

A empresa de consultoria Accenture divulgou recentemente o estudo “Direct: A new way for OEMs and dealers to thrive in times of disruption”, onde discute o futuro da indústria automobilística.

[https://www.accenture.com/\\_acnmedia/pdf-108/accenture-study-the-future-of-automotive-sales.pdf#zoom=50](https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-108/accenture-study-the-future-of-automotive-sales.pdf#zoom=50)

Algumas conclusões do estudo:

- A indústria automotiva está em um ponto de inflexão, com queda na venda de veículos.
- O segmento enfrenta quatro mega tendências, de prazos distintos de realização: veículos elétricos, veículos sem motorista, conectividade e economia compartilhada.
- Além disso, as demandas dos clientes mudaram. Nova realidade ambiental, cidades engarrafadas e perda dos veículos como símbolos de status são fatores que podem explicar esse movimento de retração.
- Pesquisas revelam que 20% dos consumidores estão insatisfeitos com o modelo de negócios de como os veículos nesse momento estão sendo vendidos.
- Assim, o texto sugere a prática de um modelo complementar de vendas, mais informatizado e com utilização intensa de “on line”.

Um desafio para o segmento e uma boa referência para o setor de seguros.

**Fonte:** Francisco Galiza/[Rating de Seguros](#), em 23.10.2019