

Consórcio Scania levará clientes para Orlando e Portugal

Ação tem o objetivo de proporcionar momentos de lazer, descontração e integração. Lugares incríveis, roteiros diferenciados, segurança e atendimento de primeira. Esses são os ingredientes que a Família Scania, programa de relacionamento do Consórcio Scania Brasil, vai proporcionar aos clientes que adquirirem qualquer cota de consórcio até outubro de 2013.

Os destinos já estão definidos. Em outubro e novembro os grupos contemplados embarcarão para Portugal e Estados Unidos.
O crédito mínimo para ganhar a viagem sem acompanhante é a cota do P 250 4x2. Já aqueles que adquirirem o crédito do modelo G 440 4x2 serão premiados com uma viagem em que podem levar um acompanhante.
“Após a escolha da cota, fica a critério do cliente a escolha do destino”, afirma Gilberto Rocha, gerente de Marketing do Consórcio Scania Brasil. “A Família Scania vem fazendo muito sucesso entre os contemplados, especialmente pela qualidade e organização das viagens. Essa ação cria uma preciosa ferramenta de relacionamento.”
Os próximos grupos da Família Scania embarcarão para Lisboa, em Portugal, e Orlando, nos Estados Unidos. As viagens acontecerão entre os meses de outubro e novembro de 2013. “Os clientes vão usufruir do nosso elogiado padrão de atendimento e qualidade”, completa o gerente.
“Nosso objetivo é agradar os dois perfis mais comuns de clientes. Àqueles que preferem uma viagem para o casal, conhecendo um pouco de história, gastronomia e cultura em Lisboa, e os que têm filhos e querem aproveitar as atrações dos parques temáticos e das compras em Orlando”, diz Ricardo Vitorasso, gerente comercial do Consórcio Scania Brasil.
A 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.

Sobre o Consórcio
Em 2012, O Consórcio Scania Brasil foi um dos vencedores do Prêmio Marketing Best, uma das mais prestigiadas congratulações de marketing do País. O case premiado foi o da campanha de comunicação integrada que marcou os 30 anos da empresa e fez história ao criar o primeiro consórcio de veículos comerciais pesados.
O Consórcio Scania Brasil já contemplou mais de 62 mil cotas de veículos Scania e 18 mil de implementos rodoviários, contribuindo para o aumento ou renovação da frota de milhares de transportadores.
O consórcio é a única ferramenta que permite o parcelamento total do produto em até 100 meses, sem entrada, sem juros e com uma das menores taxas de administração do mercado. Com excelente prazo de pagamento e taxa de administração diluída ao longo do plano, o consórcio permite a aquisição de bens de forma planejada e econômica para quem pretende investir no próprio negócio, pois cada parcela contribui para a compra do veículo.

Sobre a Scania
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 38.600 colaboradores, a Scania está presente em mais de 100 países. As atividades de Pesquisa e Desenvolvimento são concentradas na Suécia e as operações industriais estão localizadas na Europa e na América do Sul, com possibilidade de intercâmbio global de componentes e veículos completos. Em 2012, as receitas totais da Scania alcançaram 79,6 bilhões de coroas suecas e o resultado financeiro após a dedução de impostos foi de 6,6 bilhões de coroas suecas.
Para mais informações acesse: www.scania.com.br

Scania - Assessoria de Comunicação
Kreab Gavin Anderson