



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

A MARCA E O CONSUMIDOR

<NIPÔNICA TOYOTA>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
A MARCA E O CONSUMIDOR
<NIPÔNICA TOYOTA>

MÓDULO GESTÃO DA MARCA

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO
ALEXANDRE CORREIA DA SILVA

ESTUDANTES:

Hélio E. de Araújo, RA - 1012019100141

Flávia Guimarães, RA - 1012019100148

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO	5
3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO	5
3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE	6
3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	7
3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR	7
3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES	7
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA	8
3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA	8
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	9
REFERÊNCIAS	10
ANEXOS	11

1. INTRODUÇÃO

Neste trabalho os integrantes do grupo irão fazer análise do posicionamento da marca Nipônica Toyota e detalhar cada percepção dos seus clientes, como também o método de fidelização, comportamento frente os desafios, marketing e a cultura de serviço.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Nipônica Toyota, concessionária pertencente ao grupo Germânica situada em São João da Boa Vista-SP, realiza atividades voltadas ao setor de automóveis, com revenda de veículos zero km da marca Toyota e semi novos variados, além de prestar serviços de pós venda, revisões, assistência técnica e venda de peças genuínas Toyota.

Descrevendo sobre a filial de São João da Boa Vista-SP, situada na Avenida Senador Marcos Freire, número 930 - Vila Brasil, CEP.13875-044 E CNPJ 07.215.045/0008-07 e IE 639.171.335-112, fone (19) 3634.7777 tem como principais concorrentes concessionárias do segmento automotivo, principalmente de marcas importadas, como Honda, Nissan, Caoa Chery e Hyundai.

A Nipônica se destaca entre as concessionárias mais bem padronizadas do segmento, prezando qualidade, cliente satisfeito e ética, se mantendo entre as empresas mais bem colocadas no mercado perante seu segmento, sendo também privilegiada por representar uma marca extremamente comprometida em se manter no topo.

T3. PROJETO INTEGRADO

Nesta etapa do PI são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real.

3.1 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO

Tratando de um mercado muito competitivo a Nipônica Toyota, trabalha baseada nas diretrizes que representa, estamos falando de uma Toyota, pioneira no tocante a qualidade, satisfação, segurança e tecnologia.

A Nipônica preza por vendas saudáveis, excelência na negociação, bom pagamento no veículo de troca, conta com time de pós vendas altamente capacitado e treinado pela montadora para prestar o melhor serviço de pós venda, tem a filosofia Japonesa de cliente em primeiro lugar, muito bem implantada dentro da organização, o que a posiciona, como uma empresa muito competitiva no mercado, com recordes de vendas e melhor pós venda do Brasil.

O marketing mais predominante do grupo está na melhor negociação, sonho realizado, melhor atendimento padronizado, melhor ambiente receptivo, seminovos revisados de alta qualidade e assistência técnica com foco no cliente em primeiro lugar, reparo bem feito a primeira vez, honestidade e qualidade.

3.1.1 POSICIONAMENTO DE MERCADO

O mercado automobilístico além de muito avanço tecnológico é muito competitivo e a Nipônica representando a marca Toyota deve estar sempre muito bem posicionada quando o assunto é valor da marca.

Trabalhando com automóveis de um segmento elevado e custo alto decorrente da qualidade do que vende, a Nipônica possui clientes de todo nível financeiro, destacando venda de veículos novos de linha hatch e sedan de preços médios até preços altos perante a tecnologia do veículo e grande destaque em venda de SUV para clientes do

campo, agronegócio e produtores rurais.

O destaque atual de venda é as Hillux e o novo Corolla Cross, além dos veículos semi novos de todos anos e modelos, com alto nível de análise de qualidade.

3.1.2 A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

Fidelização do cliente é a filosofia mais predominante na marca Toyota e a empresa que a representa no caso Nipônica representa com muita aptidão o verdadeiro valor do cliente em primeiro lugar.

A política é atender bem, com excelência na comunicação, dispor de um espaço aconchegante para cada cliente, tratar cada oportunidade de venda como a realização do sonho daquele consumidor e ajudá-lo a realizar com a melhor experiência possível.

Tratar o serviço de pós venda-assistência técnica com toda qualidade, transparência e organização.

A Nipônica trabalha com a gestão de política de satisfação, para isso conta com um departamento específico para entrevistar o cliente sempre após um atendimento, seja comercial ou de serviços, essas pesquisas são estratégicas sobre qual a opinião do cliente com o atendimento, serviço, qualidade, recepção, tratando cada nota como uma análise estratégica de melhoria, reforços, e fidelização do cliente.

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Neste tópico do Projeto Integrado, os estudantes devem realizar uma pesquisa sobre o comportamento do consumidor, o objetivo é identificar suas expectativas em relação aos produtos e serviços oferecidos pela empresa.

3.2.1 EXPECTATIVAS DO CONSUMIDOR

Quando se trata de uma Toyota e de uma Nipônica o consumidor espera realmente o foco na qualidade, já que a Toyota predomina a cultura 5S e uma filosofia toda voltada ao cliente, com transparência, qualidade, honestidade, segurança entre outras.

