

Atualidade



AS DEVOLUÇÕES DE PEÇAS NO AFTERMARKET

O lado inverso das vendas

Com a enorme evolução das plataformas de identificação de peças no setor pós-venda esperava-se que o problema das devoluções de peças ficasse reduzido a cinzas. Afinal não é bem assim!!!

TEXTO PAULO HOMEM

Não é fácil quantificar a dimensão e o significado que a devolução de peças tem para os retalhistas e para os grossistas de peças. Estima-se que possa ser 15% das vendas totais, mas existem alguns operadores que reportam que o problema é bem maior que isso e outros que, apesar de não revelarem dados, afirmam que estamos perante um flagelo.

Na maioria dos casos, segundo as informações que recolhemos junto de diversos responsáveis, as devoluções são um problema causado intencionalmente no momento da identificação da peça. Em caso de dúvida manda-se vir as duas peças e aquela que não corresponder à solicitação devolve-se. Também segundo alguns retalhistas de peças, a oficina justifica uma devolução com o facto de o cliente da oficina ter tido um acidente com o carro. Aliás, existem diversas desculpas “esfarrapadas” para sustentar uma devolução e algumas vezes não existe mesmo razão nenhuma para a devolução, isto é, o cliente da casa de peças nem sequer justifica a devolução.

Também não se pode, nem deve, esquecer a ação das equipas de vendas, algumas vezes “culpadas” de dinamizarem certas vendas que podem não corresponder aos pedidos efetuados.

Problema

A devolução de uma peça é um enorme problema para as casas de peças e para os grossistas. A logística inversa associada a uma devolução, isto é, o regresso da peça até chegar de novo à prateleira, é um processo muito mais complexo que a venda da peça até ela chegar à oficina.

Assim que existe um pedido de devolução e partindo da ideia que nem a peça nem a caixa venham já usadas, demora algum tempo a ser devolvida sendo depois inspecionada, de novo etiquetada, rearmazenada e creditada. Por outro lado, enquanto decorre o processo de reenvio, pode ser potencialmente uma venda que não se concretizou para outra empresa. O custo de tudo isto para uma empresa é enorme, que normalmente é agravado pelo custo de ter uma pessoa ou uma equipa a tratar apenas das devoluções.

Resolver o problema

No tempo em que se começou a digitalizar os catálogos e em que passaram a existir as plataformas de identificação de peças, chegou-se a pensar que este problema da devolução de peças estaria por si só praticamente resolvido. Apesar de haver muito mais certeza na identificação das peças, reduzindo-se muito o erro na identificação das mesmas por via da utilização destas plataformas, não se percebe que o problema da identificação das peças ainda seja tão significativo neste setor.

Muitos operadores referem que vão continuar a investir cada vez mais nessas plataformas online, de modo a reduzir ainda mais o erro na identificação das peças, como na informação que prestam aos seus clientes. Porém, todos sabemos que muitas oficinas não querem nem sabem utilizar as ferramentas digitais para solicitar a peça que pretendem, usando muitas vezes o telefone, o WhatsApp e até o email.

Não sendo prática no aftermarket, a verdade é que alguns operadores começaram a impor limites e sanções monetárias a quem usa e abusa no pedido das peças, sabendo que existe uma probabilidade que uma parte delas venham a ser devolvidas.

Por exemplo, uma empresa que vende peças originais, limitou muito o número de devoluções por ano (seis no máximo) e associou-lhe um custo de 11 euros a cada devolução (se for aceite o motivo de devolução). Um outro operador de peças fala que deveria haver uma regra no setor para a devolução de peças, que deveria ser aceite por todos.

A exemplo do que fizemos na edição passada, com o tema da inflação, nesta edição questionamos uma série de empresas sobre o tema das devoluções das peças, a sua dimensão, como lidam com ele, como o “combatem” e o impacto que o mesmo tem para as empresas.



FLÁVIO MENINO, AUTOZITÂNIA

O problema da devolução de peças no aftermarket tem uma elevada dimensão, não apenas para a nossa organização, como também para todo o nosso setor em geral. É um tema muito importante e em que temos especial atenção, pois interfere de forma muito significativa com a nossa atividade logística e provoca custos muito elevados, sendo que neste momento representa cerca de 5% do valor das nossas vendas. Este valor que em termos relativos pode não dar a ideia de ser muito significativo, representa em termos absolutos custos muito elevados.



