





Conferência
Regional de

Pós-Venda



Gestão de Leads

myHyundaiCare

Time de Gestão de Leads da Hyundai



Retail Marketing
Ger. Sr. Robson Cavalcante



Media Strategy & Performance
Ger. Juliana Silva



CRO Especialista
Rogerio Siqueira



CRO Analista
Carolina Gardin



CRO Analista
Ligia Manchini



CRO Suporte
Lara Nascimento

Gestão de Leads



Você sabia???



Nesse exato momento,
seu showroom pode estar cheio!!!

**Cientes estão passando no seu
showroom virtual**

**Jornal
doCarro**



356 78 90



Meta



mercado
livre

webmotors



ESTADÃO



uol

myHyundaiCare

Gestão de Leads

Papel do Coordenador na Jornada Digital do Cliente



O cliente Hyundai inicia sua jornada muito antes de entrar na concessionária.

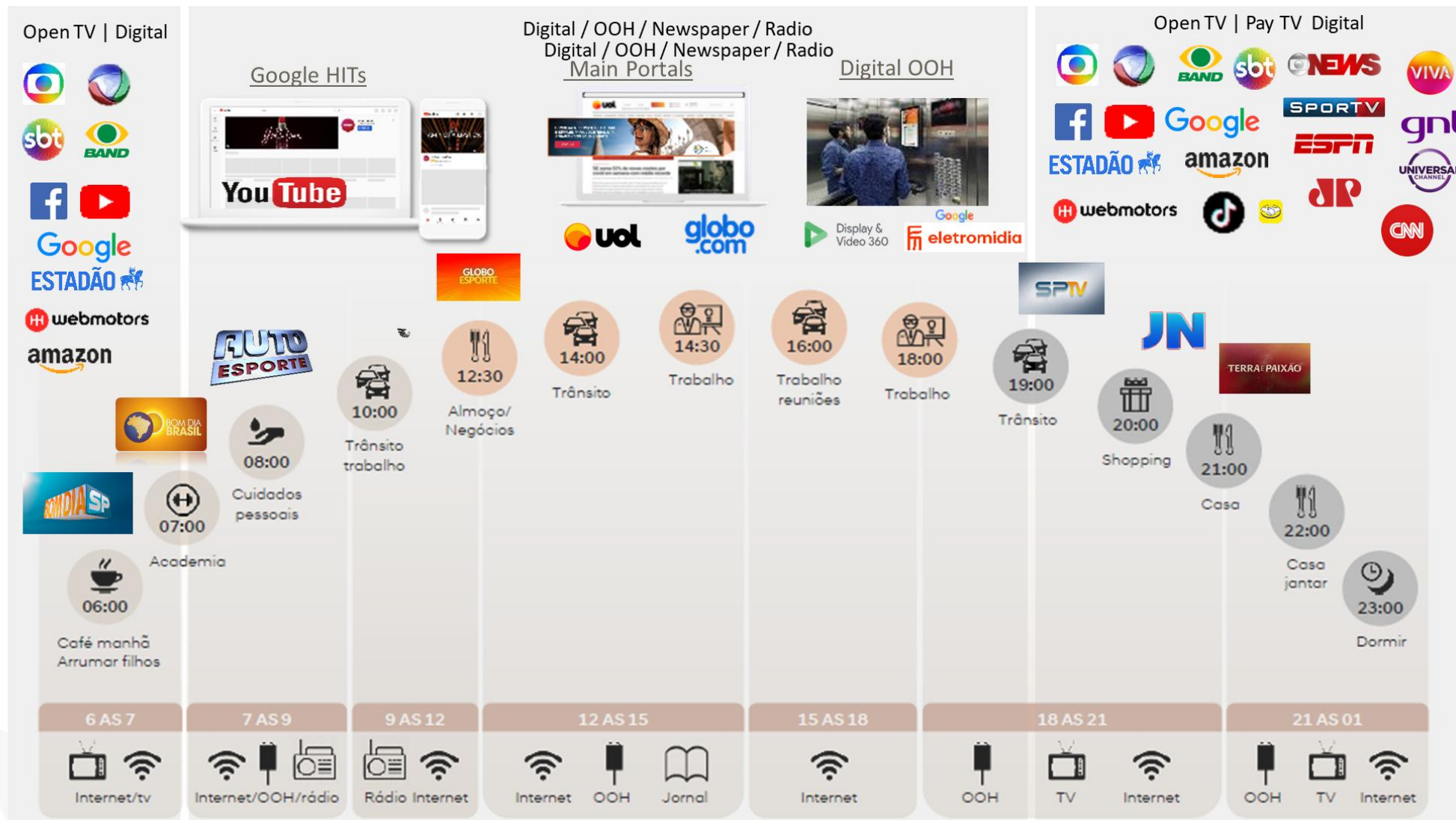
Hoje, parte importante dessa experiência acontece nos canais digitais e no atendimento aos leads.

Por isso, o Coordenador de Qualidade passa a ter um papel fundamental para garantir consistência, qualidade e acompanhamento dessa jornada.



Gestão de Leads

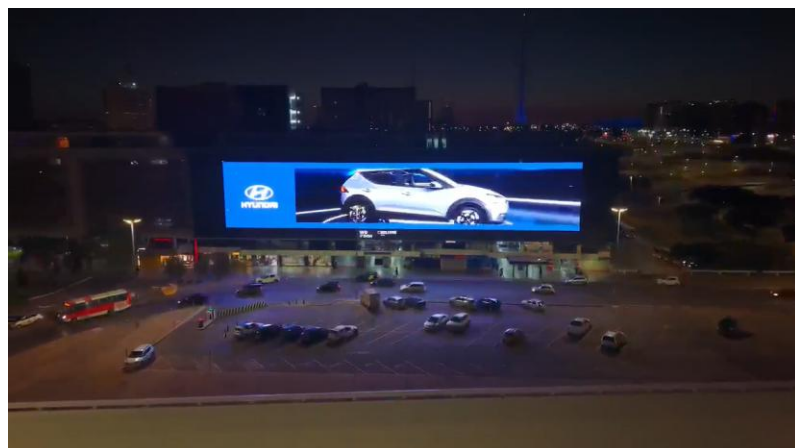
A todo momento o cliente é impactado por uma mídia



Gestão de Leads

Ações e Campanhas

A Hyundai investe em ações de marketing em diversos canais para gerar demanda, fortalecer a marca e estimular a intenção de compra.



Novo Hyundai i20
O upgrade que você sonhou



Como participar:

- Escaneie o QR code
- Faça seu cadastro
- Realize o test drive

Prêmios válidos para os primeiros pessoas que realizarem um test drive no novo Hyundai i20. O prazo para o upgrade será de 30 dias a partir da data de lançamento do veículo. Consulte o site da Hyundai para mais detalhes.

5,000 milhas para o seu upgrade

Em seu próximo voo, aproveite para voar de GOL+ Conforto. Faça o test drive, você pode ganhar milhas e embarcar com upgrade em experiências.

CLIENTE	PORTÃO	ASSENTO
Você	i20	GOL+ Conforto

STATUS DO UPGRADE: Aguardando test drive

LOCALIZADOR: i20-01

Escaneie-se para fazer seu check-in no promotorio. E faça um test drive no novo Hyundai i20.

HYUNDAI x GOL



Upgrade na pipoca
Compre a M e leve o Balde Max

Promção exclusiva aos sábados e domingos, mediante o compra do Combo M.



30 ANOS uol

EMAIL: Ainda não tem um email UOL? Assine

Paylink: SEU UOWNER ENDE MAS

Dólar: 5,004 Euro: 5,705

São Paulo: 22°C 13°C

BUSCAR NO UOL

PRODUTOS PLASH NOTÍCIAS POLÍTICA CARROS ECONOMIA POLÍCIA ESPORTE COPA 2026 SPLASH UNIVERSA VIVABEM TILT ECDA CANAL UOL. NOSSA TAB PRIME TOCA GUIA DE COMPRAS

PUBLICIDADE

Novo Hyundai i20
O upgrade que libera um dia de notícias exclusivas no UOL



HYUNDAI

Gestão de Leads

Importância dos Leads na saúde do negócio



Leads são oportunidades reais de negócios.

São clientes que demonstraram interesse de compra e deixaram seus dados para contato.



**Por trás de um lead,
existe uma pessoa
esperando ser atendida
pela Concessionária.**

**Hoje 20% das vendas
realizadas na rede
Hyundai começaram em
um lead da Hyundai.**



**Se considerarmos os leads gerados pela mídia da
Concessionária, esse número será ainda maior.**



Gestão de Leads

Exemplos de formulários



COTAÇÃO RESERVE POR R\$ 1.000

Faça a cotação de seu próximo Hyundai

Escolha uma concessionária

☒ Minha localização ☐ Buscar por nome ☐ Buscar por CEP

CONCESSIONÁRIAS

Escolha sua forma de pagamento

☐ À vista ☐ Financiar

Deseja utilizar seu veículo usado na troca?

☐ Não ☐ Sim

QUAL O SEU NOME?

QUAL O SEU SOBRENOME?

SEU CPF

CELULAR COM WHATSAPP

SEU MELHOR E-MAIL

Como você deseja ser contatado?

☐ E-mail ☐ SMS ☐ Telefone ☐ Whatsapp ☐ Vídeo Chamada

☒ Declaro que li e estou ciente com os termos da Política de Privacidade Hyundai

☒ Desejo receber informações da HMB e sua Rede de Concessionárias, através de e-mail, sms, celular, whatsapp, sobre ofertas, lançamentos, serviços, pesquisas, eventos e comunicação institucional.

☐ Não sou um robô

ENVIAR

Cotação

COTAÇÃO RESERVE POR R\$ 1.000

Faça a reserva de seu próximo Hyundai

Escolha uma concessionária

☒ Minha localização ☐ Buscar por nome ☐ Buscar por CEP

CONCESSIONÁRIAS

QUAL O SEU NOME?

QUAL O SEU SOBRENOME?

SEU CPF

CELULAR COM WHATSAPP

SEU MELHOR E-MAIL

CEP

ENDEREÇO

NÚMERO

COMPLEMENTO

BAIRRO

CIDADE

ESTADO

Como você deseja ser contatado?

☐ E-mail ☐ SMS ☐ Telefone ☐ Whatsapp ☐ Vídeo Chamada

☒ Declaro que li e estou ciente com os termos da Política de Privacidade Hyundai

☒ Desejo receber informações da HMB e sua Rede de Concessionárias, através de e-mail, sms, celular, whatsapp, sobre ofertas, lançamentos, serviços, pesquisas, eventos e comunicação institucional.

Pagamento

Escolha sua forma de pagamento

☐ À vista ☐ Financiar

Deseja utilizar seu veículo usado na troca?

☐ Não ☐ Sim

☒ Declaro que li e estou ciente com os termos da Política de Privacidade Hyundai

☒ Desejo receber informações da HMB e sua Rede de Concessionárias, através de e-mail, sms, celular, whatsapp, sobre ofertas, lançamentos, serviços, pesquisas, eventos e comunicação institucional.

Reserva

Click to buy + Configuração do veículo

01. Escolha o seu modelo
Novo Hyundai i20 | 2026/2027

02. Escolha a versão
Active

03. Escolha a cor
Branco Diamante

04. Encontre a concessionária
Sinal - Anália Franco

05. Dados pessoais

Dados pessoais

Possui um veículo usado e gostaria de utilizá-lo na troca?

☒ Não ☐ Sim

Faça o test drive na sua casa. Com o test drive em casa, você faz o agendamento e recebe o veículo na sua casa. Você quer usar esse serviço?

☒ Não ☐ Sim

Compre seu Hyundai e a gente entrega na sua casa. É isso mesmo. Compre seu Hyundai e recebe diretamente na sua casa. Você gostaria de usar esse serviço?

☒ Não ☐ Sim

Qual seria a forma de pagamento?

☒ À vista ☐ Financiamento

Dados pessoais

Nome

Sobrenome

CPF

E-mail

Celular

Gostaria de nos passar alguma observação? Digite no campo abaixo:

Desejo ser contatado pelos seguintes canais

☐ Whatsapp ☐ Vídeo chamada ☐ E-mail ☐ SMS ☐ Telefone

☒ Declaro que li e estou ciente com os termos da Política de Privacidade Hyundai.

☒ Das opções marcadas, desejo receber informações da HMB, sua Rede de Concessionárias e Banco Hyundai, sobre ofertas, lançamentos, serviços, pesquisas, eventos e comunicação institucional.

ENVIAR PARA CONCESSIONÁRIA

Click to buy

HYUNDAI Sinal - Anália Franco

Av. Reg. Feijó, 1234 - Vila Regente Feijó
São Paulo - SP
03342-000

Pet Friendly

Novo Hyundai i20 | 2026/2027 | Limited | Prata Stand | Compare R\$

Garantia 5 anos ou 100.000 km

Bluelink

Nome *

Sobrenome *

CPF *

Data de nascimento *

E-mail *

Celular *

Adicionar um comentário (opcional)

Desejo ser contatado pelos seguintes canais:

☐ E-mail ☐ SMS ☐ Telefone ☐ Whatsapp ☐ Vídeo chamada

☒ Das opções marcadas, desejo receber informações da HMB, sua Rede de Concessionárias e Banco Hyundai, sobre ofertas, lançamentos, serviços, pesquisas, eventos e comunicação institucional.

