

CRISTINA CARDOSO, DIRETORA DE VENDAS, ALIDATA

SETOR AUTOMÓVEL ESTÁ NO NOSSO ADN

Há 35 anos que a Alidata fornece soluções de software ao setor automóvel, seja a nível oficial ou do aftermarket. A Receção Ativa foi o mais recente dos sucessos desta empresa nacional que já trabalha nos software... de 2030!

Texto Sérgio Veiga Fotos José Bispo

Se há empresa a que tanto o mundo oficial como o do aftermarket já se habituou a recorrer foi à Alidata, a "software house" que disponibiliza soluções para as mais diversas situações do dia-a-dia daqueles setores do ramo automóvel. Na verdade, desde os tempos em que ainda nem havia... "software houses", mas empresas que davam os primeiros passos na aplicação das potencialidades de um novo mundo digital ao serviço de uma maior eficácia da gestão de diversos negócios. Com uma particularidade na Alidata, em plenas comemorações do 35.º aniversário, assinalado no passado dia 16 de janeiro: desde o primeiro dia que o setor automóvel esteve presente!

"É um setor que está mesmo no nosso ADN, pois começámos a nossa programação derivada a necessidades de clientes dessa área", conta-nos Cristina Cardoso, Diretora de Vendas, na sede da Alidata, em Leiria, embora a empresa possua outro polo igualmente importante em termos de desenvolvimento de novos produtos, no centro de Lisboa. "Há 35 anos, praticamente não existia software nas empresas, e nós já tínhamos clientes da área automóvel que nos sugeriam o desenvolvimento dessas aplicações. E daí o nosso programa começou a ser desenvolvido tanto na área das oficinas como a nível da distribuição de peças. É, portanto, um ramo que acompanhamos desde o início e posso dizer-lhe que o nosso cliente n.º 4 ainda está ativo connosco e é do ramo automóvel!".

Hoje, a Alidata tornou-se uma referência a nível de soluções de software, com mais de dez mil clien-

"Começámos a nossa programação derivada a necessidades de clientes da área automóvel"

tes ativos e projetos em mais de vinte países. Mas o setor automóvel continua a ocupar um espaço não só de grande importância como acarinhado de forma especial...

"O setor automóvel é algo em que nos destacamos no mercado, pois temos soluções como o Alidata Gestão de Oficinas que gere toda a componente de reparação automóvel, de manutenções preventivas ou curativas. Mas temos também outras soluções que complementam a área do setor automóvel, como a desmaterialização da documentação, e soluções que estão a ser pedidas pelo setor e que temos no nosso portefólio". Entre Leiria e Lisboa trabalham meia centena de profissionais. "Toda a equipa está devidamente capacitada para esta área do negócio e para a implementação de soluções no setor automóvel. Assim que entramos na Alidata, uma das áreas que aprendemos logo na formação são as soluções para o mercado automóvel, todas as suas funcionalidades e vantagens, como funcionam as próprias oficinas, quais as necessidades, etc.", realça Cristina Cardoso.



SOFTWARE QUE FIDELIZA CLIENTES

Como facilmente se imagina, uma empresa como a Alidata ou qualquer "software house" não tem propriamente espaços de "encher o olho", como as grandes fábricas ou os desconumais armazéns. Trata-se, afinal, de um "centro de cérebros", em que se falará quase tanto em linguagem binária como em português ou inglês... Mas não deixa de ser fascinante pensar que, enquanto algumas daquelas pessoas estão a resolver um problema imediato de um cliente, várias outras estão já a trabalhar... em 2030! "Ter um espírito aberto e conseguir perceber essas necessidades e a evolução das coisas é o que nos faz acompanhar a evolução rápida da tecnologia no setor automóvel. Ao longo destes 35 anos, conseguimos manter esse espírito aberto e tentaremos continuar por mais 35 anos".

Uma das mais recentes inovações da Alidata e que tem vindo a conhecer um número crescente de adesão de oficinas (já a caminho das três centenas) é a chamada Receção Ativa Alidata - que apresentámos na nossa última edição. Cristina Cardoso explicou-nos o que está por trás desta solução virada para

