



NOSSO MERCADO E O FUTURO NOVO PAPEL DO COORDENADOR

Por Marcelo Alves



PARALELO DE REALIDADES SETOR AUTOMOTIVO

MERCADO

ANTES

Venda Focada em Autopeças

Vendendo Muito para Poucos

Vendedores técnicos, sabiam ref. de cor
(Anos 90 - 450 plataformas de carros)

Vendas internas era
complemento, coadjuvante

Concorrência Centrada em Distribuidores

DEPOIS

Venda pulverizada, com diversos tipos
e perfis de clientes

Venda pulverizada, com volumes diversos

Vendedores Negociadores, foco no relacionamento
(Hoje: 2400 plataformas diferentes)

Vendas internas é protagonista

Concorrência de mais distribuidores, Concessionários,
Especialistas, Pequenos Atacados, Mercado Livre,
Plataformas de vendas, etc



PARALELO DE REALIDADES SETOR AUTOMOTIVO

EQUIPE DE VENDAS

ANTES

Equipes pequenas e "maduras"

Foco no desempenho técnico

Vendedor conhecia sua carteira,
poucas mudanças, baixa ativação

Rotina comum, com poucas variações
de um mês para o outro

DEPOIS

Equipes maiores e com necessidade de crescimento;
Idade média menor, com perfis diversos

Foco no desempenho comercial, de relacionamento

Rotação de carteiras, constante busca pela ativação

Trabalhar para cada cliente



PARALELO DE REALIDADES SETOR AUTOMOTIVO

CLIENTE

ANTES

Comprava sempre das mesmas empresas

Mantinha fidelidade a marcas

Comprava muito e poucas vezes, para fugir das mudanças de preços constantes

DEPOIS

A um "clic" tem todo mercado á mão

Busca opções e trabalha com várias linhas de um mesmo produto

Compra sempre, porém com quantidades menores devido diversidade da frota



PARALELO DE REALIDADES SETOR AUTOMOTIVO

NOVO PERFIL DO LÍDER

ANTES

Perfil técnico, era o que mais conhecia produtos dentro do setor. Tinha que conhecer peças

Pouco contato com clientes, só falava com eles para resolver problemas

Gerenciava o trabalho do Vendedor

DEPOIS

Perfil multi tarefas. Tem que conhecer pessoas

Muito contato com clientes, leva oportunidades, enxerga oportunidades, gera oportunidades

Complementa o trabalho do Vendedor

ANTES

Cobrança limitada, baseada na meta

Baixo contato com fabricantes, sempre baseado nas características técnicas dos produtos.

Papel limitado no resultado de vendas.
Executor de tarefas definidas

DEPOIS

Acompanhamentos diversos, indicadores de linhas, ativações, margem, rodízio de carteiras

Alto contato, buscar sempre oportunidades comerciais e aproveitá-las no relacionamento com o cliente.

Protagonista do desempenho do time; Principal exemplo de como exercitar o relacionamento com o cliente, criativo, busca soluções. TIRA COELHOS DA CARTOLA.

A photograph of three business professionals (two men and one woman) standing in a modern office hallway. They are silhouetted against a bright light source at the end of the hallway, which is marked with green 'EXIT' signs. The overall mood is professional and contemplative.

REFLEXÃO

SOBRE AS PRÁTICAS ATUAIS E DICAS DE COMO AGIR
PARA SE TORNAREM **LÍDERES MAIS EFICAZES**

Por Luiz Lopes



IMPORTÂNCIA DO COORDENADOR NO RAMO DE DISTRIBUIÇÃO DE AUTOPEÇAS

O Coordenador de vendas é o principal elo de ligação entre a gerência e os demais colaboradores da unidade, ele tem uma posição tática-executiva muito importante na cadeia, de modo que seu **desempenho e dedicação** são preponderantes para o sucesso ou não das atividades praticadas por toda a equipe!



*Confira a seguir, os desafios
que um coordenador deve enfrentar*

1

APOIAR E CONTRIBUIR COM O DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA!

Garantir a entrega rápida e precisa das peças é fundamental. Apoiar e orientar o Coordenador de logística de forma eficiente e entender a geografia do mercado, minimizando custos e prazos de entrega, é essencial para o sucesso da empresa.



2

GESTÃO DE PESSOAS E CULTURA ORGANIZACIONAL

*Incentivar a colaboração, a inovação e manter a motivação da equipe é um desafio contínuo. O coordenador ideal deve dedicar tempo e esforços significativos para garantir que a **cultura da empresa seja positiva** e que as **pessoas se sintam valorizadas e engajadas**.*

Deve sempre promover a integração entre os departamentos de modo que ambos trabalhem em sintonia e sinergia!