☒ Declaro que li e estou ciente com os termos

Especificações do seu Hyundai

- Chave presencial Smart Key e botão de partida do motor
- Painel de instrumentos digital colorido de 12.3"
- Central multimídia de 10,25" com Apple CarPlay e Android Auto
- Câmera de ré com linhas dinâmicas
- Sistema de carro conectado Bluelink com atualizações Over-The-Air
- Motor 1.0 Turbo GDI

Itens de série

SEGURANÇA

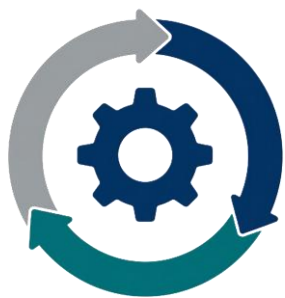
Monte o seu

Gestão de Leads

Função do Coordenador de Qualidade nos leads



O Coordenador de Qualidade precisa acompanhar a experiência do cliente que chegou por canais digitais...



...e garantir que esse lead receba o atendimento adequado e que todos os responsáveis pelas interações estejam aplicando o processo.

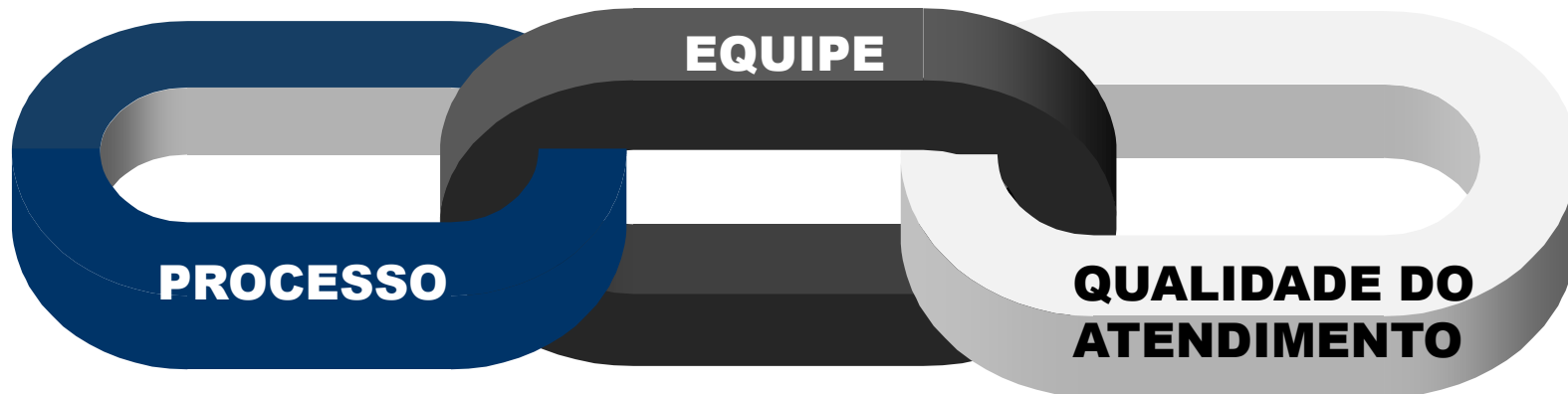


Gestão de Leads

Importância do Coordenador de Qualidade nos Leads



Coordenador atua como elo entre



Gestão de Leads

Importância do Processo de Atendimento



Ao abrir um lead, o cliente pode estar interagindo simultaneamente com várias Concessionárias e marcas.

O **tempo de resposta** e a **qualidade da interação** influênciam diretamente a decisão do cliente sobre com qual marca ele continuará sua jornada de compra.

Por isso, o Coordenador de Qualidade tem um papel fundamental em monitorar a qualidade da experiência que é proporcionada aos clientes.



myHyundaiCare

Gestão de Leads

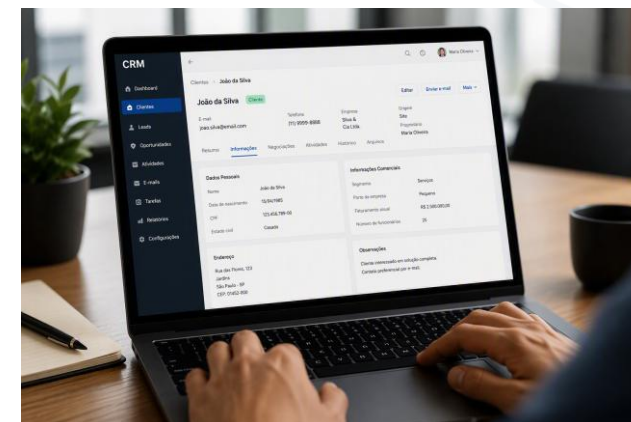
Conhecer a estrutura de Leads da Concessionária



O Coordenador precisa conhecer os processos de lead da Concessionária



Quanto profissionais atuam no atendimento de leads Hyundai e quais são suas responsabilidades;

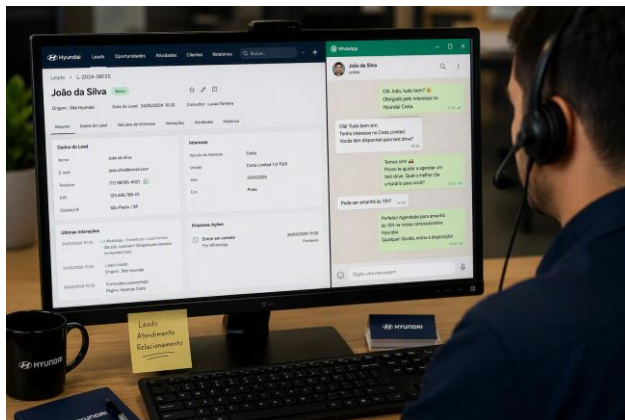


Quais são os sistemas utilizados pela concessionária na gestão e acompanhamento dos leads (CRM/DMS);

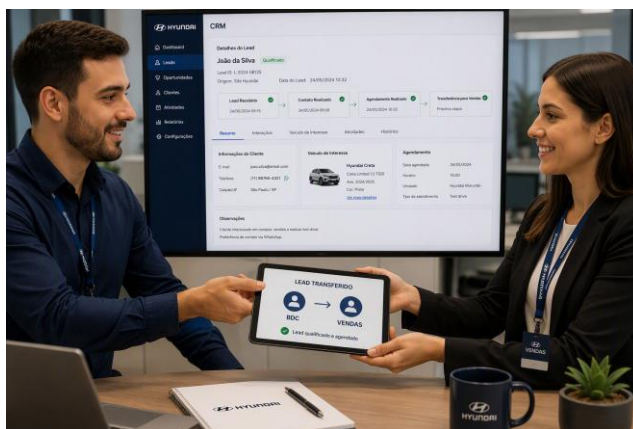


Gestão de Leads

Conhecer a estrutura de Leads da Concessionária



Compreender **como é realizada a primeira interação com o cliente.**



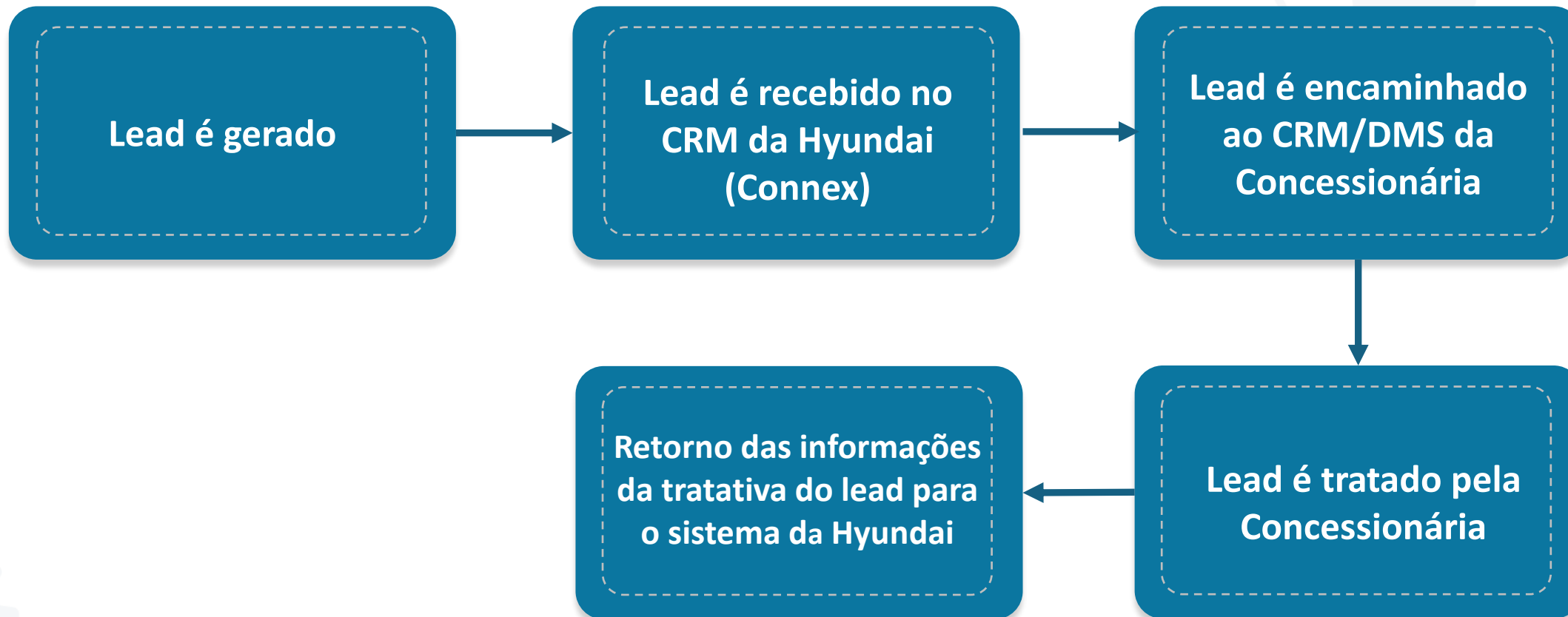
Compreender o fluxo de gestão e transferência dos leads:

- **Responsável pelo agendamento;**
- Em que **momento o lead é transferido** para equipe de Vendas;
- Se a equipe de **Vendas recebe todo o histórico** de informações do cliente.



Gestão de Leads

Fluxo do lead





Conferência
Regional de

Pós-Venda



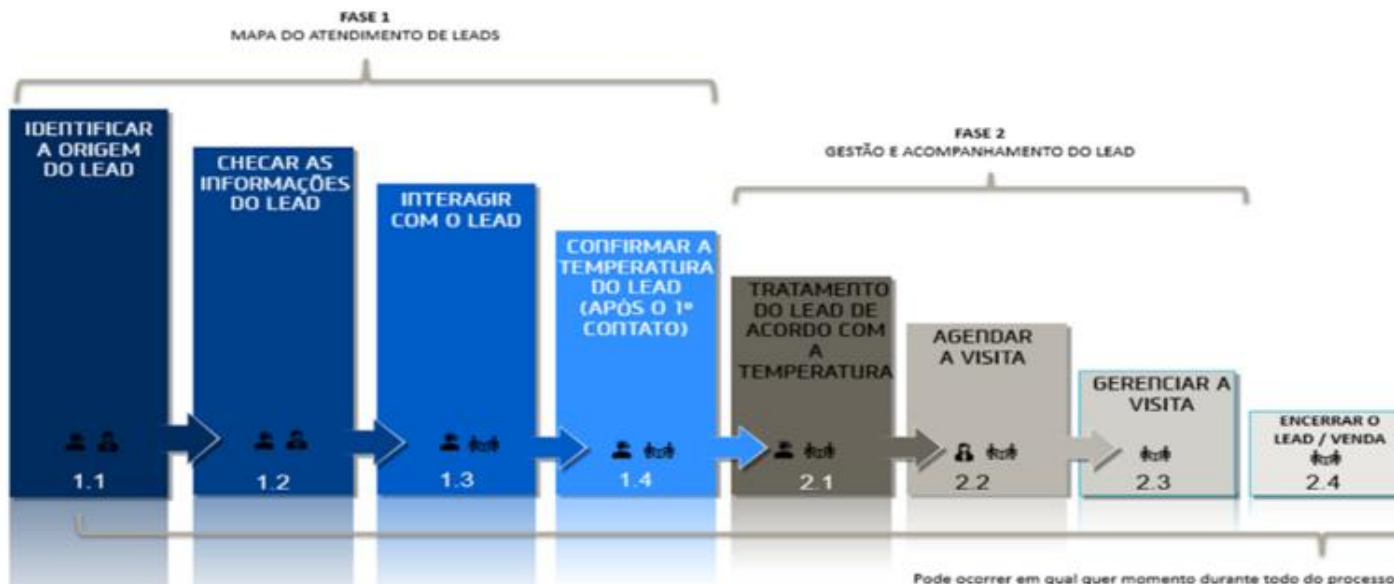
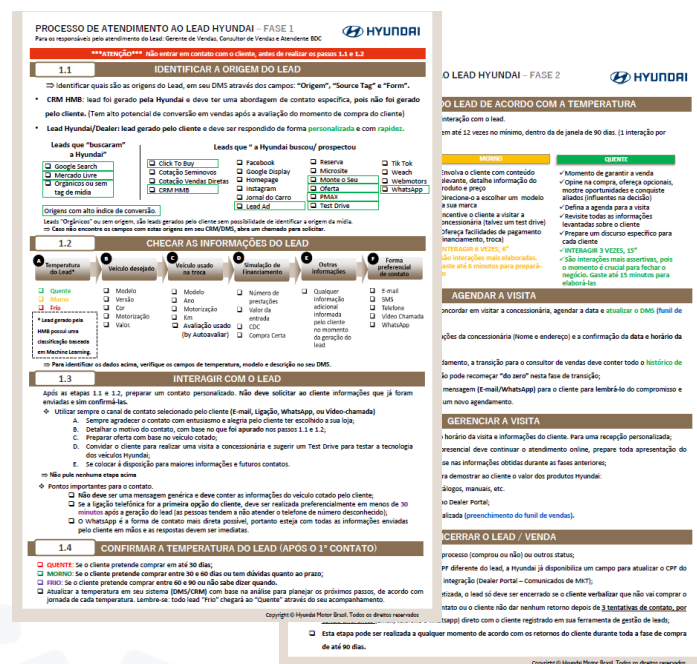
Processo de Leads

myHyundaiCare

Processo de Atendimento do Lead

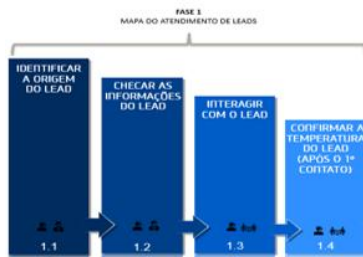
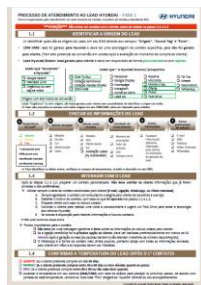


A Hyundai possui um processo estruturado de atendimento de leads, desenvolvido para garantir qualidade, agilidade e consistência na experiência do cliente.



