

# Kasinski aposta no mercado cearense

FIQUE POR DENTRO

## Nordeste e interior de São Paulo em foco

Abocanhar uma fatia do mercado nordestino é o próximo passo da Kasinski, que conseguiu aumentar muito o número de revendas ano passado, passando de 39, no final de 2006, para 72 em 2007. O foco da expansão da rede de revendedores agora é o Nordeste e o interior de São Paulo e a expectativa da empresa é atingir o número de 150 revendas até o fim deste ano. As vendas da empresa também ultrapassaram a previsão do início do ano. O crescimento foi de 87,3% até novembro de 2007, enquanto que o setor teve um aumento de 28% no mesmo período, segundo dados da Abraciclo. A empresa pretende encerrar 2008 com 20 mil unidades comercializadas.

tras marcas. “Nossos modelos de baixa cilindrada vão de encontro às necessidades do consumidor que busca uma maneira eficiente e com baixo custo para se locomover”, completa Haroldo.

E foi pensando nesse segmento que a Kasinski criou um modelo feito especialmente para o mercado nordestino, e que foi apresentado no Salão Duas Rodas do ano passado, em São Paulo. Pelo visto, o Nordeste é a bola da vez. ●



● **LINHA ATUAL** tem motos de baixa e alta cilindradas; intenção neste ano é de vender 20 mil unidades no País, com 150 revendas até o final deste ano, para atender diversos perfis de consumidores, enfocando o baixo custo de manutenção. FOTOS: DIVULGAÇÃO

● Sobral é a primeira cidade do Ceará a receber motos da marca Kasinski. Apenas outros quatro estados do Nordeste têm concessionárias

A marca de motos Kasinski acaba de chegar ao Ceará. E chega primeiro no interior, em Sobral, com a inauguração da concessionária Mil Motos. Com um investimento de mais de R\$ 400 mil, o empreendimento vai gerar 20 empregos diretos. A BRATT Consultoria foi a empresa respon-

sável na consolidação do empreendimento, realizando uma pesquisa de mercado, onde apurou o grau de satisfação de 500 usuários de motos em Sobral (CE) e Parnaíba (PI), em relação a nova marca. A consultoria também foi responsável pela seleção dos colaboradores da Mil Motos e acompanhou os processos de gestão adotados pela concessionária.

O grupo abrirá ainda neste semestre lojas nas cidades de Itapipoca, Camocim e Acaraú. “Queremos oferecer as motos mais completas do mercado e com o melhor custo benefício da categoria. Isso é possível graças a parceria entre a Kasinski, fabricante de motos na-

cionais com sede em Manaus, e a Lifan, que é a maior construtora de motores de motos no mundo atualmente”, informa Igor Linhares, Diretor da Mil Motos.

Apostando no mercado nordestino de usuários de motocicletas, a Kasinski trabalha em estratégias para aumentar número de parceiros na região e solidificar a marca. Após ultrapassar as expectativas iniciais nas regiões Sul e Sudeste, onde o grupo começou os investimentos, a região Nordeste é o próximo foco da empresa na expansão do número de revendas exclusivas.

Com revendas em apenas cinco dos dez estados do Nor-

deste (Bahia, Sergipe, Rio Grande do Norte, Maranhão e Ceará), a empresa espera repetir na região os bons resultados alcançados no último ano, quando mais que dobrou o número de revendas da marca em cidades do Sul e Sudeste. A Kasinski não deseja apenas aumentar o número de revendas, mas criar vínculos de confiança com os representantes e futuros clientes. “O segmento de duas rodas apresenta forte crescimento no Brasil e a Kasinski é uma das empresas com maior potencial de expansão neste mercado. A marca é tradicional e possui um completo mix de produtos que atende diversos perfis de consumido-

res”, explica o gerente comercial da empresa, Haroldo Rocha Junior. De acordo com dados da Abraciclo, a Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares, a indústria de motocicletas registrou um aumento de 27,3% em todo o país durante os primeiros nove meses de 2007, enquanto que a Kasinski obteve crescimento de 92,4% nas vendas durante o mesmo período.

O clima quente e a facilidade de locomoção é uma das armas da Kasinski para atrair o público da região. O baixo custo de compra e manutenção é outro fator que a diferencia das ou-