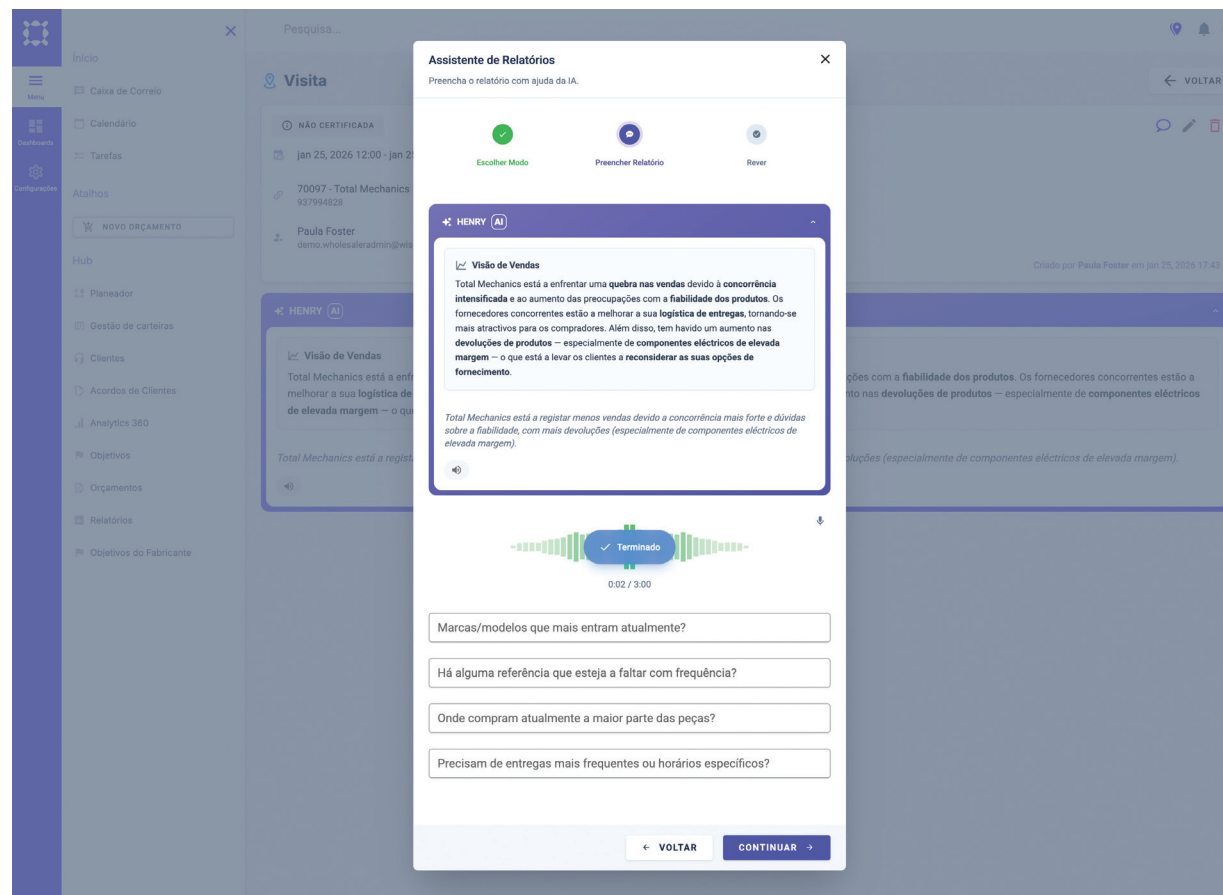




WISEPARTS

Uma outra forma de vender peças

Especializar a venda na área das peças auto é a proposta da WiseParts. Um CRM poderoso, destinado a vendedores, consultores e gestores, que potencia as vendas.

