



**CONDUZINDO O FUTURO DA
ELETRIFICAÇÃO NO BRASIL**



Evolução da eletrificação no mundo e no Brasil



Produção e cadeia de suprimentos



Perspectivas de investimentos e infraestrutura

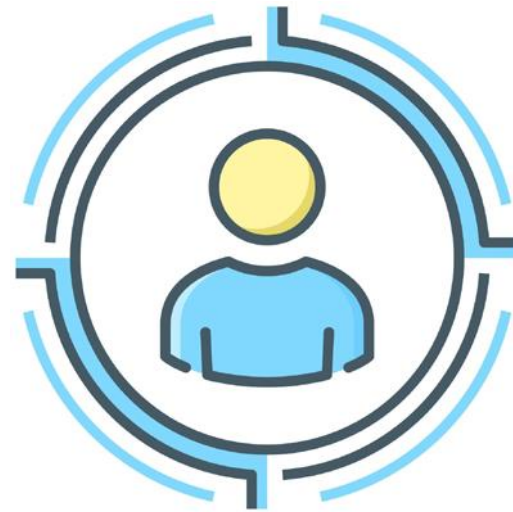


Desafios para o mercado brasileiro frente a eletrificação



ANFAVEA

Conduzindo o futuro da eletrificação no Brasil





ANFAVEA

Conduzindo o futuro da eletrificação no Brasil



strategy&
Part of the PwC network

Home > Reports > 2007-2014 > Building a customer-centric operat

THOUGHT LEADERSHIP

Building a customer-centric operating model

Aligning segments, products, and channels

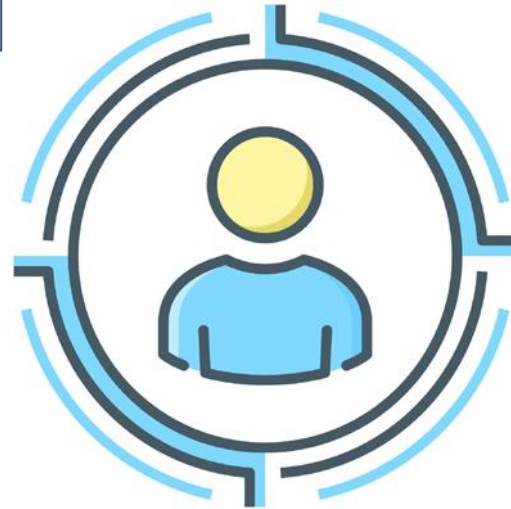
MIT Technology Review [SUBSCRIBE](#)

Modernizing the automotive industry: Creating a seamless customer experience

As digital modernization drives more intelligent vehicles, traditional OEMs are using advanced technologies to keep pace with business needs while balancing governance

KEARNEY

Delivering a superior automotive customer experience in developing markets



KPMG

Customer first

Building a trusted and connected customer experience in China

Aftermarket | Market research

Ernst & Young report: Future of automotive retail - Shifting from transactional to customer centric

McKinsey & Company [Sign In](#) | [Subscribe](#)

The new key to automotive success: Put customer experience in the driver's seat

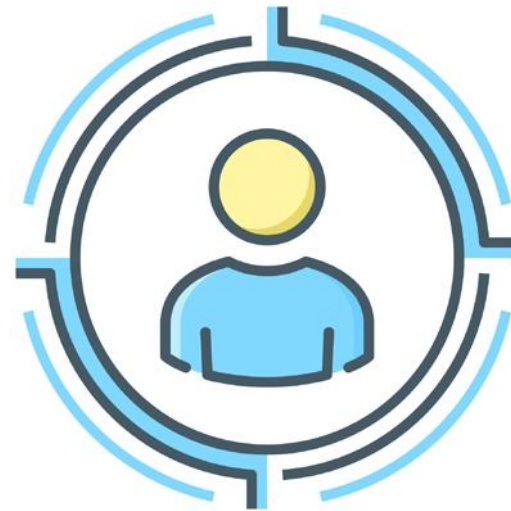


ANFAVEA

Conduzindo o futuro da eletrificação no Brasil



“Consumidores são motivados não só por **fatores utilitários (*)**, que incluem a **eficiência** e o **custo** do produto (BABIN et al., 1994; KIM, 2006), mas também pelo **desejo** de satisfazer suas **necessidades hedônicas (**)** em relação ao objeto adquirido (ARNOLD; REYNOLDS, 2003; O’BRIEN, 2010)”



“As pessoas compram “coisas” não só pelo que **podem fazer**, mas também pelo que **podem significar** (LEVY, 1959)”

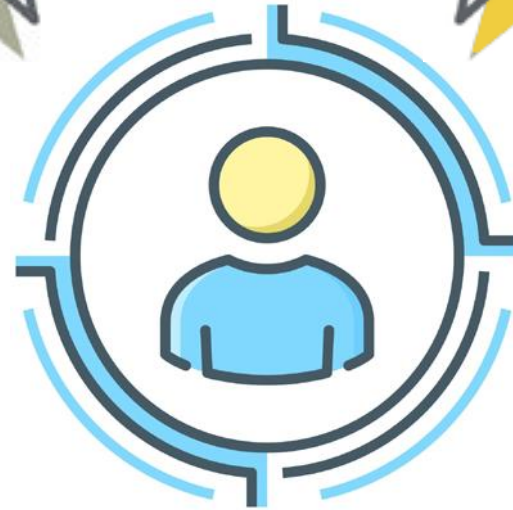
“O automóvel propicia ao seu dono atributos na forma de **valores** que lhe conferem status e notoriedade social perante um grupo (BELK, 2004)”

