

**Empresa lançou o Plano Auto, produto que reúne, além da tradicional troca de vidros, dois outros novos serviços de pequenos reparos na lataria de veículos**



Recebida pelo Clube dos Corretores de Seguros de São Paulo (CCS-SP) em seu tradicional almoço, no dia 18 de julho, no Circolo Italiano, a diretoria da Carglass, líder mundial em serviços de reparo e troca de vidros automotivos, lançou com exclusividade o Carglass Plano Auto, um novo produto que promete ampliar as vendas para motoristas que hoje ainda não compram seguro de automóvel. “O Clube tem se pautado nos últimos tempos pela iniciativa de trazer aos associados novidades e oportunidades. Hoje, fomos privilegiados pela Carglass, que apresentou em primeira mão seu novo produto”, disse o mentor do CCS-SP Adevaldo Calegari.

O diretor da Carglass, Milton Bissoli, explicou que o Plano Auto, que será lançado oficialmente no dia 1º de agosto, oferece suporte para pequenos danos no veículo, como troca de vidros, faróis, lanternas, retrovisores e pequenos reparos na lataria. O Plano Auto reúne dois novos serviços criados pela Carglass, além do tradicional reparo ou troca de vidro. Um deles é o inédito SuperMartelinho, que realiza reparos de pequenos amassados de até 30 centímetros na lataria de veículos no tempo médio de 1 hora. O outro é o Reparo Rápido, executado por empresa líder nacional no segmento de serviços de funilaria e pintura express, adquirida recentemente pela Carglass. O serviço é destinado ao reparo de danos de até 50 centímetros nos veículos que sofreram pequenas colisões.

Para Bissoli, o SuperMartelinho tem um grande apelo para o consumidor, já que o tipo de reparo realizado, geralmente, não tem cobertura do seguro porque o custo fica abaixo do limite de franquia. Uma pesquisa encomendada pela empresa, com a participação de mais de mil motoristas em todo país, comprovou a alta aceitação desse serviço. De acordo com os dados apurados, 80% responderam que “com certeza” e “provavelmente” comprariam o serviço. “Essa aceitação está

muito próxima a do serviço de assistência 24 horas e equivale ao dobro da aceitação da cobertura de vidros, que hoje atende quase 90% dos segurados”, disse.

Como o SuperMartelinho depende, segundo Bissoli, da habilidade do profissional, a empresa formou uma rede de prestadores selecionados entre os precursores da técnica no país. A cobertura pode ser acionada até quatro vezes por ano. “É quase uma utilização ilimitada. Se uma porta, por exemplo, tiver cinco amassados, estará coberta”, disse. Ele explicou, ainda, que esse produto requer a coparticipação do segurado no momento da execução do serviço, cujo valor é calculado de acordo com a quantidade (a cada cinco amassados) e o tamanho dos danos. “Se os amassados estiverem em peças diferentes ou a quantidade ultrapassar cinco na mesma peça, coparticipações adicionais serão cobradas. As de menor valor terão desconto de 30%”, disse.

Fábio Arruda, diretor de Estratégia e Desempenho da Carglass, se encarregou de apresentar o Reparo Rápido, serviço de oficina móvel que executa o reparo na lataria do veículo com danos na pintura, onde o cliente estiver e no prazo médio de 2 horas. Segundo ele, a tinta é fabricada no local e permite o ajuste de cor em até 50 mil tonalidades diferentes. “O ajuste de cor é perfeito, evitando a pintura de toda a peça. Por isso, nosso índice de retrabalho é próximo de zero, demonstrando alta satisfação dos clientes”, disse.

Considerando que apenas aproximadamente 35% da frota nacional têm seguro, os diretores da Carglass acreditam no alto potencial de penetração do Plano Auto. “Vocês, corretores, poderão vender para o cliente final, que terá a opção de comprar o serviço a preços a partir de um custo equivalente a R\$ 6,80 reais por mês. É um produto bastante competitivo”, disse Fabio Arruda. Além de servir aos corretores para atrair clientes para a sua rede de relacionamento, ele ressaltou que o produto também é vantajoso para o cliente, pela economia e conveniência de não precisar deixar o carro parado, e para a seguradora, por aumentar as chances de converter consumidores em segurados e, ainda, reduzir o sinistro de casco.

A partir do lançamento, a empresa colocará no ar um site sobre o produto, que realizará a venda direta aos clientes. “O cliente receberá um link para enviar as fotos do veículo – danos prévios não serão aceitos -, e depois da vistoria já poderá usar”, disse. No mesmo site, os corretores terão disponíveis, após cadastramento, ferramentas para a gestão de vendas. “Nosso objetivo é encantar e fidelizar o cliente, junto com vocês, corretores”, disse Bissoli.

**Fonte:** Márca Alves, em 20.07.2017.