Gestão de Leads

Responsabilidades dentro do Processo de Atendimento do Lead



A Fase 1 – Orientações para o time BDC ou Consultores de Vendas que realizam o contato inicial com o cliente.



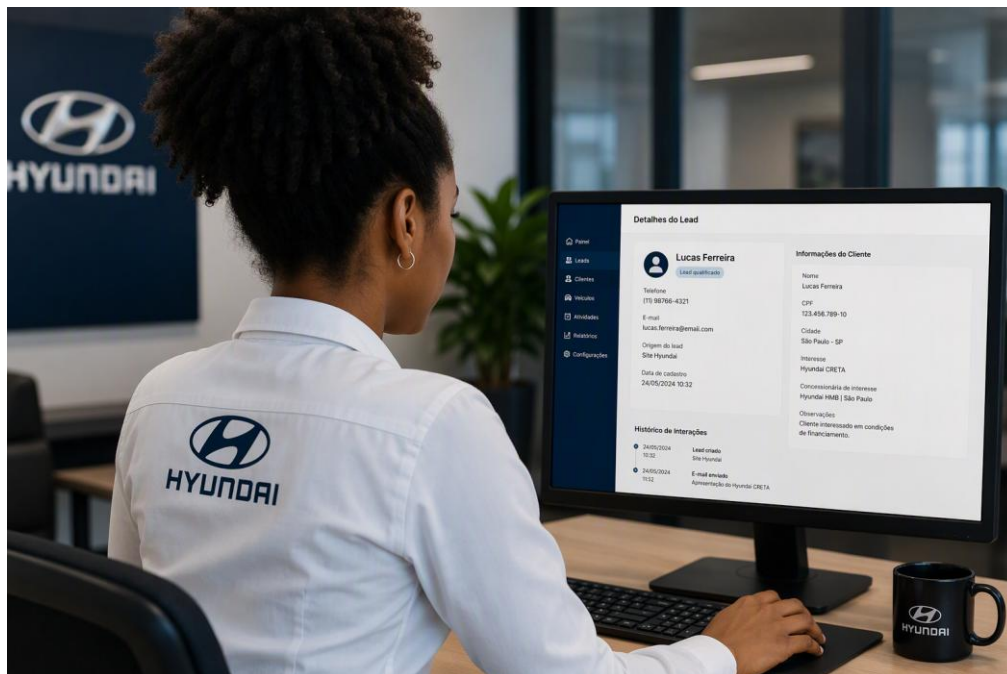
A Fase 2 – Direcionada aos Consultores de Vendas responsáveis por dar continuidade ao atendimento.

O Coordenador de Qualidade e o Gerente de Vendas são responsáveis por acompanhar o processo, monitorar resultados e direcionar as equipes para a correta execução das atividades.



Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead – Preparação para o contato com o cliente



Antes de realizar o contato com o cliente, é necessário

Realizar a análise das informações do lead

Conhecer o contexto do lead ajuda a transformar interesse em relacionamento e relacionamento em oportunidade.

Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead - Interação e Tempo de Resposta



O primeiro contato com o cliente é decisivo para a escolha dele continuar a interação.



Rapidez na resposta



Personalização da mensagem



Contato atrativo



Não pedir informações já fornecidas pelo cliente

O contato precisa ser realizado em até 30 minutos após o recebimento do lead.

Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead -

Estimativa do tempo que um vendedor dedicará ao tratamento de um lead em um mês:

1. Entrada

100 leads recebidos

2. Esforço

819 interações estimadas

131 horas dedicadas

16 dias inteiros de trabalho

68% do tempo com foco no atendimento do lead Hyundai

32% do tempo
+ entrega
+ pós venda
+ administrativo



Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead - Informações que precisam ser checadas no Lead



SOURCE TAG

LOCAL QUE IMPACTOU O
CLIENTE

Onde o cliente iniciou a jornada da
geração de lead.

ORIGEM

PARA ONDE O CLIENTE FOI
ENCAMINHADO

Onde o cliente aterrissou através
da mídia navegar

FORMULÁRIO

ONDE O CLIENTE PREENCHEU
SEUS DADOS

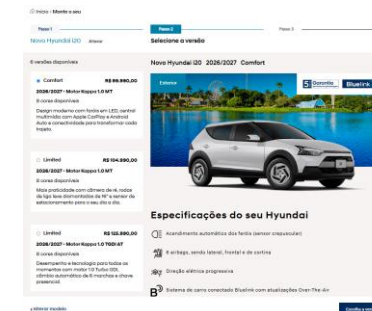
Onde o cliente registra seus dados e
demonstra interesse em um produto



Google
Source



Homepage Hyundai



Monte o seu

myHyundaiCare

Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead - Conversão por canais



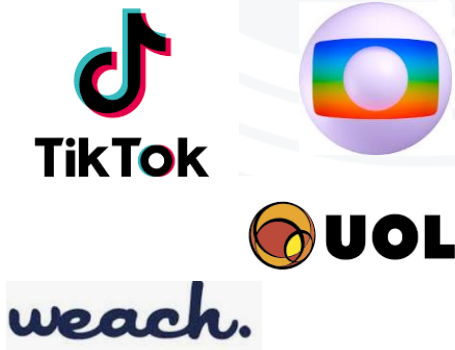
Plataformas de Mídia



Marketplace



Parceiros



Resultado – 2026 (jan – jul)

	GOOGLE	META	MARKETPLACES	PARCEIROS	OUTROS	Total geral
Conversão Nacional	3,28%	2,12%	2,12%	2,60%	4,01%	2,78%

	OFERTAS	MONTE O SEU	CLICK TO BUY	LEADAD	ANÚNCIO ML	TEST DRIVE	RESERVA	FINANCING	MICROSITE	OUTROS	LEAD NURTU..	PRODUCT PA..	Total geral
Conversão Nacional	3,02%	9,46%	3,23%	1,50%	1,82%	2,91%	0,00%	2,77%	3,30%	2,35%	6,67%	4,24%	2,78%

Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead - Informações que precisam ser checadas no Lead



Temperatura



Veículo Desejado



**Veículo usado na
Troca**



**Simulação de
Financiamento
(Forma de pagamento)**



**Campo descrição:
Outras informações**



**Forma de preferência de
contato**

Gestão de Leads

Campo descrição



O campo descrição traz informações e detalhes sobre as preferências e necessidades dos clientes, auxiliando na personalização da mensagem.

▼ Description

Descrição

Lead gerado através do Agente Hyundai em ligação telefônica. Antes de conversar com o cliente veja as informações que foram coletadas na ligação.
Cliente: Alija Manchini. Aceitou conexão com concessionária. Interesse: HB20 Limited, motivado por características técnicas. Compra prevista: 7 meses. Pagamento: à vista. Orçamento: a partir de R\$99.990. Test-drive: recusado. Solicitou detalhes do veículo (motor, potência, design). Contato preferido: WhatsApp. Concessionária Barigui entrará em contato.
O cliente demonstrou interesse no Novo Hyundai i20 Limited Manual e planeja a compra à vista em 7 meses. Priorize o contato via WhatsApp e foque em nutrir o lead com informações detalhadas do veículo e ofertas futuras, considerando o prazo de compra mais longo. O cliente não demonstrou interesse em test drive.

▼ Description

Descrição

Lead Banco Hyundai com nível de propensão à conversão: Alta . Cliente com potencial de recompra do Banco Hyundai. Veículo atual: CRETA COMFORT 1.0 TB | Oferta recomendada: Bônus (trade-in) de R\$5.000,00 e Taxa de 1,19% | Modelo: i20 Platinum TGD | Entrada: R\$65.250,55 | Parcela: R\$1.308,57 | Prazo: 49.

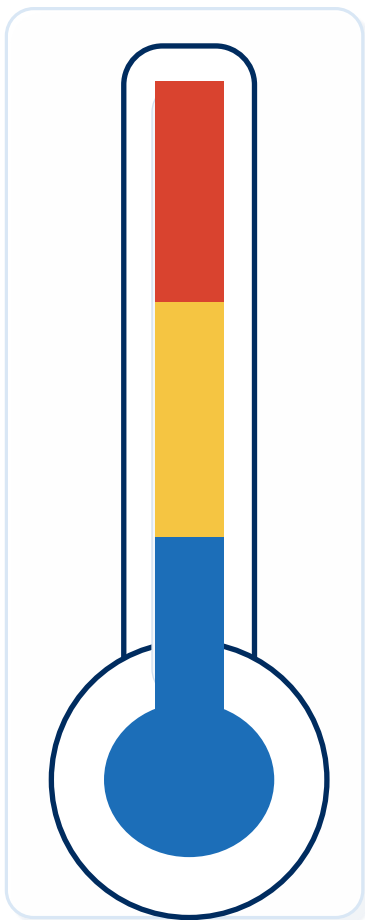
Todas as informações do lead precisam estar de fácil acesso para toda a equipe que realize a tratativa de leads.

Gestão de Leads



Temperatura do Lead:

A temperatura do lead orienta o ritmo e a prioridade do atendimento, sem rotular o cliente como bom ou ruim.



Lead Quente

É o cliente que está mais próxima para tomar a decisão.

Já pesquisou, comparou opções e demonstra interesse real em comprar em breve.

Lead Morno

É o cliente que tem interesse, mas ainda está avaliando possibilidades.

Precisa de mais informações, tempo ou confiança para avançar.

Lead Frio

É o cliente que está em uma fase inicial de interesse.

O cliente está pesquisando, sem urgência para comprar.

Gestão de Leads

Temperatura do Lead:

A temperatura de um lead não é definitiva.



O cliente que não comprou hoje, pode ser a venda de amanhã.

Manter relacionamento e acompanhamento é fundamental.