ENGINEERED BY TMD FRICTION

**GAMA E REPUTAÇÃO
QUALIDADE E CONFIABILIDADE**

**A BENDIX ESTÁ
AINDA MELHOR**

Reconhecida pelos resultados no setor dos travões, desde 1924, a Bendix é agora apoiada pela TMD Friction - um fabricante líder mundial de equipamento original para o segmento da fricção. Isto representa uma maior garantia de qualidade, maior cobertura de veículos e uma maior gama de produtos.

Tenha agora uma opção de travagem de qualidade superior.



**Mais informações em
www.bendix-braking.com**



**SUBSCREVA A
NOSSA NEWSLETTER!**



Encontre a peça certa rapidamente com o Brakebook. Disponível on-line e na versão de aplicativo, o sistema de catálogo baseado na web foi desenvolvido usando dados de catálogo atualizados e oferece opções de pesquisa fáceis de usar.

www.bendix.brakebook.com





As devoluções de peças são um problema para as empresas de peças, pois provocam elevados custos, como referido anteriormente, e exigem maior investimento no processo de logística inversa. Neste momento, com o volume de devoluções que contamos, temos equipas com várias pessoas exclusivamente dedicadas aos processos de devoluções, o que implica também investimento em recursos humanos. A elevada devolução de peças coloca também problemas ao nível da gestão dos stocks, principalmente em peças de baixa rotação, e as condições em que as peças são devolvidas são também muitas vezes mais um agravante, por exemplo peças devolvidas com caixas danificadas.

Para reduzir este problema da devolução de peças, o Grupo Autozitânia tem criado processos de devolução mais eficientes, de forma a reduzir os custos e a demora para todos os envolvidos. Esta procura de otimização deste processo de devoluções, foi alcançada através de um elevado investimento, em conjunto com o fornecimento de ferramentas para uma melhor identificação da peça indicada para cada veículo, e um esforço de consciencialização para este problema, que é geral e afeta os diferentes intervenientes e cadeias do mercado aftermarket.



CARLOS JORGE GONÇALVES, FILOURÉM

Poderíamos quantificar a real dimensão em termos estatísticos, mas o mais importante é realçar os constrangimentos desta questão de uma forma geral. O facto de a “devolução” ser um dos temas mais sensíveis no setor e ter tantas implicações logísticas, diz bem da dimensão deste problema, acerca do qual, talvez todos os distribuidores pudessem ter medidas mais assertivas e consensuais para, em conjunto, ajudar a diminuir esta problemática. As razões para as devoluções são diversas, nomeadamente nos recursos materiais, humanos, temporais, espaciais e financeiros: as devoluções interferem com os stocks, requerem pessoal especializado, consomem muito tempo e ocupam espaço. Naturalmente que acabam também por ter alguma influência em termos do volume de vendas mensal.

O facto de, no nosso setor, a evolução tecnológica e as alterações constantes nos sistemas exigirem uma constante atualização/reciclagem de conhecimentos, e de por vezes não se verificar a utilização das plataformas mais adequadas, leva com frequência a uma incorreta identificação. Sendo este o motivo mais utilizado, no entanto surgem outros muito difíceis de entender.

Por fim, queríamos tocar num aspeto, que não deve ser desprezado, na medida em que o “problema da devolução”, pontualmente pode ser motivo de alguma divergência e pode causar alguns desconfortos entre os diferentes intervenientes; sugeria que em algumas situações, os nossos clientes “invertessem” as posições e se tentassem colocar do nosso lado, analisando a justiça e pertinência daquela devolução que nos estão a fazer.

Essencialmente temos pedido mais rigor no preenchimento do formulário da devolução, nomeadamente nas justificações que são dadas e temos sido mais rigorosos no prazo de entrega. Queremos continuar a evoluir e a ajustar todo este processo. Transparência e bom senso de ambas as partes é fundamental para minimizar esta questão.



ABÍLIO RODRIGUES, KRAUTLI

Não olhamos para as devoluções como um problema, mas sim como sendo uma consequência directa das vendas. É claro que preferíamos não ter um volume tão considerável de devoluções e trabalhamos todos os dias para que tal não aconteça. Atualmente as devoluções andam na ordem das 500 por semana.

