## Dossiê Estratégico - Grupo AF6

1. Resumo Executivo

O Grupo AF6, um conglomerado de concessionárias de veículos no Paraná, apresenta um histórico de mais de 70 anos no mercado automotivo. Com um portfólio diversificado de marcas renomadas (Nissan, Chevrolet, Citroën, Peugeot, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge, RAM e GWM) e presença em cidades estratégicas do estado, a AF6 demonstra solidez e capilaridade. No entanto, sua presença digital carece de otimização e modernização, representando uma oportunidade significativa para crescimento. Este dossiê recomenda uma estratégia de consultoria focada em aprimorar a presença digital da AF6, incluindo o desenvolvimento de um website mais robusto, estratégias de marketing digital direcionadas e a implementação de um CRM para gestão de clientes. A modernização digital permitirá à AF6 alcançar novos clientes, fortalecer o relacionamento com os existentes e otimizar suas operações.

Nome dos principais executivos da empresa: Não disponível no site.

2. Perfil da Empresa

Fundada em 1951 como concessionária Chevrolet, a AF6 expandiu-se ao longo das décadas, incorporando novas marcas e expandindo sua atuação geográfica no Paraná. Sua trajetória demonstra adaptabilidade e visão de mercado, acompanhando as tendências do setor automotivo.

Missão (Inferida): Oferecer excelência em produtos e serviços automotivos, construindo relacionamentos duradouros com os clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Paraná.

Visão (Inferida): Ser referência no mercado automotivo paranaense, reconhecida pela qualidade, inovação e compromisso com o cliente.

Valores (Inferidos): Ética, transparência, confiança, inovação e compromisso com o cliente.

Tamanho e Presença de Mercado: A AF6 opera em diversas cidades estratégicas do Paraná, representando um portfólio amplo de marcas. Embora o número exato de concessionárias não esteja disponível no site (apresenta "0 concessionárias", provavelmente um erro), a variedade de marcas e a abrangência geográfica sugerem um porte médio a grande, com presença significativa no mercado automotivo regional.

3. Produtos e Serviços

A AF6 oferece venda de veículos novos e seminovos, além de serviços de locação (Rodotop). A diversidade de marcas permite atender a diferentes perfis de clientes, desde veículos populares até marcas premium.

Diferenciadores: A AF6 destaca seu atendimento personalizado e a tradição de mais de 70 anos no mercado, buscando construir confiança com o cliente.

Potencial de Expansão/Melhoria:

* Expansão de Serviços: Oferecer serviços adicionais como financiamento, seguros, customização de veículos e programas de manutenção preventiva.
* Foco em Sustentabilidade: Incorporar veículos elétricos e híbridos ao portfólio e promover práticas sustentáveis nas operações.

Tabela de Produtos:

| Categoria | Marcas |  
|---|---|  
| Veículos Novos | Nissan, Chevrolet, Citroën, Peugeot, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge, RAM, GWM |  
| Veículos Seminovos | Multimarcas |  
| Locação | (Rodotop) |

4. Análise de Mercado

Público-Alvo: Clientes que buscam veículos novos ou seminovos, de diferentes faixas de preço e perfis de uso. Inclui desde clientes individuais até empresas.

Posicionamento de Mercado: A AF6 se posiciona como uma empresa tradicional e confiável, com foco no atendimento personalizado.

Concorrentes:

| Concorrente | Pontos Fortes | Pontos Fracos |  
|---|---|---|  
| Outras concessionárias regionais (ex: Grupo Servopa) | Forte presença regional, portfólio diversificado | Potencialmente menos foco em marcas premium |  
| Concessionárias independentes | Preços competitivos, atendimento especializado em uma marca | Menor abrangência geográfica |  
| Lojas de veículos online | Conveniência, maior alcance | Falta de contato físico com o veículo |

5. Estratégia de Marketing e Vendas

Canais de Marketing: O site institucional é o principal canal de marketing identificado. Não há evidências claras de outras estratégias digitais.

Melhorias na Aquisição de Clientes:

* Marketing Digital: Implementar estratégias de SEO, links patrocinados, redes sociais e e-mail marketing para alcançar novos clientes e segmentar campanhas.
* Programas de Indicação: Incentivar clientes atuais a indicar novos clientes, oferecendo benefícios.

Novas Estratégias:

* Marketing de Conteúdo: Criar conteúdo relevante sobre o mercado automotivo para atrair e engajar potenciais clientes.
* Parcerias Estratégicas: Colaborar com empresas complementares, como locadoras de veículos e empresas de seguros.
* Programas de Fidelização: Oferecer descontos e benefícios exclusivos para clientes recorrentes.

6. Presença Digital

Análise do Site: O site é básico e pouco informativo. A usabilidade é limitada, com informações repetidas e navegação confusa. A otimização para mecanismos de busca (SEO) é provavelmente deficiente.

