/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	XRE 190 SE	PRATA FOSCA	2021/2021	17479	21/08/2021	FECHADO
21/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 FAN ESDI	VERMELHA PEROL	2021/2022	21721	21/08/2021	NÃO TEM CNH E NÃO TEM PARENTES/AMIGOS COM CNH
21/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	NXR 160 BROS	PRETA	2021/2021	21727	21/08/2021	NÃO TEM INTERESSE
26/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	XRE 300 ADVENT.	CINZA FOSCA	2021/2022	17801	26/08/2021	NÃO TEM CNH E NÃO TEM PARENTES/AMIGOS COM CNH
30/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 FAN ESDI	PRETA	2021/2022	21816	30/08/2021	NÃO FECHOU
31/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 TITAN EX	AMARELA PEROL	2021/2022	17845	31/08/2021	TRANSFERIU O SEGURO
31/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	ELITE 125	BRANCA	2021/2021	17853	31/08/2021	NÃO TEM CNH E NÃO TEM PARENTES/AMIGOS COM CNH
31/08/2021	CPF OU CNPJ	NOME DO CLIENTE	Nº DE TELEFONE	CG 160 FAN ESDI	PRETA	2021/2022	17863	31/08/2021	NÃO TEM CNH E NÃO TEM PARENTES/AMIGOS COM CNH

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Logo que o veículo chega à empresa, é feito todo o processo de faturamento e preparação para a entrega da moto. Assim, nessa etapa é oferecido o seguro e informado todos os benefícios e a importância do mesmo para a motocicleta e para segurança do motociclista. Sendo esse o objetivo de fazer a cotação previamente e oferecer no dia da entrega da moto, pois dessa forma as chances de fechar são maiores, uma vez que neste momento o cliente está eufórico e preocupado com seu novo bem. Caso o cliente decida realizar o fechamento nesse momento, o processo é fácil e prático. Além disso, os dados são revalidados na plataforma e assim realizado o processo de venda.

Em síntese, o seguro é essencial para que o motociclista tenha segurança sobre seu bem no dia a dia, evitando prejuízos e custo altos repentinos. Esses pontos são ressaltados para todos os clientes e quando contratado o serviço, além do suporte total da seguradora, a concessionária também oferece apoio.

5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS

A MotoHouse é uma empresa bem estruturada e que está em constante crescimento. Por isso há alguns aspectos que podem ser ajustados para que esteja em conformidade com sua evolução. Além disso, é uma empresa centralizada. A maioria das decisões finais são tomadas pela diretoria, o que dificulta a realização das ações sugeridas e a iniciativa de melhoras por parte dos colaboradores. Algumas das propostas foram implementadas durante a vivência profissional no setor.

Foi observado que os atendimentos de leads por meio das plataformas *WhatsApp*, *Instagram* e *Facebook* não estavam sendo eficazes e rápidos, sendo assim, havia muitas reclamações de clientes com relação a demora no retorno das solicitações. Diante disso, a proposta implementada foi de encaminhar o contato dos consultores para os clientes que fizeram a solicitação. Dessa forma, o atendimento é rápido e personalizado, e com essa simples mudança houve um resultado expressivo.

Foi verificado também, que a adesão de respostas da pesquisa de satisfação estava muito baixa, mesmo entrando em contato com o cliente para informar sobre o questionário. Diante disso, a sugestão colocada em prática foi oferecer o desconto de 5% em peças ou serviços da oficina, para a pessoa que responder a pesquisa de satisfação.

Propõe-se também, a criação de um setor de Gestão de Pessoas para administrar o capital mais importante de uma organização, o capital humano. É importante ter este setor para conciliar os objetivos dos colaboradores com as metas da empresa, além disso, funcionários satisfeitos, felizes e motivados resultam em benefícios para o negócio.

Sugere-se a aplicação de uma pesquisa de clima organizacional de início. Pois, não é coletado de nenhuma forma o *feedback* dos colaboradores com relação ao ambiente de trabalho e aos seus parceiros. Dessa forma, o diretor conseguirá analisar o nível de satisfação e motivação dos funcionários e percepções significativas sobre a organização. Logo compreenderá a importância do setor de recursos humanos.