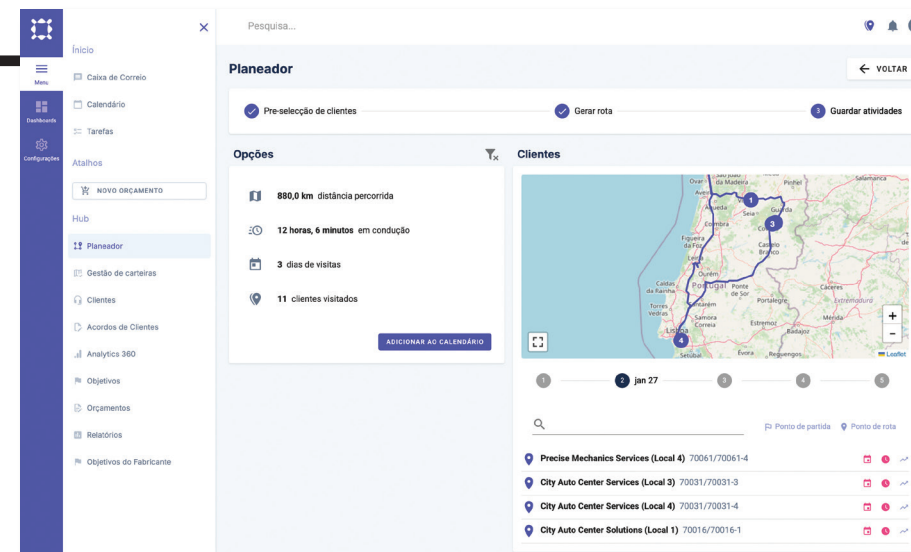
TEXTO PAULO HOMEM

No início de 2025, no decorrer da Motortec em Espanha, foi feita a primeira grande apresentação pública do WiseParts, com o lançamento oficial da marca. Este projeto, que foi sendo desenvolvido nos últimos anos e que resulta de muitos anos de experiência e envolvimento no negócio das peças, visa responder de forma prática e direta aos desafios específicos da distribuição de peças automóveis. Os sócios da empresa têm muita experiência na gestão associada ao negócio de peças de grandes distribuidores, mas também experiência na área tecnológica, surgindo deste encontro de experiências, conhecimentos e necessidades, este CRM. “Toda a minha vida profissional foi de-

dicada à venda de peças. Primeiro ligado ao produto, depois, nos últimos seis a sete anos, mais focado na gestão e na componente tecnológica. Montámos uma equipa de tecnologia e, a certa altura, percebemos que tínhamos capacidade para transformar todos aqueles projetos internos – criados para apoiar a operação e a área comercial (equipa comerciais, call centers, vendedores) numa solução que pudesse ser vendida ao mundo”, começa por referir André Soares, Diretor Geral da WiseParts. Foi feita uma spin-off, angariou-se investidores e o projeto arrancou verdadeiramente em 2021, com uma parceria com um fabricante, neste caso a Ford, “que continua a ser um dos nossos maiores clientes, através da Ford Ibéria, num

projeto ligado à distribuição e à especialização na venda de peças, exclusivamente desenvolvido para a área de peças”, refere o mesmo responsável. Hoje em dia a empresa já tem uma base de clientes muito mais ampla. No início de 2025 “abrimos portas de forma mais ativa e começámos a dar-nos a conhecer, sendo que até aí o crescimento foi quase todo por referência. Nos primeiros anos estivemos muito focados em desenvolver o produto, ajustá-lo e trabalhá-lo com a nossa base de clientes. Agora estamos a investir mais no crescimento e no esforço comercial”, conta André Soares, explicando que “em Portugal existe ainda algum estigma em relação à origem dos projetos, mas lá fora a nossa história é muito bem recebida. De qualquer forma, o foco do

projeto nunca foi apenas Portugal. Apesar de termos um carinho especial pelo mercado português e de continuarmos a investir aqui, atualmente cerca de 90% dos nossos clientes estão em Espanha e estamos a começar a expandir para lá da Península Ibérica”. O WiseParts tem como objetivo capacitar distribuidores, equipas comerciais e gestores de negócio, diretamente ligados às peças de automóveis, através de uma plataforma que combina digitalização profunda dos processos comerciais com o poder da inteligência artificial, resultando numa solução intuitiva, inteligente e totalmente alinhada com a realidade do mercado. “O WiseParts está a transformar a forma como se vende peças de automóveis, como se comunica e gere a distribuição de peças do presente e do futuro”, diz o Diretor Geral da WiseParts, acrescentando que “o nosso produto é um SaaS (software as a service). Os clientes pagam licenças e usam a solução de forma contínua. Isso dá-nos grande flexibilidade e facilita a expansão internacional”. O que distingue o WiseParts de muitos outros produtos de software para este setor das peças é a verticalização total na distribuição de peças automóveis. “Os nossos clientes vão desde grandes distribuidores e fabricantes que gerem redes até retalhistas profissionais. Não trabalhamos retalho “amador”, o foco é sempre retalho profissional”, garante André Soares. O WiseParts serve tanto grandes grossistas



como retalhistas locais com uma ou várias lojas. “Temos clientes que faturam mais de 150 milhões de euros por ano e outros que faturam 3 a 4 milhões. A condição essencial é terem (ou quererem ter) uma estrutura de distribuição profissional com pessoas dedicadas à prospeção e gestão de contas no terreno e equipas ao balcão ou em contact center a atender chamadas, WhatsApp, e-mail e a identificar peças”, refere o mesmo responsável, garantindo que “a partir do momento em que existe esta estrutura (ou ambição de a ter), a nossa ferramenta resolve grande parte dos problemas operacionais do dia a dia, sem concorrer com as plataformas que já existem para aquisição de peças, catálogos, etc”.

