

Consórcio Scania ganha Prêmio Marketing Best

Instituição ganhou uma das categorias da premiação com o case da campanha de comunicação integrada pela comemoração de seus 30 anos de história.

O Consórcio Scania Brasil foi um dos vencedores na noite de ontem (29) do Prêmio Marketing Best 2012, um das primeiras e mais prestigiadas congratulações de marketing do País. O case premiado foi da campanha de comunicação integrada que marcou os 30 anos de mercado do primeiro consórcio de veículos comerciais pesados. O evento foi realizado na casa de shows HSBC Brasil, em São Paulo.

Em comemoração aos 30 anos, o consórcio criou uma ação em que os primeiros 1.500 clientes que comprassem cotas para a aquisição de caminhões e chassis de ônibus da marca até junho, ganhariam viagens para Roma (Itália). Aqueles que comprassem cotas para o modelo G440 6x2 ou veículos superiores poderiam levar um acompanhante. No total serão cerca de 3200 pessoas contempladas, entre clientes, seus familiares e convidados. O primeiro grupo embarcou no dia 10 de outubro e o último no dia de hoje (30). Cada grupo fica hospedado cinco noites em Roma.

“Para nós é muito importante constatar que o reconhecimento de nossa estratégia de relacionamento com os clientes traz resultados não apenas para a instituição, mas para a tradicional marca Scania”, afirma Gilberto Rocha, gerente de Marketing do Consórcio Scania Brasil. “Essa é a segunda vez que ganhamos este prêmio. A primeira foi em 2008 com o case Família Scania Costa Fortuna, numa inesquecível viagem neste navio.”

De acordo com Rocha, o troféu recebido pela empresa tem um prestigio ainda maior, pois o júri é composto por renomados especialistas do mercado que analisam e avaliam os cases apresentados, ao levar em consideração a eficiência e a eficácia das estratégias de marketing adotadas pelas empresas e os resultados alcançados.

“Em nossa campanha utilizamos ferramentas como promoção de vendas, incentivo às equipes de vendas, comunicação em mídias segmentadas, redes sociais, geração de conteúdo e pontos de venda”, diz o gerente. “Ao adotarmos tantas ferramentas em um segmento tão específico, como o de consórcio de veículos pesados, criamos um grau de relacionamento muito grande com os clientes.”
O Família Scania já proporcionou para mais de 40 mil clientes viagens internacionais a cidades como Buenos Aires, Santiago, Lisboa, Madri e Orlando, cruzeiros marítimos e shows de artistas famosos em resorts nacionais. A ação é parte da política de relacionamento da instituição, que atingiu 60.613 cotas contempladas em 2011.

Sobre a premiação
O Prêmio Marketing Best promove e dá visibilidade às empresas e organizações que mais se destacam no planejamento e execução de estratégias de marketing modernas, inovadoras, éticas e de qualidade de seus produtos e serviços. O prêmio foi criado em 1988, pela Editora Referência, por meio da Revista Marketing.
Em 25 anos de atividades, o evento já premiou mais de 600 cases. Na primeira fase, entre julho e agosto, cerca de 1.500 Marketing Experts – executivos de marketing, escolhidos pela organização, – recebem as fichas de indicações para preencher, com as suas devidas justificativas, de quais empresas merecem ser premiadas. Em outubro foi realizado o julgamento dos cases inscritos e definidos os vencedores de 2012.

Sobre a Scania
A Scania é um dos principais fabricantes mundiais de caminhões e ônibus para transporte pesado e de motores industriais e marítimos. Os produtos de serviços têm participação crescente nos negócios da empresa, assegurando aos clientes soluções de transporte econômicas e com alta disponibilidade operacional. Com 37.500 colaboradores, a Scania está presente em mais de 100 países e possui operações industriais na Europa e na América do Sul, com possibilidade de intercâmbio global de componentes e veículos completos. Em 2011, as receitas totais da Scania alcançaram 87,7 bilhões de coroas suecas e o resultado financeiro após a dedução de impostos foi de 9,4 bilhões de coroas suecas. No Brasil, a Scania também patrocina programas de capacitação e treinamento de motoristas, cedendo caminhões e o conhecimento técnico de seus profissionais, além de investir em ações que buscam o incremento da segurança viária no País.
Para mais informações acesse: www.scania.com.br

Foto: Divulgação
Scania - Assessoria de Comunicação
S/A Comunicação