TRABALHAR DEZ ANOS À FRENTE

Aproximam-se tempos tecnologicamente fascinantes, com a conectividade a entrar em força nos automóveis, com exigência de novos e cada vez mais complexos softwares que também contemplarão a nova relação que se irá estabelecer com as oficinas. Na Alidata trabalha-se já para isso. "Em informática temos de estar sempre a trabalhar dez anos à frente porque, nestas áreas, a evolução tecnológica é tão rápida que temos de pensar sempre onde estaremos daqui por dez anos", explica Cristina Cardoso. "Temos de fazer sempre algo de diferente e inovador. As ideias têm de

ser a maior preocupação, a identificação das necessidades dos clientes e das soluções que, daqui a dez anos, continuarão a ser necessidades dos clientes e para que nós tenhamos respostas para elas. Não posso prever onde estaremos, mas garantidamente que estaremos muito diferentes, tendo em conta a velocidade a que o mercado se move... Nestes últimos dez anos tivemos um percurso muito positivo, mas avançámos mais do que estávamos à espera, a velocidade de evolução foi mais rápida do que tínhamos antevisto. E continua a acelerar!".

as oficinas: "A Recepção Ativa apoia a oficina a estimular o serviço junto e diretamente com o cliente. Logo no momento em que o cliente chega à oficina, a pessoa que está a fazer o diagnóstico junto do veículo consegue captar a informação crítica que está a ser dada pelo cliente, mas também estimular a venda de novos serviços junto do próprio cliente. E quanto mais informação conseguir captar e transmitir naquele momento, melhor a oficina vai fidelizar o cliente e, conseqüentemente, gerir o seu negócio. Ao permitir tirar fotografias, identificar logo os serviços, verificar logo se aquela viatura já tinha uma marcação feita, o que o cliente identificou telefonicamente ao fazer essa marcação, tudo isso diminui o tempo de resposta da oficina ao cliente, otimizando o tempo do cliente".

Esta forma de ajudar a oficina a fidelizar clientes – e estamos agora numa altura-chave para o fazer! – é reforçada por uma outra solução da Alidata, o chamado "Portal da Oficina" que tem recebido grande atenção ultimamente. "É um produto em que o cliente da oficina (a oficina dá este serviço aos seus clientes) pode consultar a sua informação exclusiva, numa área reservada, onde pode fazer as suas marcações online. Além disso, pode consultar o histórico da viatura, a própria oficina pode espoletar um alerta a dizer que a viatura tem uma manutenção preventiva para fazer, que tem a inspeção para fazer no próximo mês e que pode, por exemplo, lá ir fazer o 'check-up' para garantir que corre tudo bem na inspeção. Tudo isto permite um maior contacto da oficina com o seu cliente, aumentando essa fidelização, pois o cliente fica des preocupado".

Mas a Alidata propõe outras soluções para facilitar a gestão diária das oficinas. E se pensa que estas coisas não são para a sua pequena oficina, mas sim a pensar apenas nas grandes redes que têm milhões para gastar... não é bem assim. "As soluções da Alidata são escaláveis, vão desde a microempresa à média e até à grande empresa. Posicionamos a versão mais correta para suprir as necessidades, em função do cliente. Costumo dizer que somos uma empresa portuguesa com soluções para empresas portuguesas, não somos uma empresa que vem de fora para o nosso mercado. Somos uma empresa 100% portuguesa que conhece bem a realidade das empresas portuguesas e a nossa solução é pensada para isso, para alcançar todos os clientes, seja em termos de preço, ou de funcionalidades", assegura Cristina Cardoso. E dá o exemplo da solução Alidata para a gestão de oficinas. "Lida com tudo o que é ficha da viatura, o cadastro da viatura, o histórico de serviços e peças que a viatura leva, a parte do agendamento das marcações, os orçamentos, a parte da gestão das folhas de obras. Ou seja, os pontos críticos que, independentemente de serem pequenas oficinas,

1984	1985	1986	1989	1990
Fundação da Alidata Establishment of the company	Início da representação da marca NEC e comercialização de software de gestão adequado a equipamentos informáticos. Beginning of the NEC brand representation, and business management software suitable for computer equipment.	Aumento do leque de ofertas: representação da marca de hardware Sperry e de software de gestão comercial e financeira das empresas Prológica e PMR. Increased range of offerings: Sperry brand representation, as well as commercial and financial management software of PMR and Prológica.	Introdução de recursos humanos especializados. A Alidata começa a desenvolver os primeiros softwares próprios, e lança a sua primeira aplicação: o GA / CGA. Introduction of specialized human resources. Alidata begins to develop their first in-house software, and launches the applications GA / CGA.	Aceitação do processo de crescimento da Alidata, a par do crescimento do setor, e desenvolvimento de grandes implementações de software próprias. Criação de marca própria de equipamentos: TATEC, Revendedor OKI. Alidata growth process well accelerated alongside the growth of the sector and gave up the first large deployment of their own software. Creation of own branded equipment: TATEC, OKI reseller.