Por fim, a empresa realiza treinamentos oferecidos pela Honda, sendo a maioria voltados para o setor específico de cada um e não são todos que possuem treinamentos para realizarem. Por isso, sugere-se que a empresa invista em treinamentos de desenvolvimento pessoal, como treinamentos de desenvolvimento de habilidades sociais, de liderança, de gestão de tempo, entre outros.

6 CONCLUSÃO

O objetivo central deste relatório foi descrever e analisar os processos desenvolvidos na área de consórcio e de relacionamento com cliente, além de propor melhorias para aperfeiçoar e contribuir com o crescimento da Motohouse Honda. As atividades desenvolvidas foram: a gestão de leads, a pesquisa de satisfação, o pós-vendas e a venda de seguros.

A vivência profissional, possibilitou inferir que a empresa consegue seguir os padrões designados pela Honda, e ainda ter uma boa gestão. Na área atuada, observou-se alguns gargalos a serem solucionados, como já mencionado. Algumas ações implementadas foram relativamente pequenas, mas foram bastante significantes para a melhora do dia a dia no setor.

As atividades executadas durante o período na empresa, foram essenciais para compreender um aspecto importante nas organizações: o cliente. Dado que as áreas administrativas já vivenciadas em outras fases, nenhuma foi com o trabalho direto com o cliente. Sabe-se então, que a administração adequada consiste também no bom relacionamento com o consumidor, pois é ele quem sustenta uma empresa. Além disso, o cliente pode ser um aliado para identificar questões a serem aperfeiçoadas na empresa, seja nos serviços oferecidos ou nos produtos.

Diante disso, a experiência profissional contribuiu para um aprendizado tanto profissional, quanto pessoal. Possibilitou executar a fundamentação teórica do curso de Administração e com isso, refletir como cada organização é única, cada qual com seus processos, pessoas e falhas. Além de compreender que trabalhar com pessoas é um desafio constante, pois cada um é único, tem a sua personalidade e seu estilo de vida, e isso, é o que torna uma organização forte e desenvolvida.

REFERÊNCIAS

- BERRO, Diego. **Atendimento pós-venda: gestão estratégica da excelência.** Administradores.com. 2010. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/atendimento-pos-venda-gestao-estrategica-da-excelencia>>. Acesso em: 27 set. 2021.
- CORREA, Michael Dias. **Introdução a atuarial.** 1. ed. [S.I.]: Contentus, 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de vendas: uma abordagem introdutória.** Rio de Janeiro: Editora Elseiver, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática.** Barueri: Editora Manole, 2015a.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de vendas: uma abordagem introdutória.** 3. Ed. Barueri: Editora Manole, 2015b.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração - Vol. 1.** Barueri: Editora Atlas, 2021.
- FUTRELL, Charles M. **Vendas - fundamentos e práticas de gestão.** 2. Ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LAYER UP. **Leads: sua definição e a importância para o sucesso.** 2019. Disponível em: <<https://www.layerup.com.br/leads-sua-definicao-e-importancia-para-seu-negocio/>>. Acesso em: 13 set 2021.
- LINK, Allan. **A importância do serviço de pós-venda.** Jus.com.br. 2017. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/61595/a-importancia-do-servico-de-pos-venda>>. Acesso em: 28 set. 2021.
- MOTOHOUSE HONDA. **Sobre a Motohouse Honda.** 2021. Disponível em: <<https://www.motohousehonda.com.br/institucional/sobre>>. Acesso em: 15 julho 2021.
- PALADINI, João S. S. **Priorização de Indicadores de desempenho empresarial baseados na satisfação de clientes.** 146f. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Engenharia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Mestrado Profissionalizante, 2002.
- ROSSI, Carlos Alberto Vargas; SLONGO, Luiz Antonio. Pesquisa de Satisfação de Clientes: o Estado-da-Arte e Proposição de um Método Brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 2, n. 1, p. 101-125, 1998.
- SANTOS, Eric. **O que é um Lead? Entenda para que serve a gestão de Leads e como o seu negócio ganha com isso.** Resultados Digitais. 2020. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/leads/>>. Acesso em: 13 set. 2021.

SODRÉ, Eduardo. **Após crises de crédito, política e sanitária, setor de motos se recupera em 2021**. Folha de S. Paulo. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/08/apos-crisis-de-credito-politica-e-sanitaria-setor-de-motos-se-recupera-em-2021.shtml>>. Acesso em: 24 out. 2021.