

“Apresentação Retail IT & Estratégia DMS”

No final do mês passado, decorreu “*Sessão Apresentação Retail IT*”, em Vila Franca de Xira, tendo-se

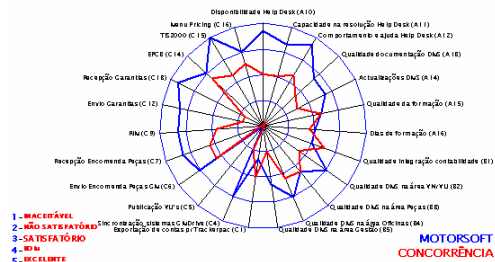


realizado um *overview* das soluções certificadas para Portugal. Este tipo de sessões caracterizam-se, normalmente, por se mostrar aquilo que o *vendedor* quer, invocando até falta de condições laboratoriais e suportando a sua argumentação em imagens estáticas, tentando fazer crer à sua audiência que tudo funciona e responde aos desígnios dos mais exigentes gestores. A MOTORSOFT não se ficou por essa abordagem comum e demonstrou o potencial das suas soluções, localmente e à distância, através

de exemplos práticos das respectivas coberturas funcionais, da simplicidade de utilização, da perfeita integração, quer ao nível das ferramentas dos diversos construtores, quer ao nível de outras entidades envolvidas no negócio automóvel, cujas características fazem do **CARS²**, o DMS mais completo do mercado.

Neste evento estiveram, também, presentes os mais altos responsáveis do *Retail IT*, da General Motors Portugal, os quais reafirmaram, por um lado, as datas limite para o cumprimento dos standards TI e as respectivas consequências e por outro lado, identificaram, os custos que os distribuidores portugueses terão que suportar num processo de certificação, caso não optem por implementar um DMS já certificado, em que, apurados os custos envolvidos, estes serão bastante superiores aos das soluções da MOTORSOFT.

Respondemos, também, ao desafio lançado pela Associação de Concessionários, que pretendia obter testemunhos verbais dos actuais utilizadores, para além da avaliação resultante do inquérito da GME...tendo, a MOTORSOFT, ido mais longe ao convidar utilizadores a demonstrar aos presentes a forma como eles exploram as funcionalidades do software no seu dia-a-dia e como este permite implementar políticas de mudança, sendo eles a prova real do trabalho desenvolvido pelas nossas equipas...



Se ainda existiam dúvidas quanto à excelência das nossas soluções, o resultado do inquérito à satisfação dos clientes, pela segunda vez consecutiva, cujo índice de respostas foi de 100%, é absolutamente esclarecedor...Segundo alguns, o difícil, agora, é manter este nível, no entanto, quem já nos conhece sabe que vamos continuar a trabalhar, no sentido de fazer mais e melhor, procurando superar as expectativas.

Nunca será demais lembrar o quão importante é ser conhecedor das estratégias de cada editor de software, as quais reflectir-se-ão consequentemente nos seus representantes nacionais, como será o caso das recentes compra e venda de editores DMS, como a Cogestib, a Kerridge, a Incadea, entre outras... A MOTORSOFT é o único *player* que demonstra ter uma estratégia claramente alinhada com o editor de software (Datafirst), o qual esteve representado, neste evento, ao mais alto nível.

Robert SGUERZI aproveitou para informar que foram, também, critérios qualitativos que determinaram a opção de parceria com a MOTORSOFT. Curiosamente, perante outros editores, a nossa concorrência, também não terá sido a sua primeira escolha...A nossa opção pela DATAFIRST deveu-se, sobretudo, a uma visão partilhada sobre a estratégia DMS, a qual assenta numa plataforma tecnológica universal e de vanguarda, transversal a todas as marcas, aplicável em qualquer país, independentemente do idioma, divisa e fiscalidade.

A busca constante de soluções, por parte da MOTORSOFT, continua a nortear o seu posicionamento no mercado...Tal é visível não só no plano tecnológico, como na consultoria pró-activa ao nível da organização e métodos dos seus clientes e, agora, face aos desafios colocados pelos potenciais “novos clientes”, marca a diferença, novamente, pelo modo como reforça a sua estrutura técnica, recrutando recém licenciados e proporcionando-lhes um estágio em ambiente produtivo dos distribuidores/reparadores de automóveis, clientes da MOTORSOFT...