Como referido no ponto anterior, não vemos as devoluções como um problema. Mas, sim, efetivamente as devoluções acabam por desvirtuar um pouco as vendas e dar mais trabalho às empresas, como é o nosso caso. Criámos há cerca de 3 anos um departamento dedicado somente às devoluções, onde investimos em mais recursos humanos, para podermos fazer face à quantidade de devoluções que rececionamos todos os dias e para podermos dar respostas aos clientes a tempo e horas.

Temos investido na formação dos nossos jogadores do Atendimento, para melhor identificarem as peças quando solicitado pelos nossos clientes e também nos nossos catálogos eletrónicos.



PAULO DÁRIO, SPR AUTO

Infelizmente, as devoluções de peças continuam a representar 6% da nossa faturação. Este é um fenómeno sem explicação possível, uma vez que a identificação de peças é cada

vez mais precisa, reduzindo o erro.

Há vários problemas associados à devolução de uma peça. O primeiro está relacionado com os recursos gastos com a peça: existe a possibilidade de ser necessário recolhê-la num fornecedor e a possibilidade de a entregarmos onde o nosso consumidor escolhe. Estes recursos poderiam ser alocados à satisfação de um outro consumidor.

O segundo está relacionado com o stock disponível. Estamos a passar um período em que há uma grande falta de peças e, uma vez que o processo de devolução pode durar até um mês, sofremos a possibilidade de não ter a peça disponível para um outro momento em que esta seria realmente necessária. Algo que nos leva ao último problema - o período de inflação em que nos encontramos. Neste momento, o dia em que compramos a peça faz toda a diferença no lucro que teremos e no desconto que poderemos oferecer. Se for necessário comprar uma peça num momento posterior, esta será mais cara do que a mesma peça num outro colega concorrente que a comprou anteriormente, perdendo assim margem de manobra.

Tentamos sensibilizar para a questão da devolução de peças devido a erros humanos. Contudo, esta medida parece não ter tanto efeito quanto aos prazos de devoluções mais austeros.



PEDRO PROENÇA, CREATE BUSINESS

As devoluções são um problema, porque associada a uma devolução estão uma série de custos. Depende das zonas geográficas, mas as devoluções correspondem entre 10 e 14% das vendas.

Para além das devoluções serem um custo implicam maior complexidade na operação, indisponibilidade dessas mesmas peças para venda, deficiente estado em que as mesmas são devolvidas (em alguns casos). Não temos pretensões a eliminar este problema das devoluções, já que assumimos que são parte de um negócio altamente complexo como é o da reparação automóvel. Temos tomado medidas em vários campos: melhoria da qualidade de informação no nosso catálogo, melhoria também da capacidade de resposta dos nossos call-center. Para além disso introduzimos total transparência nos processos de devolução através do nosso portal. Trabalhamos também num âmbito pedagógico, ou seja, as peças podem ser devolvidas, mas devem estar em condições de poderem ser novamente vendidas e aplicadas.



JOSÉ PIRES, ATLANTIC PARTS

As devoluções de peças são um problema e sem dúvida que têm um grande peso no negócio. No nosso caso o valor das mesmas corresponde a 5,6% das nossas vendas.

O tempo que decorre entre a constatação da devolução no nosso cliente, a entrada da peça no nosso armazém, a análise de “motivos” e “bom estado” da mesma, quer internamente quer por parte do fornecedor, é na grande maioria das vezes moroso, contribuindo significativamente para indisponibilidades de stock e por conseguinte perda de venda em tempo útil a um segundo comprador (atualmente agravada pela própria escassez de peças nos fabricantes), o aumento inevitável de custos associados a toda a operação, recursos disponibilizados, etc.

80% das devoluções devem-se a erro na identificação. Reforçamos a importância de identificar as peças nos portais credi-

veis dos fornecedores e o nosso portal, e sempre que possível via matrícula. Temos sido também mais rigorosos com o prazo de entrega de devoluções.



LUÍS ALMEIDA, JAPOPEÇAS

A dimensão deste problema é elevada e excessiva face à quantidade de recursos e meios empregues para que seja fornecida a peça certa na hora certa, desde a identificação à expedição. Garantir este serviço significa um investimento elevado em ferramentas de identificação, profissionalismo e know-how dos recursos humanos e uma operação logística sofisticada para que nada falhe. Naturalmente há uma margem de erro residual resultado de um erro humano ou logístico a que não somos alheios, também cometemos erros. Contudo, é incomparável com a quantidade de devoluções que nos são solicitadas.