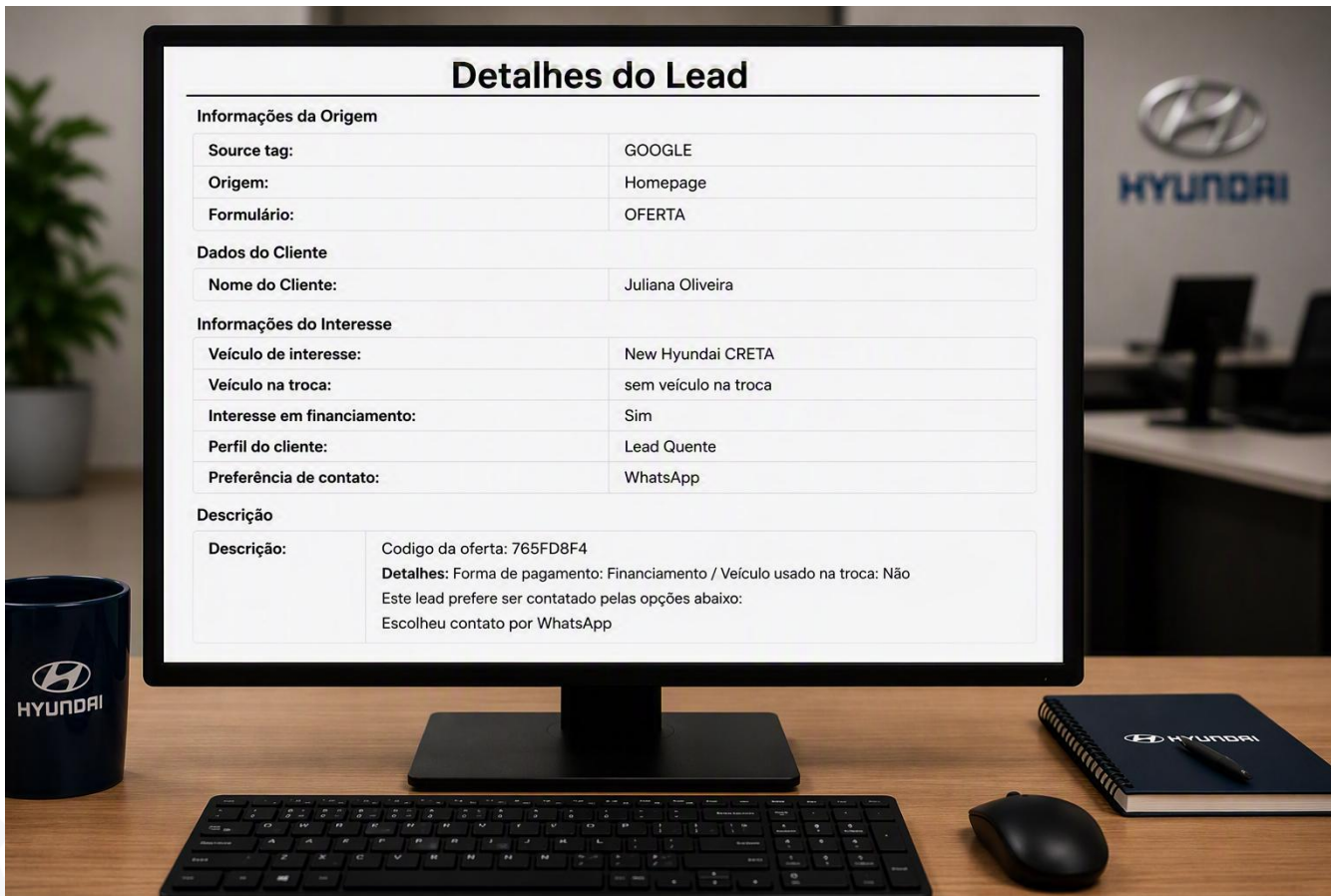
Muitas vendas nascem de um bom acompanhamento.



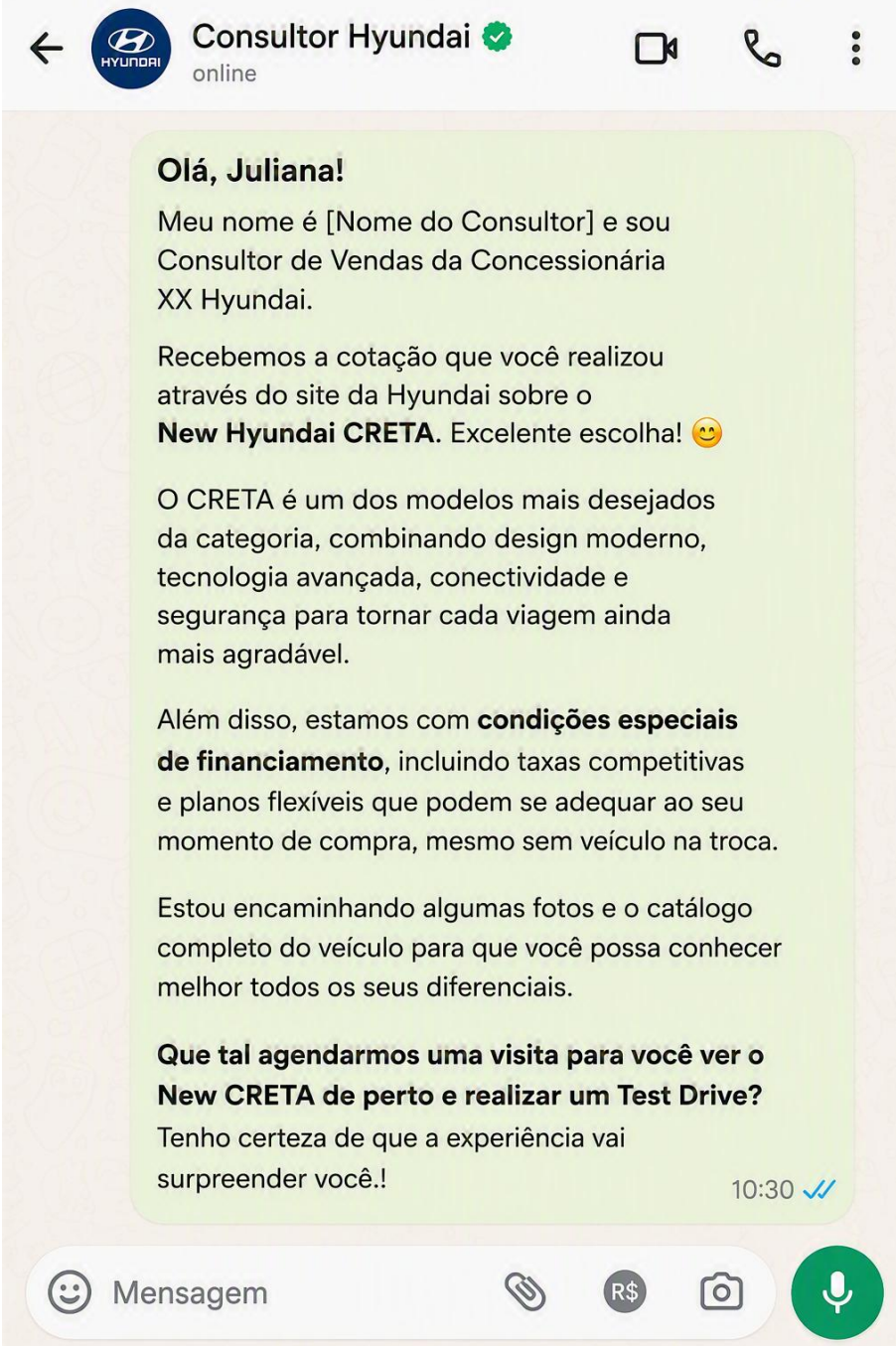
O Coordenador de Qualidade deve apoiar o Gerente de Vendas no monitoramento das tratativas e na orientação da equipe, assegurando que todos os clientes recebam atendimento e acompanhamento adequados.

Gestão de Leads

Exemplos de primeira interação com o cliente

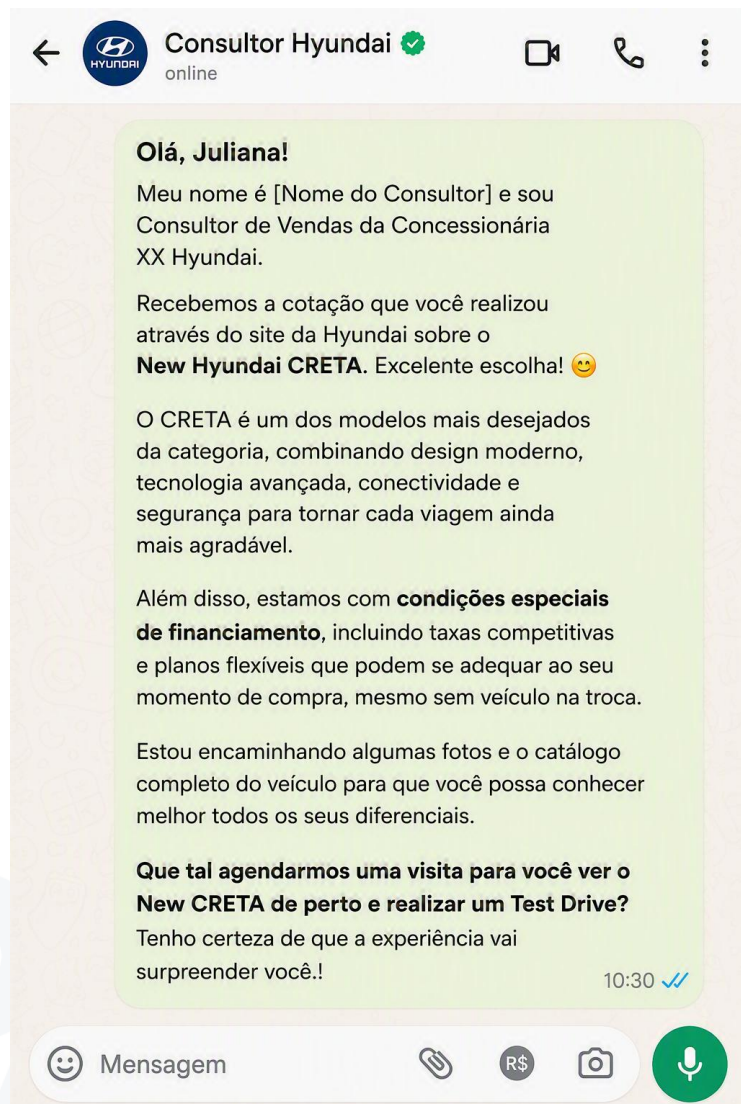


Detalhes do Lead	
Informações da Origem	
Source tag:	GOOGLE
Origem:	Homepage
Formulário:	OFERTA
Dados do Cliente	
Nome do Cliente:	Juliana Oliveira
Informações do Interesse	
Veículo de interesse:	New Hyundai CRETA
Veículo na troca:	sem veículo na troca
Interesse em financiamento:	Sim
Perfil do cliente:	Lead Quente
Preferência de contato:	WhatsApp
Descrição	
Descrição:	Codigo da oferta: 765FD8F4 Detalhes: Forma de pagamento: Financiamento / Veículo usado na troca: Não Este lead prefere ser contatado pelas opções abaixo: Escolheu contato por WhatsApp



Gestão de Leads

Exemplos de primeira interação com o cliente



- Chamou o cliente pelo nome e apresentou-se como representante da Concessionária.
- Demonstrou conhecimento sobre o interesse do cliente ao mencionar:
 - A origem da solicitação (site Hyundai);
 - O veículo de interesse;
 - Informação de que não havia veículo usado na troca;
 - As condições de pagamento mencionadas pelo cliente
- Destacou os diferenciais e tecnologias do veículo.
- Enviou materiais de apoio como fotos e catálogo.
- Convidou o cliente para a próxima etapa: Visita e Test Drive

Gestão de Leads

Utilizando a IA para interagir com o cliente

Aja como um Consultor de Vendas especialista Hyundai

- Dados do cliente: (Nome do Cliente)
- Veículo de interesse: Hyundai CRETA
- Veículo na troca: sem veículo na troca
- Interesse em financiamento
- Perfil do cliente: Lead Quente

Sua tarefa:

1. Escreva um e-mail para um cliente que envio um interesse de compra
2. Seja curto persuasivo
3. Use argumentos sobre boas condições de taxas de financiamento disponível
4. Destaque diferencial tecnologico (Bluelink, SmartSense)
5. Mencionar que na resposta personalizada ter a correlação que a solicitação foi feita pelo Click to Buy da Homepage
6. Termine com pergunta fechada para agendamento

Olá (Nome do Cliente), tudo bem?

Vi que você solicitou informações pelo Click to Buy da nossa Homepage e seu interesse no New Hyundai CRETA já chegou até mim 😊.

Temos condições especiais de financiamento, com taxas atrativas e planos flexíveis, ideais para você sair de carro novo agora, sem precisar de veículo na troca.

O CRETA se destaca pela tecnologia e conectividade, com recursos como o Bluelink e diversos sistemas de segurança que proporcionam mais praticidade, conforto e confiança ao dirigir.

Posso te receber na concessionária ou fazer uma apresentação personalizada ainda esta semana.

Gestão de Leads

Exemplo real das informações enviadas no lead

▼ Description

Descrição

Codigo da oferta: CD7DA143

Detalhes: Forma de pagamento: À vista / Veículo usado na troca: Não

Este lead prefere ser contatado pelas opções abaixo:

Escolheu contato por WhatsApp

▼ Source Information

Razão	Sales opportunity	Origem	Homepage
Level 1	Sales	Level 2	Request a quote
Level 3		Level 4	
Formulário	OFERTA	Source Tag	GOOGLE
Medium Tag	SEARCH	Content Tag	TEXT_NA_LNH_LNH_MISSAO-HYUNDAI_OPEN_SC_HOF
Campaign Tag	HMB_LNH_NA_GGL_ONG_RTL_INT_LEAD_CPL_HOF		

▼ Quote

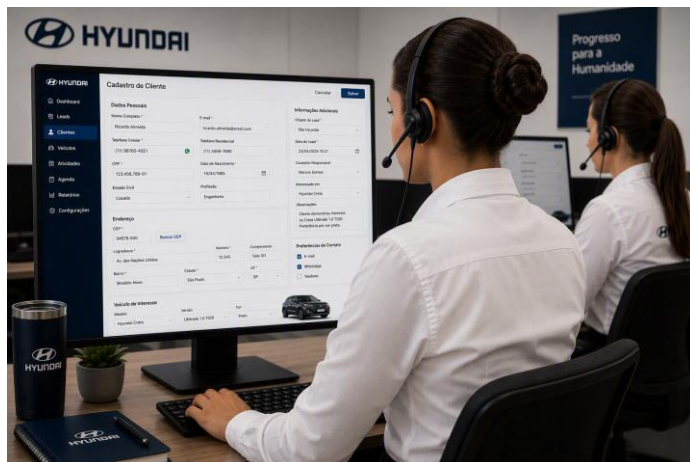
Modelo Relacionado	Hyundai I20	Intenção de substituição do veículo	
Motor / Transmissão	Motor Kappa 1.0 MT	Pagamento do Veículo Usado	☐
Versão	Limited	Financiamento	☐
Preço da versão do veículo	104990		
Cor	Lumina Gray		
Tipo de Empréstimo			
Preço da cor	1700		

Gestão de Leads

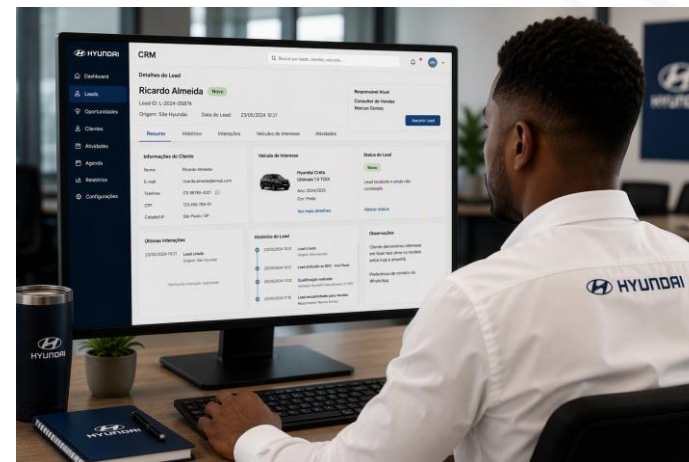
Transferência de Informações



Nenhum contato com o cliente deve começar do “zero”.