(*) Hedonista (do Grego “prazer” ou “vontade”)

(**) Utilitária (bem material útil ao comprador)

Necessidade

“Consumidores são motivados não só por **fatores utilitários (*)**, que incluem a **eficiência** e o **custo** do produto (BABIN et al., 1994; KIM, 2006), mas também pelo **desejo** de satisfazer suas **necessidades hedônicas (**)** em relação ao objeto adquirido (ARNOLD; REYNOLDS, 2003; O'BRIEN, 2010)”



Desejo

“As pessoas compram “coisas” não só pelo que **podem fazer**, mas também pelo que **podem significar** (LEVY, 1959)”

“O automóvel propicia ao seu dono atributos na forma de **valores** que lhe conferem status e notoriedade social perante um grupo (BELK, 2004)”

(*) Hedonista (do Grego “prazer” ou “vontade”)

(**) Utilitária (bem material útil ao comprador)



ANFAVEA

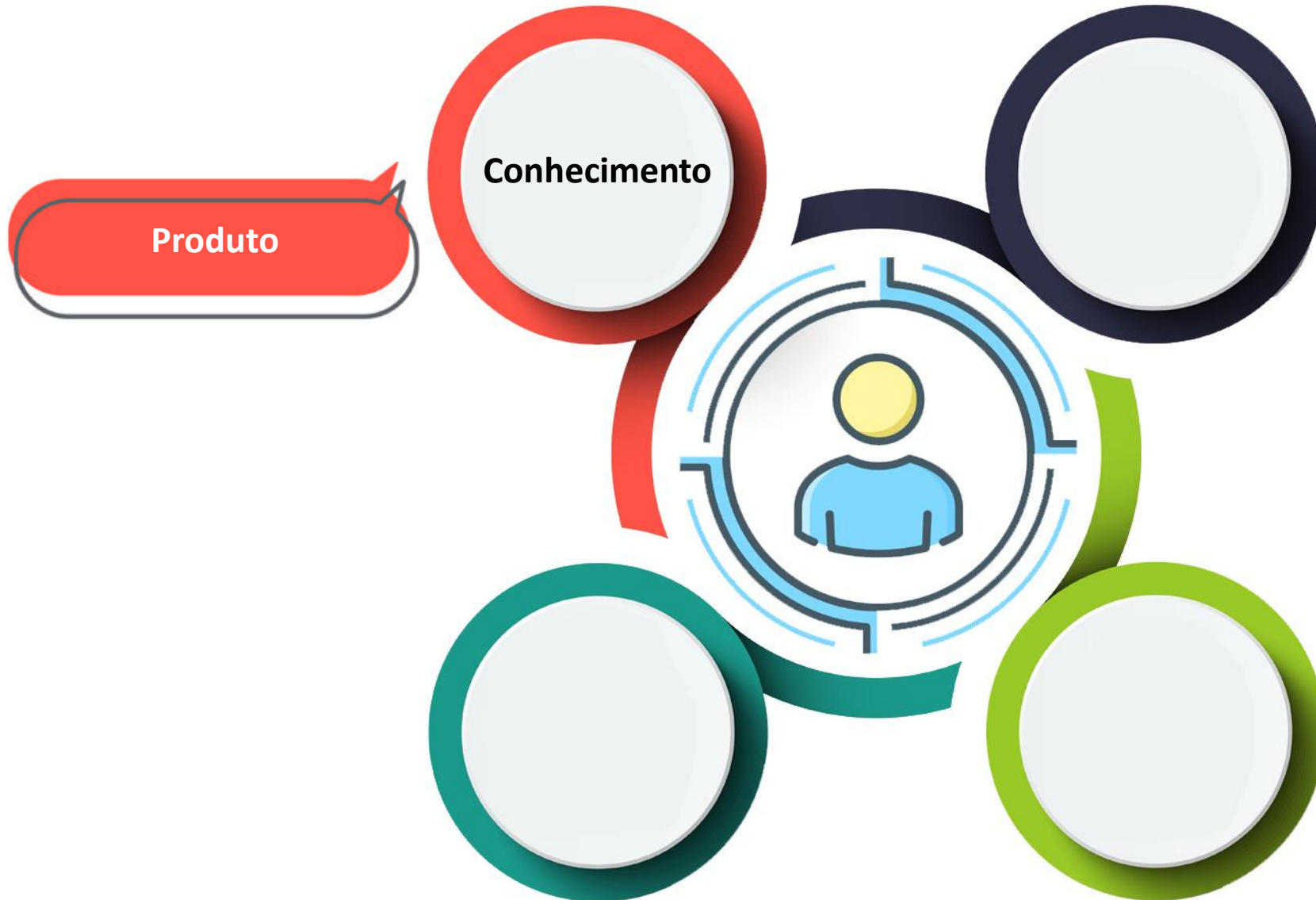
Conduzindo o futuro da eletrificação no Brasil





ANFAVEA

Conduzindo o futuro da eletrificação no Brasil











Grato pela atenção!

Ricardo Bacellar

Advisory Board Member – Automotive & Mobility

bacellar-ricardo@hotmail.com

(21) 98833-3000

www.linkedin.com/in/bacellar