



## **Informação à Imprensa**

# **Volvo Bus é líder em satisfação de clientes**

**Uma pesquisa encomendada pela Volvo Bus Latin America no final de 2014, para o instituto internacional TNS, aponta a liderança da empresa em satisfação dos clientes.**

O resultado aponta a Volvo como a marca de ônibus líder em satisfação dos clientes nos principais mercados latino-americanos: Brasil, Colômbia, Peru e Chile.

A pesquisa também mostra um crescimento do índice da satisfação dos clientes da Volvo nos últimos cinco anos. No mercado Latino Americano, a empresa saltou de 59% de clientes muito satisfeitos e totalmente satisfeitos em 2010, para 76% em 2014. No Brasil, o crescimento foi de 64% para 80% no mesmo período.

A metodologia utilizada para realizar a pesquisa é a TRIM Index, que mede lealdade do cliente em relação à marca e sua satisfação com os produtos, serviços e atendimento de pós-venda.

“A satisfação dos nossos clientes é o que garante o sucesso do nosso negócio. Não adianta termos o melhor produto se não tivermos agilidade e qualidade no atendimento de pós-venda”, declara Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin América.

Foram ouvidos clientes da Volvo e de marcas concorrentes. Nas entrevistas foram avaliados aspectos como confiabilidade no produto, consumo de combustível, conforto, segurança, intenção de continuar comprando ônibus da marca, vantagens competitivas, facilidade de manutenção, disponibilidade de peças, agilidade e qualidade no atendimento, e compromisso da marca com o cliente.

“As pesquisas nos ajudam a avaliar as necessidades dos clientes e a desenvolver ações que melhorem ainda mais o atendimento e a experiência deles com a marca”, explica Fabiano Todeschini, diretor de serviços de pós-venda do Grupo Volvo América Latina.

Junto com a rede de concessionários, a Volvo vem investindo na ampliação da infraestrutura de atendimento e em projetos que atendem necessidades específicas dos clientes de ônibus em toda a América Latina. Nos últimos anos, a Volvo está investindo na expansão da sua rede de concessionárias e inaugurou duas casas exclusivas de ônibus no Brasil (Curitiba e Belo Horizonte) e uma em Bogotá, na Colômbia.

A rede conta com a figura do Mr. Bus, um profissional especializado e dedicado aos clientes de ônibus, que interage com todas as áreas da concessionária para garantir agilidade no atendimento. Além disso, nas regiões em que há maior circulação de ônibus da marca, as casas foram classificadas como Concessionária Linha Azul. Estas casas possuem infraestrutura exclusiva e alta disponibilidade de peça para atender as necessidades dos operadores de transporte.

No ano passado, a Volvo iniciou o projeto Caravana de Treinamento, em que três veículos foram transformados em ônibus escola para percorrer o Brasil treinando mecânicos especialistas em ônibus. Em nove meses, foram percorridos 50 mil quilômetros e treinados 300 técnicos.

Outra iniciativa para melhorar o atendimento aos clientes de ônibus são as oficinas volantes que vão à garagem dos operadores de transporte em horários alternativos à operação dos ônibus.

“Por meio de reuniões periódicas com os clientes, adotamos uma postura proativa e mais próxima, o que nos permite antecipar demandas e oferecer atendimento personalizado, de acordo com a necessidade de cada cliente e cada operação”, afirma Helvio Lopes, gerente de serviços de pós-venda de ônibus do Grupo Volvo América Latina.

**Imagens para download:**



16 de Março de 2015