BDC recebe as
informações do formulário



Time de Vendas recebe
informações do formulário e do
BDC

myHyundaiCare

Gestão de Leads

Exemplo de transferência de informações



Lead Homepage Hyundai (Oferta).
Interessado no CRETA Ultimate.
Solicitou simulação de financiamento.
Não possui veículo na troca, pois o veículo será o segundo carro da família.
Busca informações sobre condições de pagamento.
Prefere contato via WhatsApp.
Já recebeu catálogo e fotos do veículo.
Ainda não quis agendar visita.



BDC registrou todas as informações já coletada através do formulário e do contato com o cliente.

Gestão de Leads

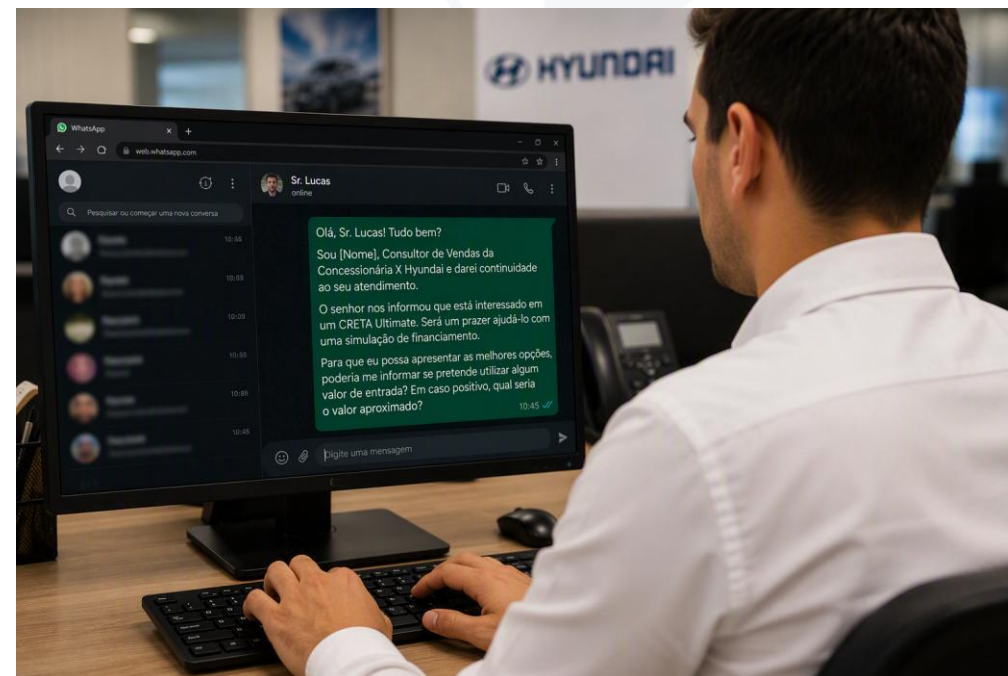
Exemplo de transferência de informações



Olá, Sr. Lucas! Tudo bem?

Sou [Nome], Consultor de Vendas da Concessionária X Hyundai e darei continuidade ao seu atendimento. O senhor nos informou que está interessado em um CRETA Ultimate. Será um prazer ajudá-lo com uma simulação de financiamento.

Para que eu possa apresentar as melhores opções, poderia me informar se pretende utilizar algum valor de entrada? Em caso positivo, qual seria o valor aproximado?



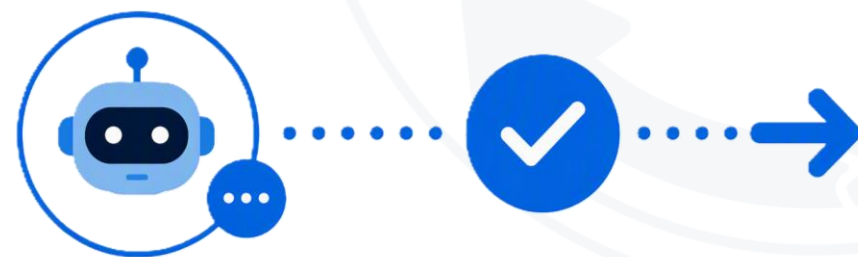
Consultor continuou o atendimento da etapa que o cliente parou.

Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead - Ponto de Atenção

Caso a concessionária utilize uma ferramenta de mensagens automáticas para o primeiro contato com o cliente, é fundamental que

ela permita a personalização das comunicações e seja monitorada continuamente, garantindo seu correto funcionamento e uma experiência de atendimento consistente.



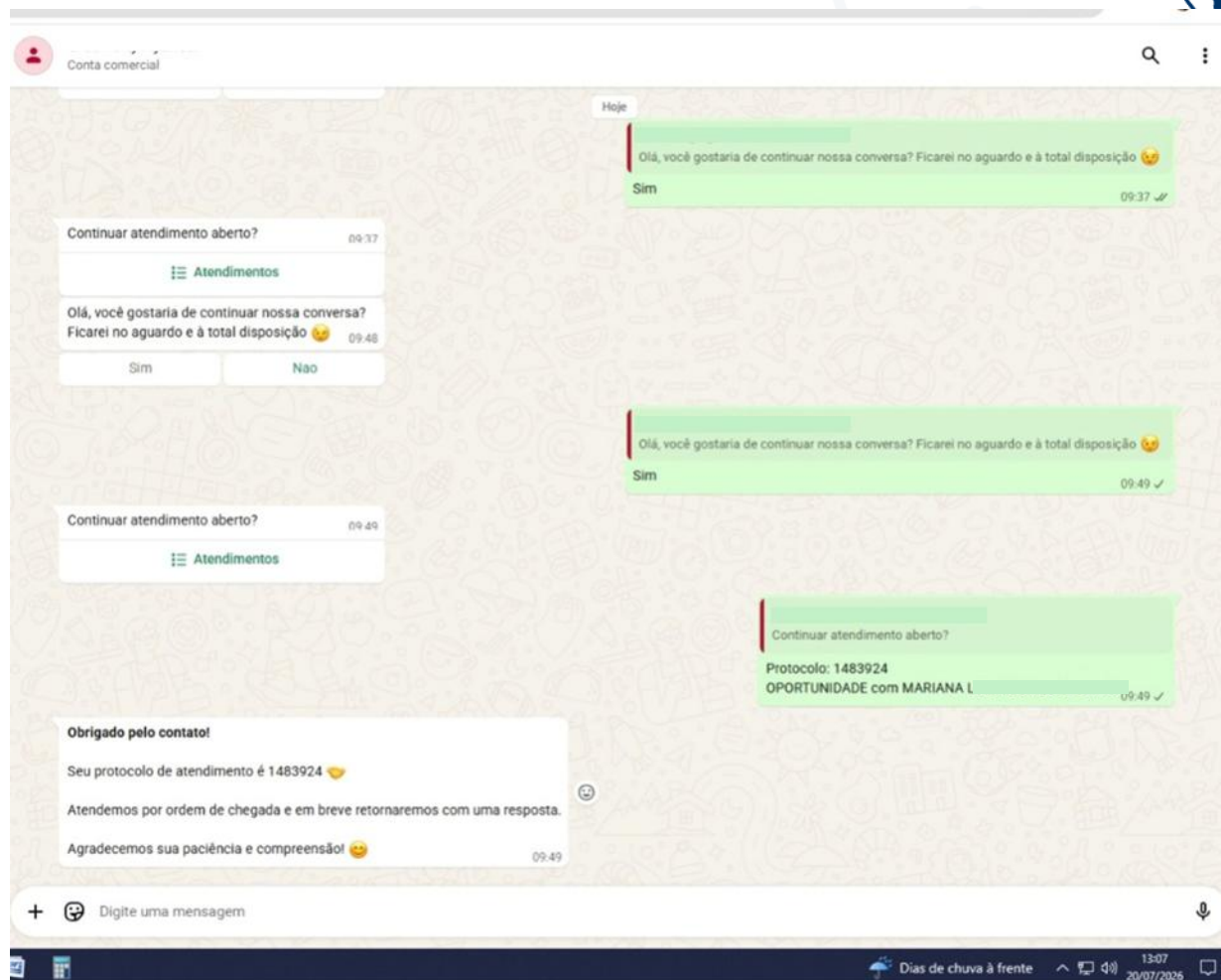
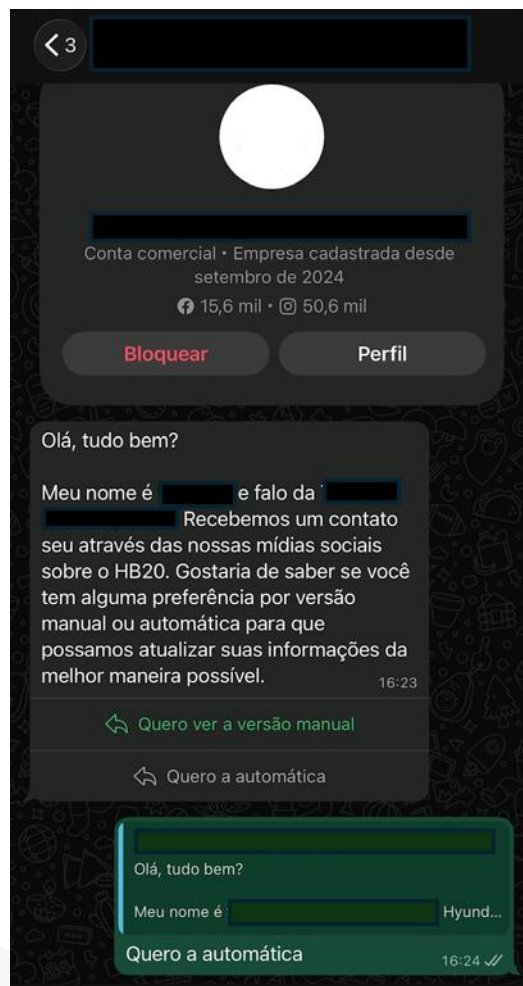
Essa pode ser uma das razões para haver muitos leads sem interações por parte dos clientes

O Coordenador de Qualidade precisa apoiar o Responsável do BDC e o Gerente de Vendas nesse monitoramento.
Realize “Cliente Oculto” e verifique constantemente o funcionamento do sistema.



Gestão de Leads

Exemplos Reais - Ponto de Atenção



Gestão de Leads



Processo de Atendimento de Lead – Follow-up e Nutrição do Lead

As conversões se concentram especialmente nos primeiros 90 dias...



Porém o Lead deve ser acompanhado enquanto houver potencial de compra.

O Coordenador de Qualidade precisa apoiar o Gerente de Vendas nesse monitoramento para que o lead não fique abandonado ou aberto sem conclusão.



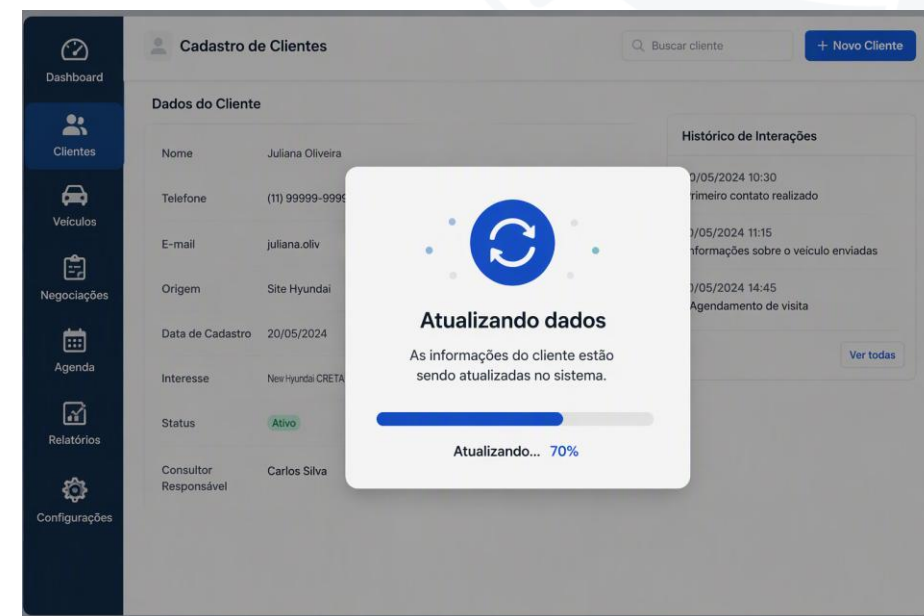
Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead - Atualização e Registros



Após cada interação, o Consultor deve registrar no CRM/DMS:

- O histórico do atendimento;
- Próximos passos da tratativa do caso;
- Temperatura atual da oportunidade.