Mídias Sociais: Não foram identificadas mídias sociais ativas.

Oportunidades de Melhoria:

* Redesign do Site: Criar um site moderno, responsivo e com conteúdo relevante, incluindo informações detalhadas sobre os veículos, formulários de contato e integração com as redes sociais.
* Estratégia de Conteúdo: Produzir conteúdo relevante para o blog e redes sociais, abordando temas como dicas de manutenção, novidades do mercado e lançamentos de veículos.
* Campanhas de Marketing Digital: Implementar campanhas de links patrocinados, redes sociais e e-mail marketing para gerar leads e aumentar as vendas.

7. Análise SWOT (Tabela)

| Forças | Fraquezas | Oportunidades | Ameaças |  
|---|---|---|---|  
| Histórico de mais de 70 anos no mercado | Presença digital fraca | Expansão de serviços (financiamento, seguros) | Concorrência de outras concessionárias e lojas online |  
| Portfólio diversificado de marcas renomadas | Site institucional pouco informativo | Incorporação de veículos elétricos/híbridos | Flutuações econômicas e mudanças no mercado automotivo |  
| Presença em cidades estratégicas do Paraná | Falta de estratégias de marketing digital visíveis | Fortalecimento da presença digital (SEO, redes sociais) | Aumento dos preços dos combustíveis |  
| Atendimento personalizado | CRM não identificado | Parcerias estratégicas | Escassez de componentes e atrasos na produção de veículos |

8. Cultura Organizacional e Recursos Humanos

A AF6 valoriza a ética, a transparência e a confiança, buscando construir relacionamentos duradouros com os clientes. A seção "Trabalhe Conosco" sugere uma preocupação com o desenvolvimento dos colaboradores. No entanto, não há informações suficientes para avaliar o ambiente de trabalho e a satisfação dos funcionários.

9. Tecnologia e Inovação

O nível de adoção tecnológica aparente é baixo, com um site institucional básico e sem evidências de outras tecnologias.

Potencial de Implementação Tecnológica:

* CRM: Implementar um sistema de CRM para gestão de clientes, permitindo segmentar campanhas de marketing, personalizar o atendimento e acompanhar o ciclo de vida do cliente.
* Plataformas de Vendas Online: Integrar plataformas de vendas online para facilitar a compra de veículos e expandir o alcance geográfico.
* Ferramentas de Análise de Dados: Utilizar ferramentas de análise de dados para monitorar o desempenho das vendas, identificar tendências de mercado e otimizar as estratégias de marketing.

10. Principais Dores do Cliente (Potenciais)

* Dificuldade em encontrar informações detalhadas sobre os veículos online.
* Processo de compra complexo e burocrático.
* Falta de opções de financiamento e seguros personalizadas.
* Atendimento pós-venda ineficiente.

11. Oportunidades de Consultoria

* Desenvolvimento de um novo website com foco em usabilidade, SEO e conversão.
* Implementação de estratégias de marketing digital (SEO, links patrocinados, redes sociais, e-mail marketing).
* Implementação de um CRM para gestão de clientes.
* Treinamento da equipe de vendas em técnicas de vendas consultivas.
* Desenvolvimento de um programa de fidelização de clientes.

12. Perfil Ideal do Consultor

* Experiência em consultoria para o setor automotivo.
* Conhecimento em marketing digital, SEO, desenvolvimento web e CRM.
* Habilidades de comunicação, negociação e gestão de projetos.
* Perfil proativo, analítico e orientado a resultados.

13. Estratégia de Abordagem Recomendada

* Enfatizar o potencial de crescimento da AF6 através da modernização digital.
* Apresentar cases de sucesso de outras concessionárias que implementaram estratégias semelhantes.
* Oferecer uma proposta de valor clara e concisa, com metas e indicadores de desempenho mensuráveis.
* Antecipar objeções relacionadas ao custo e ao tempo de implementação, demonstrando o retorno do investimento.
* Manter contato regular com a AF6 após a apresentação da proposta, construindo um relacionamento de longo prazo.

14. Informações de Contato e Próximos Passos

* Informações de contato não disponíveis no site (apenas telefones e endereços das concessionárias).

Próximos Passos:

1. Realizar pesquisa adicional para identificar os contatos relevantes dentro da AF6 (executivos de marketing, vendas e TI).
2. Entrar em contato com os contatos identificados para agendar uma reunião de apresentação.
3. Elaborar uma apresentação personalizada com base nas informações deste dossiê e nas necessidades específicas da AF6.
4. Acompanhar o cliente após a apresentação, respondendo a dúvidas e fornecendo informações adicionais.

Este dossiê fornece uma base sólida para a equipe comercial e operacional abordar a AF6 e oferecer soluções de consultoria que gerem valor para o cliente. A atualização constante deste dossiê com novas informações e dados de mercado é crucial para o sucesso da estratégia de abordagem.