10/11/2015 - Indústria automobilística precisa estar preparada para era móvel e conectada, aponta KPMG

Depois de décadas de sucesso com um modelo de negócios que permaneceu praticamente inalterado, a indústria automotiva está encarando a era móvel e conectada. Como consequência disso, várias tendências importantes terão uma influência significativa sobre o futuro da mobilidade e o padrão atual do setor automotivo sofrerá pressão de todos os lados. Segundo o estudo “Operárias ou donas do jogo: A indústria automotiva está na encruzilhada de uma era altamente digitalizada”, realizado pela KPMG, as montadoras ainda buscam suas melhores alternativas para tirar proveito do fato de que, no futuro, o carro não será o único foco do negócio e que crescerá a importância de os dados do consumidor estarem conectados de maneira inovadora para gerar novos fluxos de receita para a indústria.

“Empresas como a Apple e o Google já estão mostrando o que a tecnologia e a inteligente utilização de informações cotidianas podem oferecer com inovações no dia a dia das pessoas, incluindo aquelas relacionadas ao automóvel. Sendo assim, as montadoras tradicionais lidam com enorme pressão temporal para adequar seu modelo de negócios para os próximos anos o mais rápido possível, de modo a fazer frente a esses concorrentes”, afirma o diretor de relacionamento da KPMG no Brasil para a indústria automotiva, Ricardo Bacellar.

Segundo a publicação, essa nova tendência levanta a questão sobre qual será o posicionamento ideal das montadoras no novo ecossistema que se anuncia. “Chegou a hora das empresas decidirem se permanecerão apenas como fornecedoras de veículos, deixando o caminho livre para novos entrantes concorrerem entre si pelos dados do cliente, o verdadeiro tesouro, ou se serão capazes de permanecer como protagonistas do jogo e expandir seu modelo de negócios para além da produção de automóveis, acompanhando seus clientes durante todo seu ciclo de vida e oferecendo-lhes produtos e serviços customizados”, analisa Bacellar.

Diante disso, a publicação aponta pelo menos quatro temas fundamentais para um posicionamento estratégico bem sucedido nos próximos anos: mudanças profundas no modelo de relacionamento com os clientes; conectividade e data analitics como plataforma para novos modelos de negócio; ciclos de inovação mais curtos e customização como armas de fidelização; e a Internet of Behaviour se sobrepõe à Internet of Things.

Sobre a KPMG - A KPMG é uma rede global de firmas independentes que prestam serviços profissionais de Audit, Tax e Advisory. Estamos presentes em 155 países, com mais de 162.000 profissionais atuando em firmas-membro em todo o mundo. As firmas-membro da rede KPMG são independentes entre si e afiliadas à KPMG International Cooperative (“KPMG International”), uma entidade suíça. Cada firma-membro é uma entidade legal independente e separada e descreve-se como tal.

No Brasil, somos aproximadamente 4.000 profissionais distribuídos em 13 Estados e Distrito Federal, 22 cidades e escritórios situados em São Paulo (sede), Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Joinville, Londrina, Manaus, Osasco, Porto Alegre, Recife, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro, Salvador, São Carlos, São José dos Campos e Uberlândia. kpmg.com/BR

Ricardo Viveiros & Associados - Oficina de Comunicação (RV&A)