Clientes buscam pela negociação na Nipônica pois o grupo Germânica preza em realizar o sonho do consumidor, pagando bem no veículo de troca, vendendo qualidade e atendendo as expectativas do cliente. Executa um trabalho de pós-venda todo voltado à satisfação, qualidade e atendimento padronizado, portanto não é atoa que se solidifica no grupo de melhor grupo de concessionária do Brasil.

3.2.2 PESQUISA JUNTO AOS CONSUMIDORES

A pesquisa de satisfação do cliente ou ISC (Índice de satisfação do cliente), é uma pesquisa realizada pela Nipônica Toyota para consultar sobre a avaliação do cliente quanto a serviços e atendimentos prestados pela equipe durante a passagem do mesmo por nossa loja.

Além da pesquisa de satisfação realizada pela concessionária existe a pesquisa feita pela Toyota do Brasil em prol de avaliar a qualidade exercida pela concessionária que a representa.

Conforme o Ranking do índice de satisfação J.D Power do Brasil, a Toyota se

enquadra em primeiro lugar com 8 pontos à frente da Hyundai-CAOA, seguida de Jeep, Chevrolet, Nissan, Honda, HMB, Ford, Citroen, Volkswagen, Renault e Fiat. A Nipônica ganhou o título de melhor atendimento.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEOB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA

- **Marca Pessoal:** A Nipônica possui várias características que definem tudo aquilo que se espera, gerando boas sensações e percepções nas pessoas, satisfazendo os nossos objetivos.
- **Vitrine Pessoal:** A Nipônica está sempre atenta às necessidades de seus consumidores, procurando satisfazer seus desejos e buscando várias formas para que isto ocorra.
- **Networking:** A Nipônica possui a ação de trabalhar em uma rede de relacionamentos a fim de trocar informações e manter um relacionamento sólido com todos.
- **Redes Sociais Profissionais:** A Nipônica investe nas redes sociais, como forma de ampliar seus contatos, abrir novos horizontes e encontrar pessoas com o mesmo objetivo.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Após analisarmos os conteúdos, podemos perceber que manter uma marca no mercado requer algumas estratégias, sejam elas quais forem haverá sempre a necessidade de avaliarmos o que nos fortalecerá. Devemos sempre ter um diferencial, que agrada nossos clientes. Podemos observar que algumas estratégias citadas, tais como; possuir identidade, estudar o público a ser atingido, acompanhar a concorrência, estar presente nas redes sociais, utilizar de mecanismos diversos para busca, investir em marketing, e em tantas outras.

4. CONCLUSÃO

A equipe mais uma vez realizou o P.I juntos, com muito espírito de coletividade e agora frente ao último ano para a formação.

Esse P.I diferente de alguns passados trouxe mais facilidade a equipe já que podemos usar de uma empresa que um dos integrantes do grupo trabalha e tem muita bagagem de informação.

O rascunho de nosso P.I foi enorme porém preferimos ser mais objetivos, mostrando o real entendimento daquilo que foi proposto.

Acreditamos que conseguimos trazer tudo que foi solicitado de uma forma clara e direta.

Encerramos mais um P.I com a missão cumprida, entendidos do assunto e realizados didaticamente.

REFERÊNCIAS

(Wilsilei,2021,gestor pós venda).

(Helio,2021,líder oficina e qualidade).

Gestão da marca e posicionamento,Unifeob,2021.Disponível em <https://unifeob.grupoa.education/plataforma/my-enrollments/courses>.Acesso em Março de 2022.

ANEXOS

TOYOTA | **PESQUISA DE SATISFAÇÃO**

Nos próximos dias você receberá uma pesquisa via E-MAIL ou SMS através do endereço: SNW1.idealix-sp@sphinonline.com, para avaliar sua experiência em nossos serviços.

Sua opinião é muito importante para oferecermos uma experiência cada vez melhor para você.

PARA RECEBER TODAS AS PESQUISAS MANTENHA SEMPRE ATUALIZADOS OS CADASTROS DE SEU TELEFONE E E-MAIL COM SEU CONSULTOR.

Caso não receba o e-mail, verifique se este foi enviado para caixa de "lixo eletrônico".
Para que as próximas pesquisas apareçam registre o domínio @sphinonline.com como confiável.

Idealix é o instituto responsável pelas pesquisas de satisfação da Toyota do Brasil.
Em caso de dúvidas ou eventual esclarecimento, entre em contato com o SAC da Toyota do Brasil: 0800-7030206.

TOYOTA PESQUISA DE SATISFAÇÃO

CIA. ROBERTO CAVALVANTE

Para a Toyota é muito importante conhecer sua opinião sobre a experiência de compra no concessionária TOYOTA.

Por isso, convidamos você a participar da pesquisa de satisfação sobre o atendimento prestado durante a aquisição do seu veículo COROLLA CROSS.

PARA RESPONDER A PESQUISA

Vou clicar no botão "Sim" utilizando meu celular para responder!
Resposta: <https://www.sphinonline.com/brasil>

Para obter mais detalhes sobre o processo de pesquisa, consulte o site www.sphinonline.com.