

ESCOPO

MercadoCar

MercadoCar System

Sendo considerada a maior no ramo de Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores na América Latina, a MercadoCar começou sua história em 1971 fundada por Luiz Roberto Celeste Gandra e Ricardo Porto Gandra com uma pequena unidade de vendas no bairro do Tucuruvi, dando início a sociedade em 06 de junho de 2002.

Contando com 9 unidades de varejo até hoje, suas unidades estão localizadas na Grande São Paulo, construídas nas localidades das cidades de Osasco, Guarulhos e Santo André, e nos bairros Santo Amaro, Barra Funda, Tucuruvi e Aricanduva.

Iniciada em 1971 com uma loja de apenas 35 metros quadrados no bairro do Tucuruvi seu negócio foi expandindo e após 7 anos sua empresa migrou para um prédio próprio e abrindo a segunda unidade MercadoCar.

Em 2002 foi inaugurada a terceira unidade filial no bairro da Barra Funda conquistando sucesso imediato, localizada próxima à Marginal Tietê tornando-se de fácil acesso e com isso sendo possível transformar essa unidade em um shopping com funcionamento 24 horas desde 2012 sendo pioneiro neste modelo de negócio, não se limitando apenas para venda de autopeças mas também oferecendo serviços relacionados como troca de óleo, instalação de som e similares, incluindo uma parte focada em caminhões, vans e veículos utilitários implementada em 2013.

A MercadoCar continuou expandindo seus negócios explorando outras regiões como Guarulhos (2004), na região de Santo Amaro (2011), em Aricanduva (2015), no ABC paulista (2018), no Itaim Paulista (2020) e em Osasco (2021).

Com o capital social somado de todas as empresas em R\$1.203.175.738,00, seu faturamento pode ser estipulado em R\$1 bilhão ao ano, apesar de ser líder no seu segmento ainda não está listada como empresa com capital aberto na bolsa, contando com cerca de mais de 200 funcionários por unidade e uma sociedade com 48 sócios.

Seu sistema de vendas se limita ao presencial e ao telefone que foi implementado apenas em 2008 oferecendo orçamentos, consultas de preço e disponibilidade de itens no estoque, não disponibilizando serviço de entrega, o atendimento multiplataforma se encontra desatualizado em frente das tecnologias oferecidas de acesso oferecidas pela concorrência, o site foi atualizado tardiamente em 2019 e não apresenta um uso aproveitável para o usuário sendo apenas uma plataforma para divulgação da central de teleatendimento e com algumas informações sobre a empresa.

Ainda que façam uso das redes sociais para divulgação sobre as unidades e uma forma de humanização da empresa e tem contato direto com o público de forma descontraída, a falta de suporte online profissional se torna cada vez mais necessária devido à grande demanda de pedidos e chegada de novos clientes, apesar das plataformas de comunicação não apresentarem variedade para tipos de contato para assuntos diferentes, suas formas de pagamento estão atualizadas(como o pix que foi implementado a pouco menos de 3 anos).

Em 2022 a MercadoCar deseja ampliar seus serviços para um ambiente online disponibilizando um catálogo online adotando o click e retire devido a cultura atual da empresa e depois da adaptação desejam evoluir para um sistema de distribuição com suporte de rastreamento da malha rodoviária com online e sistemas de suporte online como: FAC, suporte via chat com atendentes reais ou assistente virtual sem desabilitar os serviços de atendimento oferecidos pela empresa atualmente.

Espera-se que com as novas implementações de plataformas digitais de compra, que a linha de teleatendimento seja destravada juntamente com a redistribuição de clientes ao “ clique e retire” e na mesma proporção para o teleatendimento levando em consideração clientes antigos que não são adeptos com novas plataformas de compra.

De acordo com as necessidades apontadas pelo cliente, foram listados os seguintes itens que podem receber melhorias durante o projeto:

- Site desatualizado, refletindo mal-uso do domínio
- Orçamentos limitados apenas pelo teleatendimento e e-mail com delay de resposta longa.
- Falta de contato com outros setores da empresa sem ser o teleatendimento direcionado apenas para vendas, falta de atenção dos

atendentes das redes sociais (mesmo que sua dúvida for direcionada a outro assunto) irão te direcionar para o teleatendimento de vendas com um roteiro pronto.

- Falta de serviços de atendimento ao cliente como: SAC, chat online, WhatsApp...
- Inexistência de serviço de venda on-line e entrega de produtos ao cliente.
- Mensagens automáticas nas redes sociais com as mesmas informações direcionadas ao teleatendimento.

Levando em conta a cultura da empresa, algumas mudanças irão seguir um ritmo diferente das outras atualizações, porém sem fugir do tempo de contrato. Foi estipulado um tempo de 3 anos para a adaptação total da nova ambientação da MercadoCar, seguindo com os tópicos brevemente descritos com suas possíveis mudanças.

- Adotar uma aba de perguntas frequentes.

Banco de dados do estoque unificado para controle atualizado do site de venda

- Remodelação do ambiente de teleatendimento adicionando o serviço de suporte via chat, WhatsApp.
- Iniciar operações do site de vendas primeiramente com o click e retira na unidade mais próxima do cliente.