O Coordenador de Qualidade precisa apoiar o Gerente de Vendas nesse monitoramento.



Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead – Encerramento do Lead



Temos 3 status de vendas:

Venda realizada

- Indica que a venda foi concluída com sucesso.
- Todos os registros realizados no sistema

Venda em outro CPF

- CPF do comprador diferente do CPF que abriu o lead
- Obrigatório informar o CPF do comprador

Venda não realizada

- Cliente não vai comprar

Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead – Encerramento do Lead

Razões de encerramento de um lead, sem venda:

Cliente verbalizar que não vai comprar um veículo neste momento

Após 3 tentativas de contato sem sucesso em dias, horários e canais diferentes



O Lead pode ser encerrado a qualquer momento

RAZÕES DE NÃO COMPRA	
Avaliar as razões para o insucesso nas vendas é uma abordagem crucial para melhorar a geração dos leads. Com essas informações, é possível:	
☐ Melhorar as estratégias de marketing: Modificar campanhas de acordo com feedback das concessionárias.	
☐ Aprimorar o processo de qualificação de leads: Concentrar-se nos leads que apresentam maior potencial de conversão.	
☐ Capacitar e aprimorar os treinamentos: Reconhecer oportunidades de melhoria e proporcionar treinamentos direcionados.	
☐ Ajustar mídia: Adaptar a oferta para atender de maneira mais eficiente às necessidades dos clientes.	
Ao finalizar o lead, a concessionária deve escolher a opção que melhor corresponda à razão para o encerramento.	
Razão de Não Compra	Quando Utilizar
1. Lead em duplicidade	Já existe no sistema, seja com o mesmo nome, telefone ou e-mail. Isso evita o retrabalho e garante que o histórico do cliente seja unificado.
2. Comprou o carro em outra concessionária	Informa que já adquiriu o veículo em outra concessionária da Hyundai.
3. Comprou seminovo	Comprou um carro seminovo ao invés de um 0km.
4. Desistiu da compra	Desistiu da compra por motivos como mudança de planos, questões financeiras, etc.
5. Comprou o carro na concorrência	Comprou um veículo de outra marca.
6. Interessado 0km – até 30d	Demonstraram interesse em um carro 0km e têm previsão de compra para os próximos 30 dias.
7. Interessado 0km – 2 a 3 meses	Demonstraram interesse em um carro 0km, mas têm previsão de compra para um período entre 2 e 3 meses.
8. Interessado 0km–3 meses ou +	Demonstraram interesse em um carro 0km, mas têm previsão de compra para um período superior a 3 meses.
9. Interessado Consórcio	Tem interesse em adquirir o veículo através de um consórcio, utilize esta opção.
10. Interessado PCD	Se enquadram nos critérios de Pessoa com Deficiência (PcD) e têm interesse em adquirir um veículo com os benefícios específicos.
11. Interessado Seminovo	Demonstraram interesse em um carro seminovo.
12. Já Comprou	Informou que já comprou o veículo (novo ou seminovo).
13. Sem dados de contato	Não há informações suficientes para entrar em contato com o lead, como: telefone ou e-mail.
14. Cliente não encontrado	Dados de contato do cliente estão incorretos ou ele não pode ser encontrado e/ou contatado.
15. Cliente não interessado	Expressou claramente que não tem interesse em adquirir um veículo no momento.
16. Condições de pagamento não agradaram	Desistiu da compra devido a não concordar com as condições de pagamento oferecidas.
17. Financiamento não aprovado	O financiamento foi negado.
18. Valor do veículo	Desistiu da compra devido ao valor do veículo não se encaixar em seu orçamento.

Copyright © Hyundai Motor Brasil. Todos os direitos reservados

O Coordenador de Qualidade precisa apoiar o Gerente de Vendas nesse monitoramento e orientações para a equipe.



Gestão de Leads

Processo de Atendimento de Lead



PROCESSO DE ATENDIMENTO AO LEAD HYUNDAI - FASE 1
Para as responsabilidades pelo atendimento do Lead: Gerente de Vendas, Consultor de Vendas e Atendimento BDC

1.1 IDENTIFICAR A ORIGEM DO LEAD

Identificar quais são as origens do Lead, em seu DMS através dos campos: "Origem", "Source Tag" e "Form".

- CRM HMB: Lead foi gerado pela Hyundai e deve ter uma abordagem de contato específica, pois não foi gerado pelo cliente. (Tem alto potencial de conversão em vendas após a avaliação do momento de compra do cliente)
- Lead Hyundai/Dealer: Lead gerado pelo cliente e deve ser respondido de forma personalizada e com rapidez.

Leads que "buscaram" a Hyundai?

- Google Search
- Marketplace Livre
- Organismo ou sem tag de mídia

Leads que "a Hyundai buscou/prospectou"

- Click To Buy
- Condição Demônio
- Condição Venda Direta
- CRM HMB
- Facebook
- Google Display
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter
- WhatsApp
- YouTube
- Site
- Test Drive

Leads "Origem" ou sem origem, são leads gerados pelo cliente sem possibilidade de identificar a origem da mídia. Se não for possível encontrar a origem em seu CRM/DMS, deve ser chamado para solicitar.

1.2 CHECAR AS INFORMAÇÕES DO LEAD

Temperatura do Lead?

- Quente
- Frio
- Leads gerados pelo site
- Leads gerados por uma identificação manual em Monitoramento

Verificar dados:

- Modelo
- Cor
- Motorização
- Valor da entrada
- Valor da parcela
- Valor da parcela (By Autovistor)
- Qualquer informação adicional informada pelo cliente no momento da geração do lead
- E-mail
- Telefone
- Viber
- WhatsApp

1.3 INTERAGIR COM O LEAD

Após as etapas 1.1 e 1.2, preparar um contato personalizado. Não deve solicitar ao cliente informações que já foram enviadas e sim confirmá-las.

- Utilizar sempre o canal de contato selecionado pelo cliente (E-mail, WhatsApp, ou Vídeo-Chat).
- Seja sempre o canal de contato selecionado pelo cliente (E-mail, WhatsApp, ou Vídeo-Chat).
- Seja sempre o canal de contato selecionado pelo cliente (E-mail, WhatsApp, ou Vídeo-Chat).

1.4 CONFIRMAR A TEMPERATURA DO LEAD (APÓS O 1º CONTATO)

Quente: Se o cliente pretende comprar em até 30 dias;
Frio: Se o cliente pretende comprar entre 30 e 60 dias ou tem dúvidas quanto ao prazo;
Muito Frio: Se o cliente pretende comprar entre 60 e 90 dias ou não sabe dizer quando;
Atualizar a temperatura em seu sistema (DMS/CRM) com base na análise para planejar os próximos passos, de acordo com o prazo de cada temperatura. Lembre-se: todo lead "Frio" chegará ao "Quente" através do seu acompanhamento.

O LEAD HYUNDAI - FASE 2

NO LEAD DE ACORDO COM A TEMPERATURA

Interação com o lead:
em até 12 vezes no máximo, dentro da janela de 90 dias: (1 interação por

MONITORAMENTO

- Monitorar o cliente com conteúdo relevante, detalhe informação do modelo e preço
- Responda e escolha um modelo a sua medida
- Monitore o cliente a visitar a concessionária (faça um test drive)
- Ofereça facilidades de pagamento (financiamento, troca)

INTERAÇÃO A VISITA

- São interações mais elaboradas, com até 6 minutos para preparar a visita
- São interações mais assertivas, pois a mensagem é crucial para fechar o negócio. Gaste até 15 minutos para elaborar a visita

AGENDAR A VISITA

Recordar em visitar a concessionária, agendar a data e atualizar o CRM (fluxo de vendas da concessionária (home e endereço) e a confirmação da data e horário da visita).

GERENCIAR A VISITA

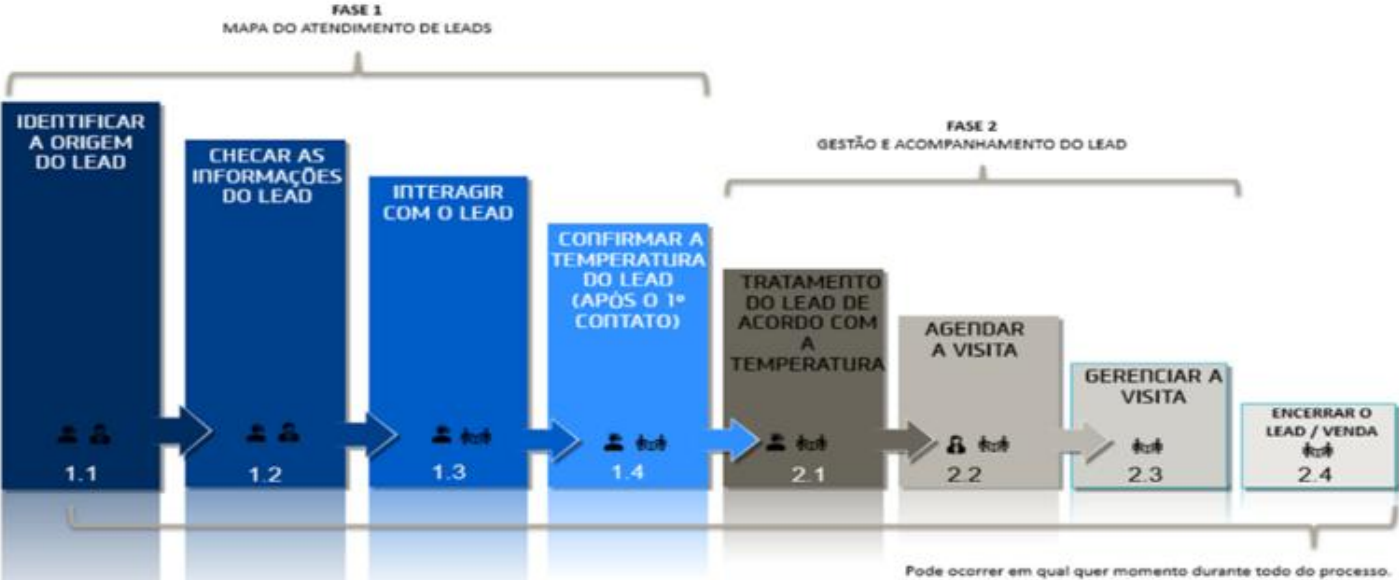
horário de visita e informações do cliente. Para uma recepção personalizada, presencial deve continuar o atendimento online, prepare toda apresentação do veículo Hyundai.

FECHAR O LEAD / VENDA

processo (compra ou não) ou outro status, PP diferente do lead, a Hyundai já disponibiliza um campo para atualizar o CPF do interagir (Dealer Portal - Comunicado de Mkt).

Atualizar o lead só deve ser encerrado se o cliente verbalizar que não vai comprar o carro ou o cliente não der nenhum retorno depois de 3 tentativas de contato, por isso, direto com o cliente registrado em sua ferramenta de gestão de leads;

Este etapa pode ser realizada a qualquer momento de acordo com os retornos do cliente durante toda a fase de compra de até 90 dias.





Conferência
Regional de

Pós-Venda



Relatórios Self BI

myHyundaiCare

Gestão de Leads

Sistema Self BI

Portal da Hyundai em que são concentrados os relatórios de análise para a Gestão de Leads.

The screenshot shows a login interface for "self.bi". It features a white card with rounded corners on a blue and green background. The card has the "self.bi" logo at the top, followed by "Email Address" and a text input field containing "ana.gardin@hyundai-brasil.com". Below that is "Password" and a text input field with masked characters and a toggle eye icon. A blue "Login" button is positioned to the right of the password field, and a "Forgot Password?" link is at the bottom.

Todos os Coordenadores de Qualidade também devem ter acesso.

Caso você ainda não tenha, solicite ao seu Consultor Regional ou diretamente ao time de Marketing.



Gestão de Leads

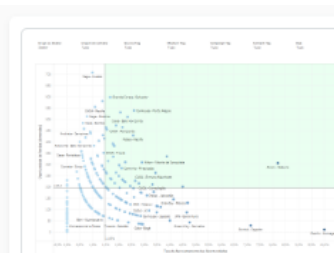
Relatórios Self BI



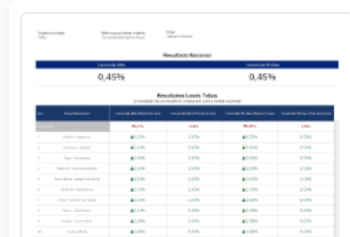
1. Funil de Gestão Leads



2. Tempo de Resposta



3. Comparativo de Aproveitamento de Oportunidades



4. Ranking Dealer Performance



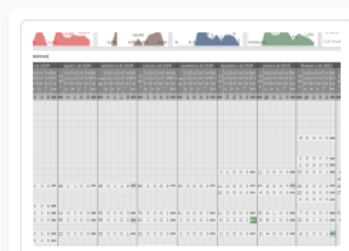
5. Dealer Detalhamento



6. Overview



7. Participação dos Leads nas Vendas - Concessionárias



8. Distribuição de Leads por Consultor de Venda -

Gestão de Leads

Importância do apontamento das informações no sistemas



O Self BI reflete as informações apontadas pela concessionária no CRM/DMS;



Quando as informações não são registradas, os relatórios ficam incompletos



O apontamento correto apoia a gestão, a previsibilidade e a correção de processo.



