

## CELEBRANDO RESULTADOS NA STOCK CAR



“Aproveitamos a força de nossa parceria com a Moove e a atratividade das competições automobilísticas para, nos meses de maio e junho, lançar uma campanha de incentivo à venda de lubrificantes e de Acordos de Manutenção”, conta Fernando Fagundes, gerente de produto da área de Customer Solutions Business Development.

As equipes dos distribuidores se engajaram ativamente na campanha, que registrou um aumento de mais de 35% nas vendas de lubrificantes a nível Brasil, além de reforçar ainda mais os resultados de

venda dos Acordos de Manutenção, que superaram em 37% os objetivos definidos para o período. Como premiação, os melhores vendedores foram convidados a participar de uma das etapas do campeonato de Stock Car em Interlagos no último final de semana de julho.

Além do pacote de viagem e da participação na corrida, os convidados foram recepcionados no camarote da Moove e tiveram acesso aos boxes, interagindo com o piloto Rubens Barrichello, patrocinado pela marca desde 2016.

## O PAPEL ESTRATÉGICO DO PROCESSO DE GARANTIA



“Nosso processo de garantia segue uma metodologia global, desenvolvida para assegurar que os procedimentos realizados em todos os mercados estejam de acordo com os padrões do Grupo Volvo”, explica Jairo Pieczarka, da área de Garantia e Suporte.

De forma contínua, todos os distribuidores passam por uma auditoria na qual os processos de garantia são verificados em termos de documentação dos equipamentos, documentos de reclamação de garantia e armazenamento das peças avariadas. Ao final da auditoria, o distribuidor recebe um relatório com seu desempenho e, quando este fica abaixo das expectativas, um plano de ação é estabelecido. Além de contribuir para a satisfação dos clientes, o processo de garantia fornece informações extremamente importantes, que podem ser utilizadas pelas áreas de engenharia de produtos e de vendas tanto para aprimorar o desenho de um componente específico quanto para verificar a adequabilidade dele a determinados usos e aplicações. Também pode impactar o relacionamento com fornecedores.

## PROMOÇÃO ON-LINE DE 50 ANOS DA SDLG REGISTRA ÓTIMOS RESULTADOS

Na última semana de julho, a SDLG lançou uma megapromoção de peças em seu e-commerce para celebrar os 50 anos. Todos os itens foram oferecidos com descontos que, em alguns casos, chegaram a 50%. “A promoção foi um grande sucesso. Registramos um volume de negócios 78% superior ao do mês anterior, e as vendas realizadas durante os 7 dias de ofertas representaram

quase a metade do total de julho”, conta Patrícia Barbosa, gestora do e-commerce na área de Customer Solutions Business Development.

A ótima receptividade por parte dos clientes e da rede de distribuição estimula a realização de novas promoções no e-commerce ainda neste ano.

## VOLVO LANÇA OFERTA ESPECIAL DE VTS PARA AS ESCAVADEIRAS EC140

“Para ampliar a penetração do VTS II na linha de Escavadeiras, estamos lançamos uma promoção especial, voltada inicialmente para o modelo EC140. A cada compra de dois jogos de VTS, nossos clientes recebem 50% de desconto na aquisição de um jogo de adaptadores. Considerando que na EC140 os clientes costumam usar, em média, 4 jogos de dentes para cada jogo de adaptadores, essa oferta está bastante atrativa”, destaca Ney Neves, da área de Customer Solutions Business Development.

“Escolhemos o tamanho 16 para as escavadeiras neste primeiro momento. Trata-se de um tamanho maior que o padrão da EC140, o que proporcionará uma maior durabilidade e, conseqüentemente, um menor custo de operação ao nosso cliente.” Segundo Ney, essa promoção é um projeto-piloto, válida apenas para os pedidos consolidados do mês de agosto e, de acordo com os seus resultados, novas ofertas serão elaboradas para atender a outros modelos de escavadeiras e carregadeiras.