Conectividade e digitalização sobem dez posições e são prioridades número um

22/02/2016 - De acordo com a 17ª edição da pesquisa global com os executivos do setor automotivo realizada pela KPMG (KPMG International Global Automotive Executive Survey - GAES), uma grande ruptura no modelo de negócio é extremamente provável para 82% dos executivos do segmento, um número quase dez vezes maior em comparação ao ano passado. "Os modelos de negócio devem estar focados para atender às necessidades atuais dos clientes. Os players do segmento devem notar que tornar-se um prestador de serviço direcionado ao consumidor é de extrema importância", afirma o diretor de relacionamento da KPMG no Brasil para a indústria automotiva, Ricardo Bacellar.
A pesquisa também aponta que, para os executivos do setor, a conectividade e a digitalização são a tendência número um a ser seguida até 2025. De acordo com o levantamento, tais itens subiram da décima posição do ano passado para a primeira neste ano.

Valor dos dados
"Uma forma pela qual as montadoras podem agregar valor e oferecer experiências customizadas aos clientes é utilizar ao máximo a grande quantidade de dados que tanto o carro como o cliente produzem", destaca Bacellar. No entanto, de acordo com o relatório, cerca de 70% dos entrevistados alegam que o uso dessas informações está em um estágio inicial e alguns até alegam que não fazem uso delas.
Já os clientes estão cientes do valor de dados e querem receber por isso. Ao terem a opção de dar a ordem de classificação para as diversas alternativas de respostas, 82% dos clientes que responderam à pesquisa dizem que os benefícios monetários para os seus dados são a vantagem número um, seguidos pelos "esquemas de incentivos ao cliente" (75%) e serviço e experiência individualizados durante todo o ciclo de vida do consumidor (71%). Por outro lado, os executivos acreditam que o serviço e a experiência individualizados durante todo o ciclo de vida do cliente e os esquemas de incentivos (ambos com 88%) são mais importantes que os benefícios monetários (82%).

Inovação
Mais de um terço (35%) de todos os entrevistados prevê que as empresas automotivas tradicionais comandarão as inovações, seguidas pelas empresas de tecnologia de informação e comunicação (30%). Entretanto, ao analisar apenas as respostas das montadoras, essas acreditam que as empresas de tecnologia de informação e comunicação (35%) devem liderar as inovações. "À medida que o mercado automotivo enfrenta uma nova era altamente conectada e digitalizada com vários novos players, as montadoras parecem estar cientes de que esses progressos ainda não são refletidos em modelos de negócio. Acreditamos que essas mudanças ajudarão a converter o setor para o próximo ciclo de desenvolvimento e os executivos do setor devem enxergar esse novo momento como uma grande oportunidade, e não como um risco", finaliza Bacellar.

Sobre a Pesquisa Global com os Executivos do Setor Automotivo de 2016
Neste ano, 800 executivos do setor automotivo de 38 países foram entrevistados. Foram 60 respondentes do Brasil, número três vezes maior que do ano anterior. E, pela primeira vez,

2.123 clientes de todas as partes do mundo e de vários níveis de formação foram entrevistados. Todos os dados da pesquisa e o estudo completo estão disponíveis em www.kpmg.com/GAES2016

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