CRM para venda de peças

O WiseParts, de acordo com André Soares não é um ERP / DMS (que normalmente tratam faturação, logística, stocks, compras e, em alguns casos, tocam um pouco em CRM, mas esse não é o foco principal), não é um CRM generalista (que normalmente ajuda a gerir contas de clientes, mas não vão ao detalhe da planificação diária, definição de rotinas de visita e análise operacional profunda), e não é uma solução de apoio a contact centers (geralmente desenhadas para outros setores que não respondem às especificidades da distribuição de peças, onde mais de 80% dos contactos são para orçamentação e identificação de peças). O WiseParts unifica tudo o que está ligado à

PUB

SC CENTRALINAS

www.sccentralinas.com

EMULADORES
 • ESTEIRA
 • DIREÇÃO
 • IMMO

EQUIPAMENTOS DE DIAGNÓSTICO

SOFTWARE PARA CENTRALINAS

EQUIPAMENTOS DE REPROGRAMAÇÃO

ESTABILIZADORES DE BATERIAS

TUDO PARA MECATRÓNICA AUTOMÓVEL



operação comercial: planeamento, execução e análise, de forma simples e ajustada à realidade do setor das peças. “Não vendemos as peças pelos nossos clientes, mas criamos as condições para que possam vender mais, mais rápido e com melhor qualidade de serviço”, explica o mesmo responsável.

Foco na eficiência das equipas comerciais

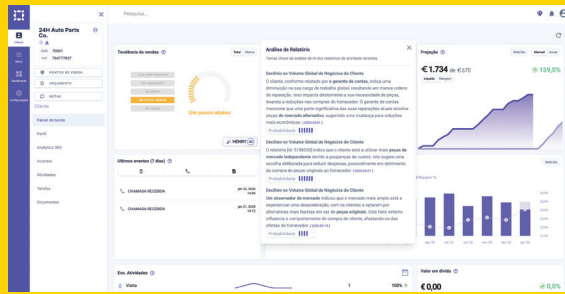
Um dos grandes desafios dos operadores de peças mais profissionalizados é a gestão eficiente das carteiras de clientes e do tempo das equipas de vendas. Numa estrutura tradicional, um chefe de vendas pode até ter acesso a relatórios de faturação, mas o vendedor que passa o dia na estrada, raramente tem tempo ou ferramentas simples para análises mais profundas. Além disso, as equipas comerciais são cada vez mais heterogêneas, com jovens (habituaados a tecnologia) e pessoas com décadas de experiência, excelentes na relação com o cliente, mas pouco confortáveis com ferramentas complexas.

“O WiseParts assume essa realidade e procura democratizar o acesso à informação e à análise, com ferramentas simples, tanto em desktop como em telemóvel. O objetivo é que qualquer vendedor consiga trabalhar com o sistema sem que este se torne um peso adicional”, refere André Soares. Muitas vezes a realidade dita que existem clientes que só são visitados uma a duas vezes por ano. Um dos objetivos do WiseParts é ajudar a “limpar” e reestruturar carteiras de clientes, organizar territórios e evitar sobreposições, mas também priorizar clientes com base em dados objetivos (potencial, histórico de compras, evolução de vendas, etc.), levando o responsável da empresa a dizer que “não impomos um modelo perfeito que substitua a experiência do vendedor. O que fazemos é trazer inteligência aos hábitos que cada um já tem, acrescentando dados à intuição”.

Integração

Para o WiseParts funcionar precisa, de uma forma simples, de dados de vendas (transações) e das bases de dados de clientes. A forma de integração pode variar (ficheiros, ligação direta ao ERP, etc.), mas com estes dois elementos já é possível tirar grande partido do WiseParts. A partir daí, o WiseParts garante o planeamento de rotas e visitas, a análise de vendas por cliente,

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O WISEPARTS



Uma das grandes vantagens competitivas do WiseParts, de acordo com os seus responsáveis, é ter nascido já na era da inteligência artificial. “Somos nativos neste contexto e isso reflete-se no produto”, refere André Soares, Diretor Geral da WiseParts. Neste CRM foram desenvolvidos vários agentes de IA, que apoiam as equipas no dia a dia, que permitem:

- Analisar histórico de vendas e alerta quando algo não está bem num determinado cliente;
- Preparar resumos antes de uma visita, com os principais pontos a ter em conta;
- Ler e interpretar informação comunicacional (e-mails, mensagens) para entregar ao vendedor uma visão clara antes da interação.

