



INDAUTO

Trabalhar uma marca de referência

Tendo como cartão de visita a marca italiana Meccanocar, a Indauto é uma empresa que tem a sua estratégia assente na venda direta sobretudo a oficinas de automóveis.

TEXTO PAULO HOMEM

A Indauto é uma jovem empresa, nascida em finais de 2017, que é constituída por três sócios (Bruno Francisco, Nelson Rodrigues e Alexandre Ferreira), que resulta da experiência acumulada de dezena e meia de anos no ramo dos produtos consumíveis para o setor automóvel e industrial. “O conhecimento que temos do terreno e da forma como funciona este mercado levou-nos a apostar num negócio próprio, que resultou da ideia que tínhamos para o dinamizar. Logicamente que o



INDAUTO

Vila Chã de Ourique
Bruno Francisco / Nelson Rodrigues / Alexandre Ferreira
243 790 229
geral@indauto.pt
www.facebook.com/indauto.pt

nosso passado profissional permitiu-nos ter uma vasta carteira de clientes, que já nos conhece, o que era também essencial para a nossa estratégia”, começa por contar Nelson Rodrigues.

Uma das principais componentes da estratégia que estes três profissionais tinham para a Indauto, assentava na representação da marca italiana Meccanocar. Apesar de já ter tido um representante em Portugal num passado distante, a verdade é que a Meccanocar não tinha distribuição no nosso país. “Conhecíamos a Meccanocar, a qualidade dos seus produtos e a extensão da gama. Como era nossa intenção ter uma marca que fosse apenas trabalhada pela Indauto, decidimos apostar na Meccanocar”, refere Bruno Francisco,



Meccanocar

“Ponto forte é a qualidade do produto”

A imagem é um dos pontos fortes dos produtos da Meccanocar, marca que em tempos idos já esteve presente no mercado português. Para além deste importante aspeto, existem outros, que no entender dos responsáveis da Indauto, fazem a diferença, como explica Bruno Francisco: “o principal argumento desta marca é a sua qualidade”.

Na dinâmica comercial as amostras são um importante argumento de venda, referindo Nelson Rodrigues que “a demonstração é a melhor maneira de um cliente ter a perceção da qualidade dos produtos”.

A Meccanocar possui um catálogo de 25.000 referências, sendo que a Indauto trabalha apenas uma parte, nomeadamente “os produtos de maior rotação na oficina como os químicos, consumíveis elétricos, aditivos, silicónes, etc”.

Não mesmo importante é a constante dinâmica da Meccanocar em termos de desenvolvimento e lançamento de novos produtos, que permitem muitas vezes cobrir as necessidades atuais e futuras das oficinas, bem como o apoio técnico que lhes garante (as fichas técnicas dos produtos estão disponíveis em português).

esclarecendo que “não fazia sentido trabalhar com marcas já existentes. Ao utilizar a marca Meccanocar isso permite-nos estar no mercado com uma marca própria, de forma a trabalhar melhor a fidelização do cliente, sendo uma boa maneira de nos defendermos melhor da concorrência”.

A razão da aposta nesta marca italiana permitia à Indauto desde logo alguma diferenciação no mercado, não só pelas razões apontadas antes, mas também por ser uma marca que passaram a trabalhar de forma exclusiva para Portugal. “Quando falamos com a Meccanocar ficou desde logo acordado que ninguém pode trabalhar esta marca sem ser a Indauto”, assegura Nelson Rodrigues. Tal situação dá a entender que a Indauto possui projetos, de alguma forma ambiciosos, para a projeção da marca Meccanocar em Portugal. Sobre este

aspeto, Bruno Francisco refere que “para já estamos a trabalhar a marca em toda a zona centro entre Lisboa e Leiria”, mas não esconde que “a nossa ideia seria abranger, a longo prazo, o país inteiro”. Aliás, neste momento, de acordo com os responsáveis da Indauto, o projeto já deveria incluir outras zonas geográficas, mas que foram congelados por causa da pandemia. De qualquer forma, existe a certeza, dada pelos responsáveis da empresa, de que a dinâmica comercial com a marca Meccanocar não passará pela revenda. “O nosso projeto não passa pela revenda. O nosso objetivo e estratégia é trabalhar diretamente com a oficina, é nisso que queremos continuar a apostar, embora não fechemos a porta a estudar qualquer outra ideia que nos surja através da revenda”, explica Bruno Francisco, reforçando que “trabalhando diretamente com a oficina, teremos um

maior controlo sobre o desenvolvimento da marca em Portugal, como existe uma estrutura montada e pensada para trabalhar desta forma, que agora não fazia sentido estar a alterar”.

Se a equipa comercial tem o objetivo de vender e de potenciar os produtos da Indauto junto das oficinas, logisticamente o produto chega ao cliente, via transportadora, vindo diretamente do armazém da empresa de Vila Chã de Ourique. Não fosse a pandemia e neste momento a Indauto já estaria num outro armazém, com maior capacidade, num projeto que os responsáveis da empresa poderão dinamizar num futuro a curto prazo.

Refira-se ainda que a Indauto disponibiliza ainda uma série de outros produtos e consumíveis, com menor expressão para a empresa, mas que complementam a oferta da Meccanocar. ●