Uma peça devolvida aceite significa que foi: Adquirida - Rececionada - Conferida

- Etiquetada - Armazenada - Separada - Embalada - Faturada - Enviada - Rececionada novamente - Inspeccionada - Reetiquetada - Rearmazenada - Creditada.

Aos passos anteriores somam-se tarefas administrativas como troca de correspondência e envio/receção de documentos. Agora quantifiquemos o custo do tempo despendido em cada processo e custos materiais (entre as quais cartão; embalagens; etiquetas; impressões) consumidos nestas 14 operações logísticas, mais as tarefas administrativas que uma peça devolvida representa.

Façamos o exercício de multiplicar este custo unitário por centenas/milhares de vezes estas 14 operações logísticas, mais as tarefas administrativas que totalizam em vendas ZERO. Acresce ao exposto a disrupção que provocam na gestão de stocks. Uma peça vendida é uma peça reposta num período de tempo muitas vezes inferior ao pedido de devolução gerando duplicação de stocks. Escusado será dizer que na importação não há devoluções, uma vez pedido ponto final, parágrafo!

Suportamos o custo da impopularidade que representa rejeitar pedidos de devolução que não cumpram os critérios constantes da nossa política de devoluções que é pública e transparente, nomeadamente quanto ao prazo, integridade material das peças e embalagens entre outros critérios.

PUB

MOURAUTO®



GESTOR DE CLIENTES:

Xavier Pereira

919562411 | 256330250

xavier.pereira@mourauto.pt

CONTINUAMOS A APOSTAR NO AUMENTO DE UNIDADES E DIVERSIDADE DE REFERÊNCIAS DISPONÍVEIS DE COMPONENTES DE INJEÇÃO DIESEL E TURBOS.

SERVIÇO DE RECOLHAS E ENTREGAS

GRATUITAS
NO CONTINENTE



GESTOR DE CLIENTES:

António Matos

914590292 | 256330250

antonio.matos@mourauto.pt

40
ANOS
MOURAUTO
1979 - 2019

WWW.MOURAUTO.PT



JOSÉ CARVALHO, ROMAFAE

Neste momento, consideramos este problema um flagelo, que tem que ser encarado de frente e sem receios. Quantificar é sempre difícil, quando falamos de um problema que acarreta, muitas ações internas, desde que recebemos a devolução, até ao seu epílogo. As razões para as devoluções são diversas e passam por enganos sistemáticos, desistência dos clientes, solicitação a mais do que um fornecedor e ficar com o que chega primeiro, falta de critério na identificação das peças, etc. Consideramos que individualmente, podemos tomar uma ou outra ação, mas sempre de forma muito limitada. Acreditamos que para resolver esta situação, terá de haver um acordo/compromisso entre todos, para que não haja situações do género, “você não aceita, mas o outro aceita”. Temos sempre de perceber, que este problema é diferente se estamos a falar da distribuição ou das casas de peças. Estamos disponíveis, para em conjunto encontrarmos soluções que possam ser aplicadas de forma conjunta. Acreditamos que desta forma, podemos reduzir, desta forma, drasticamente esta questão.



TIAGO DOMINGOS, AUTO DELTA

Sem entrar numa quantificação objetiva, pois este é um fenómeno com variações diárias, semanais e mensais, podemos afirmar seguramente que o problema da devolução de peças no aftermarket é muito importante, não só para a Auto Delta, mas para todas as organizações que se encontram neste mercado. Os principais factores que tornam as devoluções num problema são a sua dimensão e periodicidade, a necessidade de contar com recursos humanos totalmente dedicados à sua análise e logística bem como o stress e potenciais danos que pode provocar nas peças o que, numa situação limite, poderá levar ao assumir de um prejuízo que poderia ter sido evitado com uma melhor e mais eficaz identificação. E numa época em que a temática das alterações climáticas ganha cada vez mais influência junto da opinião pública, a ideia de termos peças a circular

repetidamente entre a Auto Delta e parceiros (e vice-versa), não abona à ideia de maior respeito pelo nosso meio ambiente. Para além de, internamente, nos termos vindo a dotar de recursos humanos e técnicos que façam com que este trabalho seja mais fluido e não tão exigente para quem o faz, procuramos também dar aos nossos parceiros comerciais as melhores ferramentas de identificação de peças. Este é o primeiro passo que, aliado à consciencialização de todos, deverá levar a um mercado mais esclarecido e, conseqüentemente, com outro tipo de cuidados nessa temática.