“Estamos também a investir fortemente na integração com catálogos

e sistemas de cotação, para que o processo de pedir e receber orçamentos deixe de ser uma sequência longa de e-mails e telefonemas, cheia de tempos de espera e retrabalho”, diz André Soares.

Em clientes, onde a versão mais recente já está implementada, já se consegue:

- Receber uma mensagem de voz do cliente;
- Transcrever a mensagem, em qualquer idioma;
- Consultar o ERP ou outros sistemas ligados;
- Devolver ao cliente a informação pedida, de forma automática, quando estiver configurado para isso.

Através do site www.wiseparts.ai/pt poderá consultar mais informações sobre este CRM.

marca, produto e período, como também faz o acompanhamento de objetivos e desempenho de equipas. “Tudo isto foi desenhado para ser usado de forma simples por vendedores, chefes de vendas e equipas de suporte”, garante André Soares. Com o WiseParts a gestão de cliente é priorizada. Todo o fluxo de chamadas, emails e mensagens whatsapp (a pedir cotações, orçamentos, peças, etc.) é gerido por WiseParts, que está permanentemente estruturando e enriquecendo a informação, agregando pedidos, ligando-os ao cliente, ao veículo, à peça e ao histórico de interações. Diz André Soares que “o objetivo é reduzir o trabalho manual e os tempos de espera, tanto para a oficina como para o distribuidor”.

Visão de futuro e impacto no setor

Nos últimos 20 anos, o setor da distribuição de peças investiu muito em logística (automação de armazéns, WMS), e mais recentemente, em e-commerce B2B e ferramentas de suporte. O que ficou para trás, em muitos casos, foi precisamente a modernização da área comercial.

Noutras indústrias, a gestão de equipas comerciais já é muito mais apoiada em dados e tecnologia. No setor das peças, ainda existe uma grande dependência da intuição e de formas tradicionais de trabalho. O WiseParts nasce justamente para colmatar essa lacuna:

- Reduzir quilómetros “mal gastos” na estrada;
- Aumentar o retorno das visitas feitas;
- Tornar as equipas comerciais mais rentáveis, não eliminando pessoas, mas dando-lhes melhores condições para vender mais.

“O objetivo não é que um vendedor passe a vender 100 mil com menos esforço e menos contacto, mas que, com o mesmo esforço, possa vender 200 mil, com menos desperdício de tempo e deslocações”, conclui André Soares. ◆

Analytics 360											
MÉTRICA: LÍQUIDA - ADQUIRIR PRA CLIENTES											
Clientes	Jan/25	Proj. mês	Jan/25	Var.	Var. %	Acum. 12	Proj. 12	2025	Var.	Var. %	2024
Technical Workshop	1.750	2.264	493	1.781	388,6%	1.750	2.264	493	1.781	388,6%	0
24h Auto Parts Co.	1.340	1.734	470	1.045	159,0%	1.340	1.734	470	1.045	159,0%	0
Automotive Repair Centre.	1.093	2.061	622	1.439	231,1%	1.093	2.061	622	1.439	231,1%	0
Precision Workshop Ltd.	1.142	1.478	427	1.032	246,8%	1.142	1.478	427	1.032	246,8%	0
Prime Auto Parts Ltd.	1.164	1.507	561	945	168,4%	1.164	1.507	561	945	168,4%	0
Coastal Auto Center Co.	1.687	2.183	589	1.593	275,4%	1.687	2.183	589	1.593	275,4%	0
24/7 Auto Parts	1.695	2.193	555	1.638	295,1%	1.695	2.193	555	1.638	295,1%	0
Brothers Workshop Group	1.145	1.482	334	1.148	343,9%	1.145	1.482	334	1.148	343,9%	0
Rapid Garage	988	1.278	272	1.008	399,8%	988	1.278	272	1.008	399,8%	0
Central Auto Parts Group	1.281	1.657	272	1.385	509,8%	1.281	1.657	272	1.385	509,8%	0
Specialized Workshop	1.367	2.028	245	1.763	726,7%	1.367	2.028	245	1.763	726,7%	0
Specialized Garage Co.	1.389	1.797	428	1.379	332,2%	1.389	1.797	428	1.379	332,2%	0
Automotive Repair Centre.	1.356	1.729	496	1.232	248,3%	1.356	1.729	496	1.232	248,3%	0
Grand Totals	74.108	95.904	20.796	75.114	361,3%	74.108	95.904	20.796	75.114	361,3%	0