3

ADAPTAÇÃO ÀS NOVAS TECNOLOGIAS

Com a constante evolução tecnológica, é essencial que o coordenador esteja atento às novas ferramentas que possam otimizar processos, melhorar a eficiência e oferecer insights valiosos para o negócio. Integrar novas tecnologias ao fluxo de trabalho pode representar um desafio, mas é crucial para a competitividade no mercado. Fazer uso das ferramentas de tecnologia e inovação disponibilizadas pela empresa! B2B, CRM dentre outras!





4 ANTECIPAÇÃO DE TENDÊNCIAS DO MERCADO

Identificar e antecipar mudanças no mercado automotivo, novas demandas e tendências de consumo é vital para o sucesso a longo prazo.

Um coordenador eficaz precisa estar constantemente atualizado sobre o setor, identificar oportunidades de expansão (linhas, produtos, clientes e regiões) e garantir que a empresa esteja à frente das mudanças do mercado.

5

FORMAÇÃO E MANUTENÇÃO DE EQUIPE

*Incentivar a colaboração, a inovação e manter a motivação da equipe é um desafio contínuo. O coordenador ideal deve dedicar tempo e esforços significativos para garantir que a **cultura da empresa seja positiva** e que as **pessoas se sintam valorizadas e engajadas**. Deve sempre promover a integração entre os departamentos de modo que ambos trabalhem em sintonia e sinergia!*



**Conhecendo nossas atuais
necessidades e desafios, ressaltamos
que o *coordenador ideal* ele deve:**

1 TER UM OLHAR DE DONO

A. VISÃO HOLÍSTICA DO NEGÓCIO

- Conheça cada aspecto dos setores e processos (financeiro, operacional, logística, Adm)
- Entenda como cada setor ou processo afeta sua equipe e impacta o resultado final.

Exemplo: Separação, entrega, garantia, liberações, cobranças etc...





B. PROATIVIDADE NAS SOLUÇÕES

- Identifique e resolva problemas antes que eles afetem os clientes sejam internos ou externos.
- Incentive a inovação e melhoria contínua, seja de quaisquer naturezas relacionadas a infraestrutura ou simplesmente a algum novo processo.

C. COMPROMETIMENTO COM RESULTADOS

- Estabeleça metas claras e acompanhe rigorosamente.
- Celebre as conquistas, aprenda com os erros e faça as correções e ajustes necessários.





2

SER TERMOSTATO E NÃO O TERMÔMETRO

A. REGULE O AMBIENTE

- Seja um líder que estabelece o padrão, não apenas o que mede o clima.
- Mantenha a equipe motivada e orientada para objetivos, independente de pressões externas. Busque sempre o resultado diário!

B. INFLUÊNCIA ATIVA

- Encoraje a equipe a se adaptar e responder proativamente às mudanças do mercado, das carteiras e de clientes.
- Lidere pelo exemplo, mantendo sempre a postura profissional e estando disposto a fazer junto quando for necessário.





C. CONTROLE EMOCIONAL

- Mantenha a calma em situações de pressão.
 - Ensine sua equipe a responder de forma equilibrada aos desafios diários.
- Controle das emoções e respeitando todo um ambiente a sua volta!

3

SER PROATIVO ÀS NECESSIDADES À SUA VOLTA: RH, ADM, Marketing e Logística

A. INTEGRAÇÃO DOS DEPARTAMENTOS

- Entenda a importância de cada setor e promova a comunicação eficaz entre eles.
- Identifica gargalos entre as áreas e propõe soluções colaborativas.





B. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

- Desenvolva e revise planos de ação alinhados com os diferentes departamentos.
- Antecipe as demandas de cada departamento e proponha soluções para garantir que estas sejam atendidas.





C. CAPACITAÇÃO CONTÍNUA

- Fomente treinamentos que unificam a linguagem e processos entre os times.
- Esteja em constante aprendizado sobre novas tendências e tecnologias no setor.

4 SER RELACIONAL COM AS PESSOAS E MOTIVADO A TREINÁ-LAS

A. DESENVOLVIMENTO DE HABILIDADES

- Invista tempo em programas de treinamento e mentorias.
- Ajude a equipe a crescer profissionalmente, identificando e nutrindo talentos.
- Incentive os cursos disponibilizado pelos parceiros fabricantes.

B. CULTURA DE FEEDBACK

- Estabeleça uma cultura de feedback honesto e construtivo.
- Celebrar os sucessos e tratar os fracassos como oportunidades de aprendizado.



C. PERSISTÊNCIA E PACIÊNCIA

- Reconheça que o desenvolvimento da equipe é um processo contínuo.
- Entenda o valor da perseverança na formação de uma equipe de alto desempenho.



Obrigado!