A qualidade do dado depende da qualidade da rotina de registro da equipe



Apontamento correto não é burocracia: é a base para uma gestão mais precisa.

Caso a informação esteja corretamente registrada no DMS, mas não seja refletida no Self BI é necessário acionar o CRM/DMS para verificação.



FUNIL DE VENDAS



Gestão de Leads

Funil 1 e 2 – O que eles mostram na prática



Funil 1



- Demonstra leads recebidos, visitas agendadas, visitas realizadas e vendas.
- **Ajuda a identificar em que ponto a jornada do cliente foi interrompida.**
- **Também apoia previsibilidade de showroom e projeção de vendas.**

Funil 2



- Validador do funil 1
- Ajuda a identificar divergências.
- Cruza informações por CPF.
- Evidencia etapas que podem não ter sido apontadas corretamente.

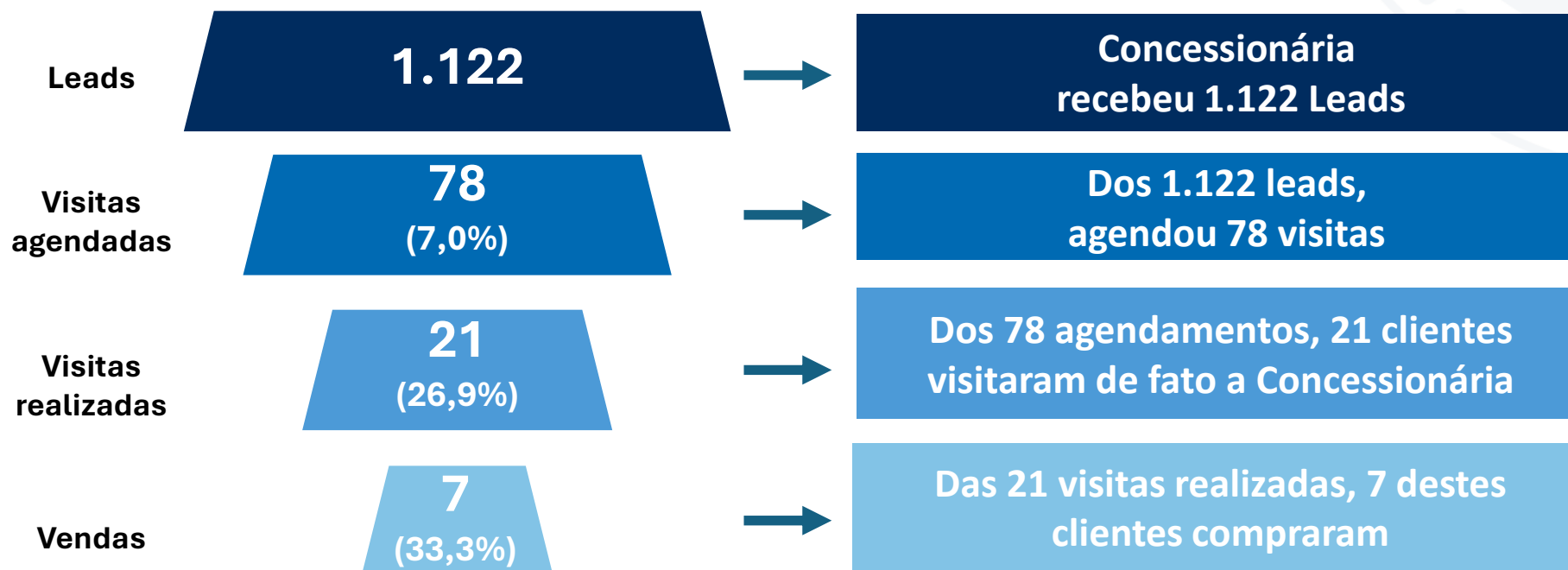
O Funil revela o caminho percorrido pelo cliente e indica onde agir para melhorar a conversão.

Gestão de Leads

Funil 1 – Significado de cada informação



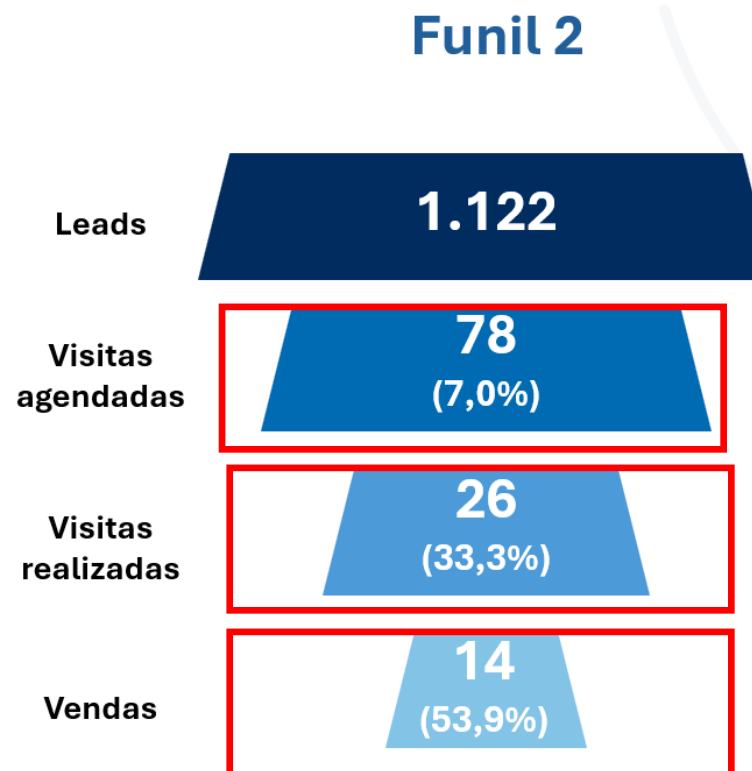
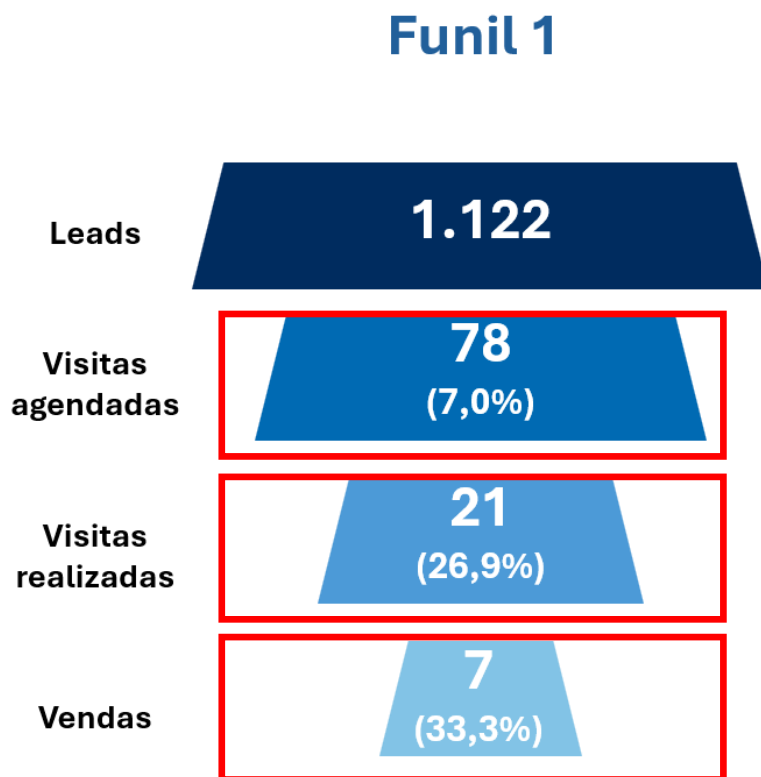
Os Steps do Funil são dependentes da conclusão da etapa anterior



Para aparecer uma venda no final do funil, todos os processos anteriores precisam ter sido apontados no sistema.

Gestão de Leads

Funil 1 e Funil 2 – O que percebemos de oportunidade de melhoria?



METAS
Mín. e Objetivo

10% a 20%

20% a 40%

30% a 60%

- Não foi realizado o apontamento/registro no sistema CRM/DMS pela equipe da Concessionária

Ação: Necessário checar como está o processo de registro no sistema CRM/DMS

- Está agendando poucos clientes e perdendo muitas oportunidades

Ação: Necessário checar o processo de agendamento



Gestão de Leads

Funil de Vendas – Como visualizar mais informações do protocolo



Region	Grupo	Area Operacional	Dealer Comercial Name	Leads Dinâmico	Visitas Agendadas Dinâmico	Taxa de Agendamento	Visitas Realizada	Tx.Visita Realizada (agenda..	Tx.Visita Realizada (leads)	Venda	Conversão de Vendas (visitas)	Conversão de Vendas (lead)	Vendas Totais	Conversão de Vendas (leads)
Total geral				741	98	13,2%	22,0	22,4%	3,0%	7	31,8%	0,94%	10	1,3%
Região	Grupo	OPA	Nome da Concessionária	741	98	13,2%	22,0	22,4%	3,0%	7	31,8%	0,94%	10	1,3%

- Nome do último Consultor que interagiu com o Leads
(se estiver anotado NULL é porque esse lead ainda não teve interação de ninguém)
- Número de protocolo
- Status do Lead
- Razão de encerramento apontado pela Concessionária no momento do encerramento do lead
- Data de abertura do Lead

Gestão de Leads

Tabela Completa - Funil de Vendas

Region	Grupo	Area Operacional	Dealer Comercial Name 	Sales Name	Protocol	salesStatus	lostreason	Open Dt (cópia)	Leads Di..	Visitas Ag..	Taxa de Ag..	Visitas Re..	Tx. Visita ..	Tx. Visita ..	Ve..	Conversã..	Conversã..	Vendas To..	Conversã..
Sigla da Região	Nome do Grupo	Nome da OPA	Nome da Concessionária 	Carlos Braga	HMB00024..	Em Aberto	sem classifi..	09/03/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00024..	Em Aberto	sem classifi..	10/03/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00025..	Em Aberto	sem classifi..	13/03/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00025..	Em Aberto	sem classifi..	24/03/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00025..	Em Aberto	sem classifi..	24/03/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00029..	Em Aberto	sem classifi..	30/06/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00029..	Em Aberto	sem classifi..	01/07/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00030..	Em Aberto	sem classifi..	04/07/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00030..	Em Aberto	sem classifi..	10/07/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00030..	Em Aberto	sem classifi..	14/07/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00030..	Em Aberto	sem classifi..	21/07/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
				Livia Pinheiro	HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	04/01/2026	1	1	##	0	##	##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	08/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	09/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	10/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	11/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	11/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	12/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##
					HMB00021..	Em Aberto	sem classifi..	13/01/2026	1	0	##	0		##	0		##	0	##

Gestão de Leads

Funil de Vendas – Baixar tabela para um excel



1. Funil de Gestão Leads

Meio de Funil 1 Meio de Funil 2 Meio de Funil 3 (Showroom) Tabela Meio Funil Meio do Funil (new) Ranking Conversão em Vendas Resultado Funil p

Exibição: Original Salvar exibição personali...

Escolher um formato para baixar

Hyundai Meio do Funil

Última atualização: 30/07/2026 04:31:42
Máx Open_dt: 29/07/2026

Parâmetros Globais

Período	Open Dt	Visit Sched	Visit Conduct	Sales Dt	Status Venda	Parâmetro Leads	Origem de contato	Venda outro CPF
(Valores múltipl...)	01/01/202 29/07/202	24/10/202 30/11/202	13/11/202 29/07/202	03/01/202 29/07/202	Venda mesmo gr...	Leads Únicos	(Tudo)	(Tudo)

Level2	Origin	Source Tag	Form	Campaign Tag	Predictive Temp	Related Model	Quote Version	Certificação	Negativação de ...
Test drive	crm-hmb	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)

Sales Division	Opa	Area Operacio...	Grupo	Dealer Comer...	Region	Regiao Mkt	DMS	Person Code	Sales Name	Sales Status	Lost Reason
SÃO PAULO	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Valores m...	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)	(Tudo)

Id Contato Siebel Protocol

Nota1: A informação neste Dashboard é vinculado ao primeiro step do funil de conversão de lead. Ex: A visita é contabilizada criada...

Nota2: O resultado do funil é a soma de todas as vendas realizadas...

