

Reunião Anual Valvoline

Reunir as tropas

► A Valvoline fez um balanço muito positivo de 2013. Na reunião anual com os seus distribuidores oficiais, a marca representada, em Portugal, pela Krautli mostrou-se otimista em relação a 2014

Por: Jorge Flores



Paulo Santos, brand manager da Valvoline em Portugal, apresentou à rede de distribuição um completo plano de formação técnica que será realizado nas instalações da ATEC

Pelo terceiro ano consecutivo, a Valvoline reuniu as “tropas” para fazer um balanço “muito positivo” de 2013 e para contar as “armas” para o próximo ano.

O encontro realizado no passado dia 22 de Fevereiro, no Hotel Vila Galé Coimbra, contou com a presença dos muitos distribuidores oficiais da marca norte-americana, representada, no nosso país, pela Krautli. Segundo Paulo Santos, brand manager da Valvoline em Portugal, “o grande objetivo” deste evento, além da transmissão da “estratégia de uma forma transversal a todos os distribuidores”, é ainda “mostrar uma grande transparência neste conceito de distribuição da Valvoline”, afirmou.

Por outras palavras, deixar bem claro perante os seus parceiros que existe “um negócio montado da mesma forma para todos”. Esta reunião pretende ainda demonstrar que os distribuidores oficiais têm muito a “beneficiar com o sucesso de todos e com a troca de experiências e de conhecimento”. No fundo, o foco é tornar este um grupo coeso, demonstrando que “remamos todos na mesma direção”, esclareceu Paulo Santos.

Opinião semelhante tem Carlos Silva. Em conversa com o JORNAL DAS OFICINAS, o diretor de Vendas e Marketing da Krautli Portugal realçou a importância desta reunião anual. Uma oportunidade para lançar os “projetos para este ano e para fazer uma retrospectiva do

ano anterior”, disse. O encontro serviu ainda para fazer “networking entre a rede”, de modo a assegurar que “as boas práticas sejam partilhadas e que a rede seja sólida e homogênea”.

■ ANO DE CONQUISTAS

Olhando para o ano transato, Paulo Santos recorda algumas conquistas importantes da Valvoline. Em 2013, a

marca tinha 29 distribuidores oficiais, número esse que foi reforçado no início deste ano. O responsável da Valvoline realçou ainda a importância de, pela primeira vez, a marca estar presente na região do Algarve e o mercado de pesados contar igualmente com um distribuidor dedicado.

Mas mesmo num balanço positivo existem alguns pontos a corrigir. É o caso da rede Valvoline Service Center. Paulo Santos explicou que, em alguns casos, não tem havido “uma envolvimento ao

nível do esperado”. E admitiu mesmo que, em 2013, deveria ter sido colocado em marcha um processo de angariação de mais clientes para esta rede. “Este processo tem que ser clarificado o mais depressa possível. Porque o que está a acontecer é que uma minoria poderá estar a prejudicar a evolução de outras empresas”. Na sua opinião, não se pode prometer uma cobertura nacional e depois referenciar empresas que não apliquem produtos Valvoline. “O que não beneficiaria em nada a rede dedicada”, lamentou.

Outro aspeto que a Valvoline pretende melhorar é a área dos pesados. “Enquanto representantes de marca assumimos a responsabilidade de trabalhar as marcas de uma forma transversal”, disse Paulo Santos. Em alguns mercados mais pequenos como o das duas rodas, por exemplo, a quota da Valvoline é “muito interessante”, bem como na área náutica. Noutros, como no mercado industrial, as dificuldades são maiores, uma vez que não são muitos os produtos que têm para oferta. Mas onde Paulo Santos sente que existe potencial de crescimento é justamente no mercado dos pesados, onde, inclusivamente, foram feitos investimentos nesse sentido. Idealmente, o retorno em termos de quota de mercado acontecerá algures em 2014.

■ FORMAR O FUTURO

Para 2014, a grande aposta da Valvoline é a formação. Mais concretamente através do projeto de parceria com a ATEC, que pretende dotar os seus parceiros de ferramentas e competências para angariar os melhores técnicos e as melhores oficinas. “É uma parceria que vai potenciar o negócio dos nossos distribuidores, não só para a Valvoline como também para o mercado de peças em geral. Temos que disponibilizar e fomentar a formação do sector. É vital!”, disse. E rematou: “Somos todos responsáveis. Nós não aplicamos o lubrificante, precisamos deles para o aplicar. E eles precisam de competências para isso”. Ora, “a nossa função”, acrescentou, “é ajudá-los nesse sentido”.

Formar o futuro

Para 2014, a grande aposta da Valvoline é a formação. Mais concretamente através do projeto ATEC, que pretende dotar os seus parceiros de ferramentas e competências para angariar as melhores oficinas. “É uma parceria que vai potenciar o negócio dos nossos distribuidores, não só para a Valvoline como também para o mercado de peças em geral. Temos que formar estas pessoas. É vital!”, disse. E rematou: “Somos todos responsáveis. Nós não aplicamos o lubrificante, precisamos deles para o aplicar. E eles precisam de competências para isso”. Ora, “a nossa função”, acrescentou, “é ajudá-los nesse sentido”.