▲ Em Portugal, a Alidata distribui-se pelas suas instalações originais de Leiria e também pelas do centro de Lisboa, onde meia centena de profissionais desenvolve software para inúmeras finalidades. São 35 anos, completados no início deste ano!

convém trabalhar essa gestão para conseguir controlar as viaturas dos clientes. Temos efetivamente soluções que se enquadram, em termos de funcionalidades e em termos de valores, para empresas de todas as dimensões".

CLIENTES PREFEREM SOLUÇÃO INTEGRADA

No trabalho da própria oficina, há grandes mais-valias em ter interfaces que liguem automaticamente e de forma integrada a diversas bases de dados para respostas mais rápidas a quem está a fazer uma reparação. "São integrações que fazemos com softwares muito usados no setor automóvel, para otimizar o tempo de busca e de resposta ao cliente. É extremamente importante que, perante um orçamento, consiga perceber quais são, para aquele modelo e aquela matrícula, as peças corretas e os tempos preconizados. E minimizar os erros! O software Alidata tem diversas integrações com esses softwares, como o TecDoc, GTMotive, Autodata ou a SpiesHecker no caso das tintas. E estamos sempre abertos a novos interfaces para integrar em tempo real essa informação". Por fim, há ainda uma solução designada por CRM (Customer Relationship Management) e que não é exactamente específica do setor automóvel, mas das soluções transversais úteis a vários negócios. "Tem funcionalidades muito apreciadas pelos nossos clientes como a facilidade com que controla



▲ "Pelo 'feedback' que tenho dos clientes, dizem-nos que a nossa solução é das mais completas no mercado. Temos soluções que funcionam autonomamente mas, por norma, o cliente acaba por preferir a solução toda integrada"

(registra ou consulta) os contactos com o cliente ou se enviam campanhas ou qualquer tipo de informação para grupos segmentados, de acordo com os objectivos – por exemplo, para estimular determinadas vendas, para o felicitar pelo seu aniversário, dar-lhe algo que o traga à oficina. O CRM é, no fundo, gerir todos os contactos que a oficina faz com o cliente e também os que o cliente faz com a oficina".

Apesar de a Alidata ter quatro soluções especificamente viradas para as oficinas – e várias outras para o lado do aftermarket e gestão de peças – que até podem ser implementadas de forma isolada (por exemplo, o cliente pode querer apenas a Recepção Ativa), na prática não é isso que tem sucedido. "Se há algo que nos destaca é o facto de o nosso software ser um software integrado. Todas as áreas da oficina estão integradas e toda a informação está interligada, desde a parte de compras à parte de faturação e à recepção. Por norma, o cliente que nos contacta pela Recepção Ativa acaba por perceber a mais-valia de usar o sistema todo integrado. Portanto, temos soluções que funcionam autonomamente mas, por norma, o cliente acaba por preferir a solução toda integrada".

E a procura destas soluções já não é uma tendência, já faz parte da "normalidade" com que se monta um negócio, segundo Cristina Cardoso. "Mesmo a pequena empresa, à velocidade a que as empre-

CUIDAR DA CIBERSEGURANÇA!

Quando se fala de "software", conectividades, transmissões de dados e comunicações digitais, há sempre o "lado negro" dos ataques cibernéticos que têm aumentado exponencialmente. Procurando até as empresas mais pequenas, com menos recursos para se defender... "Além do desenvolvimento do software, temos também técnicos especializados e formados em segurança da informação que apoiam os nossos clientes no sentido de terem a sua informação segura", garante Cristina Cardoso. "Isso é, ou deveria ser, uma preocupação das empresas! Pequenas empresas por todo o Mundo são atacadas, por serem mais vulneráveis porque não têm, na generalidade, a sua infraestrutura tão segura.

Nós temos a preocupação de sensibilizar os clientes e apoiá-los na implementação de sistemas para terem a sua informação mais segura. Desde a instalação de 'firewalls' ou antivírus profissionais para proteção da informação ou outro tipo de sistemas que podem bloquear ou minimizar a entrada dessa 'parte negra'. Soluções que representam inegável avanço como a Recepção Ativa, ao terem implícitas comunicações externas, têm de ser cuidadas. "São vulnerabilidades com que as oficinas têm de contar, as comunicações têm de ser feitas da forma mais segura possível. Não há sistemas 100% seguros, mas há soluções muito boas que conseguem minimizar as conseqüências desses ataques".