Gestão de Leads

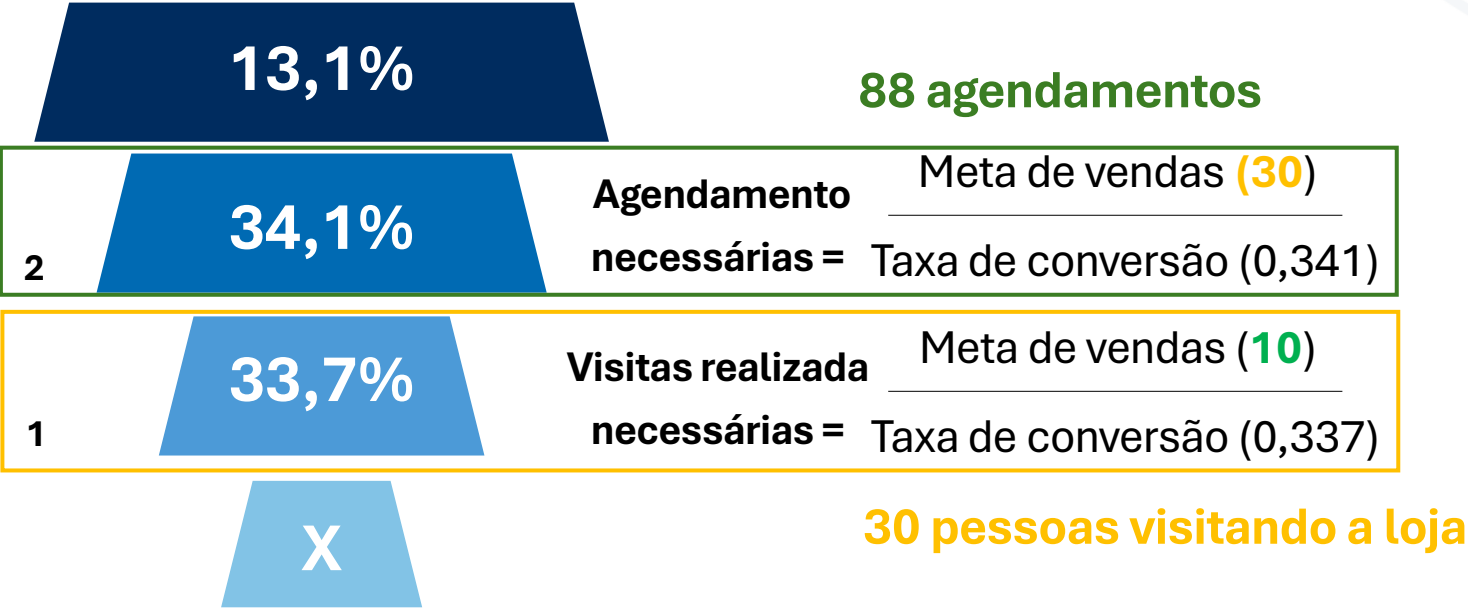
Funil como ferramenta de Vendas



Projeção de Vendas
(Meta 10 veículos)



Análise do funil inverso.



Sem os apontamentos no sistema, não é possível realizar análises mais profundas dos indicadores

Gestão de Leads

Venda perdida



Análise de **vendas perdidas**



Clientes que abriram leads em sua Concessionária, mas compraram em outra Concessionária Hyundai.

Status Venda

Venda fora grupo

Venda próprio Dealer

Venda outro Dealer

Venda fora grupo

Venda mesmo grupo

Venda total

Region	Grupo	Area Operacional	Dealer Comercial Name	Sales Name	Protocol	Leads Dinâmico	Visitas Agenda das Di..	Taxa de Agenda mento	Visitas Realiza da	Tx. Visita Realiz..	Tx.Visita a Realiz.. da (le..	Venda	Convers ão de V endas ..	Convers ão de Venda..	Vendas Totais	Convers ão de V endas ..
Total geral						213	10	4,7%	4,0	40,0%	1,9%	0	0,0%	0,00%	2	0,9%

Entender os motivos da não compra gera oportunidades para melhorar resultados futuros.



Gestão de Leads

Relatório Tempo de Resposta



Validar a quantidade de leads enviado pela Montadora.

Identificar leads não coletados pelo CRM/DMS da Concessionária

Identificar leads em que a Hyundai não recebeu nenhuma resposta/interação.

Identificar se todos os leads respondidos dentro do prazo;

2. Tempo de Resposta

HYUNDAI				
Data de Atualização: 08/07/2026 02:40:46				
Ano e Mês Julho de 2026	Região HIMS (Tudo)	Grupo Cotação (Tudo)	Temperatura (Tudo)	Ações e Respostas - Leads não coletados: entrar em contato com o DMS - Leads respondidos que não constam resposta: entrar em contato com o DMS e Suporte API HIMS - suporte.api@hyundai-brasil.com - Períodos regionais já não desconsiderados de contagem - Leads que precisam ser desconsiderados, avisar o consultor da região
Data Lead 04/07/2026 07/07/2026	Área Operacional (Tudo)	Declarar (Tudo)	Ops (Tudo)	
Related Model (Tudo)	DMS NULL	Origem (Vários múltiplos)	Form (Cotação Seminova)	Vende outro CPF (Tudo)
Leads	Response total leads	90 Responses	90 Leads sem resposta	
18.905	16.440	87%	13,04%	
Share 3h	Share 12h	Share até 24h	Share 48h	
66,76%	78,25%	80,12%	86,28%	
coletados	não coletados	Sem Resposta Total	Sem Resposta (desconsiderando leads duplicados)	Leads com respostas (Acima 48h)
18.809	96	2.465	2.131	170

Lembrando que o site é atualizado 1 vez ao dia.

Gestão de Leads

Relatório Tempo de Resposta



Leads não coletados

Acionar o suporte do DMS para correção da integração.

Leads sem tratativa

Acionar a equipe BDC para verificação e início da tratativa com o cliente.

Resposta acima de 48h

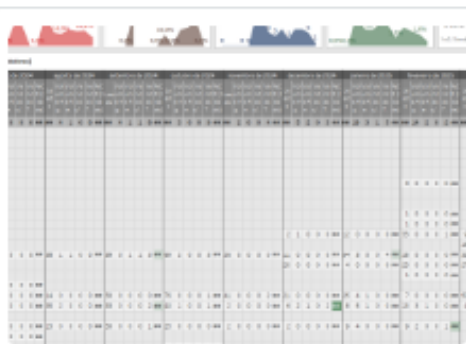
Entender os motivos do atraso e ajustar a rotina.

Coordenador deve auxiliar o Gerente de Vendas e Responsável BDC no monitoramento desses indicadores e no acionamento dos responsáveis para solução de situações identificadas.



Gestão de Leads

Distribuição dos Leads



8. Distribuição de Leads por
Consultor de Venda -

**Os dados ajudam a
identificar desequilíbrios na
distribuição de leads e
oportunidades de apoio
para melhorar os resultados
da equipe**



- ✓ Como os leads estão sendo distribuídos entre a equipe.
- ✓ Como os resultados e as conversões estão evoluindo ao longo do tempo.
- ✓ A aderência aos processos e a consistência dos registros realizados.
- ✓ Oportunidades de apoio, treinamento e acompanhamento para fortalecer os resultados.
- ✓ Possíveis desequilíbrios na distribuição de atividades e na carga de trabalho.
- ✓ Necessidades de ajustes nos processos para aumentar a eficiência operacional.

Gestão de Leads

Distribuição dos Leads



**Distribuição de
Leads é
estratégia**

- Quem agenda mais?
- Quem converte mais?
- Quem tem mais facilidade de trabalhar com leads?
- Quem deve receber mais e menos leads?
- Quem precisa de mais acompanhamento/treinamento?
- Onde onde estão os gargalos da operação?
- Temos concentração de Leads em alguma pessoa?
- Temos muitos leads “parados” no time de BDC?

**A distribuição
deve ser orientada
por indicadores de
desempenho.**

**Distribuir leads sem
critérios pode
comprometer as
conversões.**



myHyundaiCare

Gestão de Leads

Distribuição dos Leads



**Concentração excessiva de lead
em colaboradores**
(Máximo 100 leads por pessoa,
por mês)

Reunir todos os responsáveis para análise das informações e identificar as ações necessárias.

**Colaboradores com baixa
conversão de leads**

Conversar com o Gerente de Vendas e entender as ações necessárias.

**Muitos leads concentrados no
time BDC**

Entender, com o responsável pelo BDC, como aumentar a vazão de leads para o time de Vendas e melhorar o aproveitamento das oportunidades.

Gestão de Leads

Verbalizações Clientes - Pesquisa Leads



“Mais velocidade no contato com o cliente, demoraram 4 dias pra fazer o primeiro contato! Perdi o interesse no dia seguinte.”



Tempo de Resposta

“Na verdade ninguém entrou em contato, creio que não há interesse em vendas.”



Falta de Interação

“Um vendedor mais atencioso, mais calmo pra atender, achei muito acelerado quem me atendeu.”



Não atendeu conforme temperatura do lead

Gestão de Leads

Resultado - Pesquisa Leads



“Não recebi sequer convite para fazer Test Drive no carro.”



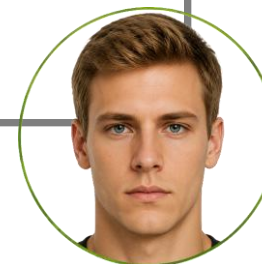
Não propôs para o cliente a próxima etapa

“Vendedor desinteressado em me atender e me deixou sem respostas no WhatsApp.”



Abandonou o cliente

“Os atendentes me chamam e deixam no vácuo.”



Não prosseguiu na interação com o Leads

Gestão de Leads

Cadastro Portal de Treinamento



**Responsável
BDC**

**Responsável pela Operação
do BDC e da gestão dos
leads**

**Atendimento
Leads (BDC)**

**Responsável pelo
atendimento ao cliente**

A função “atendimento do cliente” será desativada em breve.

Gestão de Leads

Resumo das Responsabilidades do Coordenador de Qualidade:

- Garantir a execução correta dos processos de Leads pelas equipes.
- Apoiar o BDC, Vendas e a Gestão da Concessionária.
- Monitorar a experiência do cliente para que todos recebam atendimento adequado.
- Monitorar resultados e indicadores de leads no Self BI.
- Garantir a qualidade e a consistência dos dados entre os sistemas.
- Identificar oportunidades de melhoria e apoiar a criação de planos de ação.
- Manter os cadastros atualizados no Portal de Treinamento.

Gestão de Leads

Manual Self BI



Guia de Usuário

Versão 1 – junho de 2026

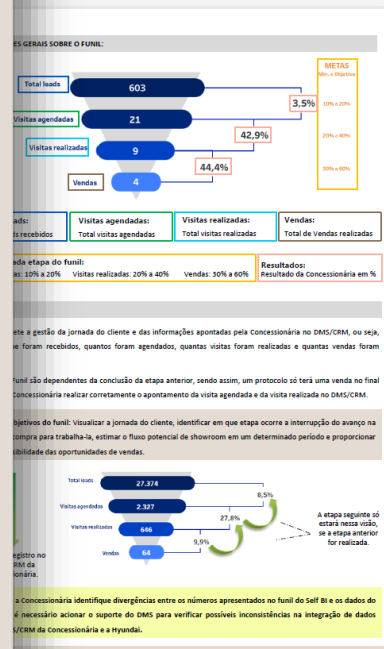
Gestão de Leads

Relatórios Self BI



Copyright © Hyundai Motor Brasil. Todos os direitos reservados

Manual do Self BI traz explicações completas sobre cada relatório disponível e como utilizar cada um deles.



Manual está disponível no Dealer Portal e na Biblioteca do Portal de Treinamento

Realize a leitura!!!

myHyundaiCare

Gestão de Leads

BDC 8.0 Hyundai Gestão de Leads



Pílula de Leads

Comunicados
Infográficos
Manuais
Materiais de Apoio
Mídias

BIBLIOTECA

Pílulas
Acesso:

- Biblioteca
- Pílulas
- Faça o download da pasta
- Clique em pílula leads 2025

Clique aqui
para acessar o conteúdo do portal

<https://www.treinamentohyundai.com.br/mod/folder/view.php?id=1949>

Link:
Comunicação: PÍLULAS

Lives de Gestão de Leads

https://www.treinamentohyundai.com.br/course/view.php?id=499

> Treinamentos > (oculta) > Materiais

Materiais

PROFESSOR
Centro de Treinamento HMB

Expandir tudo

Conteúdos Hyundai para Consulta

▼ GESTÃO DE LEADS

Segue abaixo, compilado dos materiais do Centro de Treinamento Hyundai sobre o tema: **Gestão de Leads**

Os Materiais que possuem na descrição a observação de "Graduado" ou "Certified" com o mesmo título, referem-se ao mesmo conteúdo. Só estão em Níveis diferentes dentro da Trilha de Desenvolvimento referente a cada função.

Link:
Curso: Materiais

Atendimento para Leads



CRO Especialista
Rogerio Siqueira

rogerio.siqueira@hyundai-brasil.com

(11) 97179-2612

Atendimento: Grupo CAO A



CRO Analista
Carolina Gardin

ana.gardin@hyundai-brasil.com

(11) 96859-0584

Atendimento Regiões: São Paulo, Nordeste e Centro Oeste
BRA1, BRA2, BRA3, REC1, REC2, REC3, SP1, SP2, SP3, SP4 e SP5



CRO Analista
Ligia Manchini

ligia.manchini@hyundai-brasil.com

(11) 96394-9066

Atendimento Regiões: Sul e Sudeste
BH1, BH2, CUR1, CUR 2, POA, RJ 1 e RJ 2.



Obrigado(a)!