

ENTREVISTA BLAIR BOGGS, Vice Presidente e Diretor Geral da Valvoline Europa

Impacto fantástico!

➤ Este é o segundo ano que a Valvoline participa no FIA WTCC - World Touring Car Championship como parceiro oficial e os resultados não podiam ser melhores, como nos disse Blair Boggs

A Valvoline tem uma longa tradição de participação nos desportos motorizados, tanto nos EUA, como na Europa, mas sempre preferiu corridas com carros parecidos com os que as pessoas conduzem na rua todos os dias. Por isso mesmo, nos EUA, sempre apoiou as fórmulas NASCAR e Stock-Cars. Quando surgiu o WTCC, os responsáveis decidiram logo que a marca Valvoline tinha que ficar associada a este tipo de eventos. "A Fórmula 1 é muito bonita, mas é difícil para as pessoas estabelecerem relações afectivas com os carros. É mais um campeonato de pilotos e de equipas. A competição automóvel é um grande espectáculo de que gostamos muito e que nós aproveitamos para promover a marca Valvoline, ao mesmo tempo que testamos os nossos produtos em condições de extrema solicitação", diz Blair Boggs.

Aproveitando a presença deste responsável nas corridas do WTCC que se realizaram no circuito da Boavista no final do mês de Junho, o JORNAL DAS OFICINAS entrevistou-o para saber quais as razões da aposta da marca neste Campeonato e das novidades que vão ser lançadas.

Que balanço faz da participação da Valvoline como parceiro oficial do WTCC?

O WTCC é um dos quatro campeonatos do Mundo oficiais FIA, o que lhe confere um estatuto de prestígio e a garantia de uma visibilidade a nível global. Por isso, o retorno que a Valvoline tem da sua participação nesta competição é muito positivo a nível de divulgação da imagem e dos produtos que comercializa. É um grande espectáculo de que gostamos muito e que nós aproveitamos para promover a marca Valvoline, ao mesmo tempo que testamos os nossos produtos em condições de extrema solicitação.

Que tipo de óleos usa a Valvoline no WTCC?

Nós utilizamos produtos de acordo com as expectativas das equipas e das características dos motores e caixas, tendo em vista obter a máxima performance. Temos vários lubrificantes e diversos aditivos, alguns dos quais específicos para a competição. Todas as hipóteses estão em cima da mesa e só os resultados decidem o que vamos utilizar em cada circuito.



igualmente bons produtos e nós só conseguimos fazer a diferença no valor acrescentado para os revendedores. Claro que apostamos muito na formação para as oficinas, de modo que elas saibam realmente tudo sobre óleos e ajudem os condutores a proteger os seus motores e a economizarem dinheiro. Isso torna a marca e os nossos parceiros de negócio mais competitivos.

Está satisfeito com a rede de distribuição que a Valvoline tem em Portugal?

Sem dúvida! São pessoas que gostam da marca e fazem o que podem para a defender perante competidores muito maiores e mais poderosos. São pessoas com 50 anos de trabalho com a Valvoline que atraem novos clientes e novos consumidores e isso deixamos muito satisfeitos, porque significa que a paixão pela marca está viva e vai continuar viva. Acho que ainda vamos ter muito sucesso em Portugal!

Pensa alcançar as metas de vendas delineadas para este ano?

Apesar das condições desfavoráveis da economia europeia e portuguesa, o facto é que estamos a crescer em todas as frentes de batalha. Isto significa que iremos vender outra vez em grande estilo, quando a economia recuperar. Vamos continuar a investir e a preparar os nossos distribuidores para melhores dias. Para já, consideramos muito positivo o desempenho da marca neste difícil mercado e agradecemos o notável esforço de todos os nossos parceiros de negócio, sem os quais isso não seria possível.

Que vantagens tem uma oficina em trabalhar com a vossa marca?

Volto a destacar mais uma vez que somos uma empresa independente, que vive de criar valor para os seus clientes. Os nossos produtos têm mais valor do que aparentam e, embora os lubrificantes sejam uma pequena parte do negócio da oficina, ajudam a criar laços com os clientes e isso pode ser a chave do sucesso para qualquer oficina que trabalhe com inteligência e honestidade. Os nossos produtos ajudam velhos motores e velhas caixas de velocidades a renascer e isso reforça a credibilidade da oficina, porque não está só a querer vender peças, mesmo quando não são precisas. Eu posso afirmar isso, porque sou norte-americano e vi com os meus olhos isso acontecer nos EUA. Nada impede que isso volte a acontecer agora na Europa e em Portugal.

Está visivelmente optimista em relação ao futuro, não está?

Absolutamente! Temos aqui um bom parceiro de negócio e uma excelente equipa para desbravar o mercado e alcançar plenamente o sucesso, tanto a curto, como a médio e a longo prazo.

Está satisfeito com os testes que a marca tem realizado?

Sim, temos uma excelente equipa e queremos competir ao máximo nível, retirando o máximo de ensinamentos das experiências que realizamos.

Que produtos novos tenciona lançar a Valvoline no mercado este ano?

A inovação para nós é muito importante, porque somos uma marca independente das principais refinarias. Os lubrificantes não são para nós mais um negócio, mas o único negócio. Preocupamo-nos em oferecer a última palavra em lubrificantes, como forma de ajudar os nossos distribuidores e oficinas, bem como alcançar a plena satisfação do cliente final. Neste momento, estamos a apostar em produtos de alta quilometragem de base sintética. Também estamos a apostar em lubrificantes reciclados, que constituem uma alternativa económica e simultaneamente ecológica. A nossa oferta também tem óleos com aditivos que previnem fugas em motores com muitos quilómetros e algumas folgas. Não podemos pensar que os carros ficam sempre novos como no dia em que saíram da fábrica. Produtos do tipo que nós oferecemos visam a economia e a máxima satisfação dos utilizadores, para que eles comprem regularmente a nossa marca.

Como conseguem fazer a diferença em relação a outras marcas de lubrificantes?

A nossa principal preocupação é assegurar uma margem interessante para distribuidores e oficinas, que são os que recomendam os óleos ao cliente final. Outras marcas têm



"A Valvoline testa os produtos nas corridas e se eles forem capazes de suportar as altas performances da competição, vão ser suficientemente bons para os carros de estrada normais", diz Blair Boggs