RUI VALENTE, MCOUTINHO PEÇAS

Antes de mais, consideramos ser necessário clarificar o que são devoluções. Estas podem ser divididas em dois grupos: devoluções puras e devoluções de peças de economia circular.

Com um aumento do volume de negócios, é natural que o número de devoluções possa também crescer. No entanto, trabalhamos diariamente na melhoria da qualidade do serviço que prestamos aos nossos clientes, especificamente na mais correta identificação de peças, para que percentualmente o número de devoluções desnecessárias reduza.

Por outro lado, e como a economia circular ocupa cada vez mais uma maior importância para a sustentabilidade, existe efetivamente uma maior consciencialização e preparação de toda a nossa cadeia logística para este tipo de peças, seja ao nível humano e operacional, como no desenvolvimento de sistemas de suporte/tratamento de processos.

Naturalmente as devoluções, em todos os setores de atividade, poderão ser uma fonte de potencial insatisfação, tanto para o cliente como para o seu fornecedor. No entanto, tratamos as devoluções como uma venda, ainda que em sentido contrário. É um serviço que prestamos ao nosso cliente. Focamos a nossa atenção na minimização do erro. Por essa razão seremos a única empresa com cerca de 30 atendedores a identificar peças originais e independentes, especialistas que recorrem às ferramentas tecnológicas mais desenvolvidas e atualizadas em tempo real. Além de refinarmos sucessivamente os nossos processos de forma a garantir um serviço de excelência para o cliente. Estamos perto do cliente, entendemos as suas preocupações e focamo-nos na antecipação dos problemas.



FÁTIMA BARBOSA, TURBOPEÇAS

A evolução das plataformas dos fornecedores, permite-nos uma maior segurança e confiança na correta identificação dos componentes, no entanto, as devoluções continuam a ser um verdadeiro flagelo logístico e económico no nosso sector, visto que o número de devoluções não diminuiu tanto como seria desejado.

Desde que se constata a necessidade de uma devolução no nosso cliente até à finalização do processo no nosso fornecedor, verifica-se um grande espaço temporal, ocasionando graves problemas ao nível de stock, já para não falar no incremento de custos na operação.

Com a escassez de peças no mercado, torna-se vital a disponibilidade de stock. Uma peça “retida” em prol de uma devolução, só acarreta prejuízos, porque não a vendemos ao primeiro comprador por não satisfazer a sua necessidade nem a podemos vender ao segundo comprador por não possuímos a mesma.

Temos sido mais exigentes com o prazo de entrega das devoluções, de forma a não tornar um processo extremamente moroso.



MANUEL FÉLIX, EUROMAIS

Neste momento a dimensão do problema é reduzida. Apostamos na facilidade de identificação para podermos diminuir este problema. No entanto, não chega a representar 3% das nossas vendas.

As devoluções são um problema porque a chamada “logística inversa” é mais cara do que a logística normal. Fica mais caro recolher a peça e voltar a colocá-la disponível para venda, do que efetuar uma venda normal. Este é um problema que, em muitos casos, é fomentado pela equipa de vendas porque, em vez de utilizar todas as ferramentas à sua disposição para identificar o material, manda mais material do que o necessário porque não sabe qual é a peça exatamente. Desde o princípio que criámos uma política de devolução muito restrita. Os clientes são obrigados a cumprir com as regras estabelecidas no momento de compra. ●

A man with a beard and mustache, wearing a blue uniform, is smiling and cleaning the interior of a car. He is holding a blue spray bottle of Berner Multi-X foam cleaner. The car's interior, including the steering wheel and dashboard, is visible. The background is slightly blurred, showing a workshop or garage setting.

BERNER

LÍDER EM PRODUTOS QUÍMICOS

SIMPLIFICAMOS O SEU QUOTIDIANO,

**COM AS MELHORES
SOLUÇÕES PROFISSIONAIS!**

Saiba mais sobre o nosso produto
Espuma de limpeza MULTI-X e outras inovações em

www.berner.pt

QUÍMICOS PARA PROFISSIONAIS

BERNER desenvolve soluções e produtos químicos para facilitar o seu quotidiano.

