



## CLIENTES CONSCIENTIZADOS

**TOYOTA TDRIVE**

2350612

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

2017



## Sumario

### Sumário

Apresentação da Equipe envolvida no projeto .....	3
Objetivo da Equipe .....	3
Introdução do projeto .....	4
Cronograma de aplicação do projeto .....	4
Detalhamento dos recursos utilizados para aplicação do projeto .....	4
Detalhamento das etapas de implantação do projeto .....	5
Discriminação da situação 'anterior' e situação 'proposta' ( fotos e materiais) .....	5
Investimentos realizados e necessários .....	6
Resultados alcançados .....	6
Estratégia para envolvimento da comunidade local .....	6



## **Apresentação da Equipe envolvida no projeto.**

Nome: Julia Candela Peixoto  
Cargo: Responsável Ambiental  
Tempo de empresa: 4 anos

Nome: Luiz Guilherme Lemes  
Cargo: Gerente de Pós venda  
Tempo de empresa: 12 anos

Nome: Fabio Alexandre dos Santos  
Cargo: Diretor Comercial  
Tempo de empresa: 2 anos

Nome: Marzelha Amery de Campos  
Cargo: Líder Kaizen  
Tempo de empresa: 10 anos

## **Objetivo da Equipe**

### Missão

Nossa missão é divulgar nosso projeto para a comunidade e para os clientes de maneira objetiva e que possamos ter um envolvimento maior com todos.

### Visão

Visão de crescimento e desenvolvimento, agregando conhecimentos e uma forma nova de chamar atenção de nossos clientes para nossas ações com o Meio Ambiente.

### Valores

Temos como nosso principal valor a preocupação com a Sustentabilidade do nosso futuro e o objetivo maior é despertar para nossa comunidade a visão que temos para o bem com ela.



## Introdução do projeto

Esse projeto tem como objetivo fazer com que os nossos clientes e comunidade saibam nossas ações diárias com o Meio Ambiente, cuidando a cada dia para que não haja nenhum impacto que prejudique nosso futuro com ações de melhorias contínuas.

Com o comprometimento da equipe e criações do nosso Setor de Marketing, queremos mostrar de maneira simples o quanto podemos avançar se cada um realizar sua parte.

Nossa proposta é trazer por meios dessas informações a curiosidade nos clientes e até mesmo suas idéias para melhorias que eles podem nos ajudar e também saberem que contribuíram para a evolução do projeto.

## Cronograma de aplicação do projeto

out/17	nov/17	dez/17
Criação das idéias e Apresentação para Alta Administração	Criação do Marketing das artes para exposição virtual e física.	Exposição no Show Room e PV.
		Envolvimento com os Clientes e comunidades.

## Detalhamento dos recursos utilizados para aplicação do projeto

Nossos recursos mensuráveis estão sendo criados e desenvolvidos por meio de banners e folders informativos.

Um dos recursos também são nossos conhecimentos que serão apresentados para os clientes a fim de que reconheçam que somos certificados pela ISO14001 bem como tudo o que é feito e mantido pelos padrões que esta Certificação implica. Deste modo, todos terão a oportunidade de sanarem suas dúvidas ou interesses sobre assunto, aumentando a base de conhecimento e favorecendo a troca de experiências. Isto inclui, inclusive, a apresentação da



concessionária com foco neste assunto com profissional habilitado e conhecedor do tema.

Redes sociais como Facebook, Instagram e Whasapp para passar informativos de conscientização e consequente mudança de hábitos no geral tais como comunidade, fornecedores, clientes, parceiros, colaboradores e alta Administração.

### **Detalhamento das etapas de implantação do projeto**

- Criação das artes de divulgação. Nossas artes estão sendo desenvolvidas por meio de ações e melhorias pontuais.
- Exposição para os clientes; todo o material será disponibilizado na loja onde o fluxo de clientes é maior justamente para chamar mais a atenção e despertar a curiosidade sobre o bem que estamos promovendo para o nosso Planeta.
- Envolvimento com grupos que participam de eventos como reflorestamento da mata ciliar do Rio Paraíba do Sul para que os colaboradores, clientes e comunidade participem da ação efetivamente com data, horário e local marcados.

### **Discriminação da situação 'anterior' e situação 'proposta' ( fotos e materiais)**

Vemos como situação anterior a falta de informação para os Clientes a respeito de tudo o que a Concessionária realiza em termos de Meio Ambiente. O objetivo é mostrar todas as etapas que envolvem o manuseio dos veículos e o cuidado com tudo o que é gerado como resultado deste trabalho para que eles tenham ciência de que nada será descartado e gerado sem a responsabilidade com o impacto ao Meio Ambiente. Além disto, inibir ao máximo desperdícios de recursos naturais, seguindo nossa certificação da norma ISO14001 cumprindo todos os requisitos.

Nossas fotos e materiais serão disponibilizados na última semana de novembro.



### **Investimentos realizados e necessários**

Aquisição de meios de comunicação visual como Banners, folders, criação de imagem virtual e eventos sobre o tema.

O Investimento será um gasto, mas que poderá trazer um retorno com o envolvimento da comunidade oportunidades de novos clientes.

### **Resultados alcançados**

Nossos resultados pretendidos, após nossa exposição, é mostrar nosso trabalho e preocupação com o Meio Ambiente, fazendo com que o cliente se interesse em saber mais sobre todas as atividades e controles que mantemos.

Nossa empresa hoje não investe em divulgações – o que faz com que o cliente frequente nossa loja sem o discernimento ambiental necessário e o que é pior, não conhecendo todo o esforço para realizar um trabalho tão importante como a preocupação com o Meio Ambiente.

A qualidade de fabricação dos veículos é inquestionável e este valor aumenta na medida que uma Marca como a Toyota se preocupa tanto com a Sustentabilidade do Planeta atrelada à Qualidade de vida de sua comunidade. Ou seja, existe uma filosofia, um modo de vida e de hábito por trás, por exemplo, de cada revisão que é executada, onde os resíduos são descartados de forma consciente e segura.

### **Estratégia para envolvimento da comunidade local**

Nossa estratégia para envolvimento da comunidade são nossas divulgações em redes sociais.

Devemos ser facilitadores de idéias em que idéias dos Clientes e parceiros sejam levadas a sério e pra frente.

Uma das nossas estratégias é promover eventos que propiciem a interação da Comunidade com tudo o que é praticado na concessionária no dia-a-dia bem como os relacionados à conscientização local.