

# Mercado competitivo de pneus faz empresas mudarem estratégia comercial

---

*Com foco em se aproximar de seus clientes, empresas mudam suas estratégias de venda através de consultores especializados. Pioneira, Levorin já iniciou sua nova fase comercial.*

São Paulo, 20/5/2014 - O mercado de vendas de pneus para motocicletas e bicicletas se tornou muito mais competitivo e maduro nos últimos anos. Formatos que até então eram reconhecidos como eficientes tiveram de ser reestudados e analisados com atenção especial por parte dos fabricantes. Mesmo com toda a presença de mercado que a Levorin vem adquirindo ano após ano, a empresa decidiu mudar sua estratégia de vendas, estabelecendo um modelo diferenciado de atendimento aos clientes de moto e ciclo. O novo modelo visa melhorar o nível de serviço oferecido ao mercado e tem como objetivo proporcionar um crescimento ainda maior na distribuição dos produtos em todo o país.

Segundo Henning Von Koss, CEO da Levorin Pneus e Câmaras, a estratégia prevê atender cada região de forma diferente, com diferentes parceiros, sem concentrar a venda apenas a grandes distribuidores. Para isso, houve um grande investimento na ampliação da equipe própria de consultores de venda, a qual passa a realizar o suporte aos clientes de forma direta e com mais conhecimento técnico sobre os produtos.

"Os representantes nos ajudaram muito e essa parceria durou muitos e muitos anos, somos muito agradecidos a eles. Porém, com a evolução do mercado, vimos que se fazia necessária uma mudança estratégica na forma de influenciar e atender as urgências dos clientes. Por isso, para atender mais de perto os segmentos de moto e ciclo, vimos à necessidade de incorporar ao quadro de colaboradores, vendedores e supervisores, pessoas que só pensam e respiram Levorin", declarou Henning.

A medida já entrou em vigor e a empresa pretende seguir analisando os resultados a cada mês, sempre buscando adequar-se às necessidades de seus clientes. O maior beneficiado é o consumidor final, que passa a contar com maior atenção dos fabricantes nos pontos de venda e, conseqüentemente, um melhor serviço ao cliente.