



O futuro em rede

São cada vez mais as oficinas que se associam em redes e estas surgem cada vez em maior número. O mercado precisa cada vez mais de formação, informação, conceitos de gestão e de comunicação com o cliente e está prevista a adesão de, pelo menos, mais 300 oficinas a redes durante o ano de 2017.

{ TEXTOS CLÁUDIO DELICADO E PAULO HOMEM }

Mesmo com algum atraso face a outros países, as redes oficinais em Portugal têm crescido rapidamente nos últimos anos e as perspetivas são de reforço do seu peso no panorama geral das oficinas em Portugal. A própria evolução tecnológica avassaladora e as novas tecnologias estão a "empurrar" muitas oficinas para esta associação em rede. Fazemos uma breve análise de como têm evoluído as redes, num resumo das opiniões de todos os gestores de rede contactados para este trabalho.

Tem havido um grande aumento deste tipo de oficinas, quer pela entrada de novos operadores internacionais, quer pela "associação" dos operadores via centrais de compras. Uma outra tendência é o aparecimento de redes multimarca dos próprios construtores de automóveis, como é já o caso do Grupo PSA (Euro Repar) ou da Renault (Motrio).

Todas assumem que há uma oferta extensa de redes, o que pode dificultar a escolha das oficinas

O FUTURO DAS REDES

Pedimos a todos os gestores uma antevisão do que será o futuro das redes. Deixamos as ideias principais:

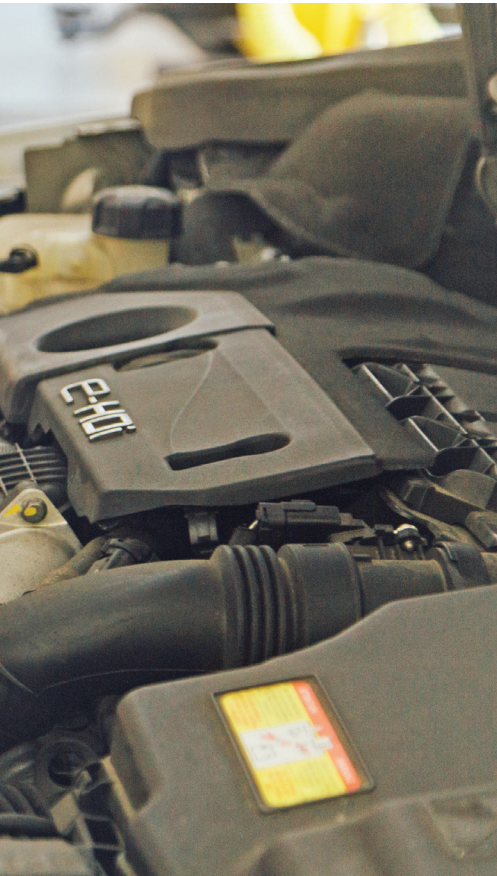
- > Oficinas de serviços rápidos e pouco especializados
- > Crescimento quantitativo e qualitativo
- > Desafios da evolução automóvel, híbridos, elétricos e carros inteligentes e acesso à informação
- > Consumidor cada vez mais exigente
- > Aposta nos recursos humanos
- > Relação cada vez mais próxima na internet e novas tecnologias
- > Maior proximidade e comunicação com o cliente
- > Parcerias entre várias redes com diferentes áreas de trabalho
- > A importância do diagnóstico
- > Telemática e internet das coisas
- > Fidelizar os clientes
- > Concorrência desleal

que querem aderir. Este trabalho pretende ser essa ferramenta para que as oficinas que ainda não estão em rede possam saber qual oferta que existe e possam optar pela solução que melhor se adaptar às suas necessidades e estratégia. Uma tendência que se nota também é a aposta cada vez mais forte no marketing, seja a nível nacional da própria rede, como campanhas que apoiam o negócio local das oficinas. O papel da fidelização é algo também muito trabalhado pelas redes de oficinas. As redes têm sido também um forte veículo de credibilização da reparação multimarca, pelos standards que exigem, garantem os gestores deste tipo de conceitos. Por segmentos, as redes mais viradas para os pneus foram as que, provavelmente, mais se reinventaram nos últimos anos, deixando de ter apenas o serviço de pneus para ir alargando a sua atividade também à mecânica geral. Essa é uma tendência que vai ser reforçada ao longo dos próximos anos, com serviços mais transversais e a procura de novos negócios



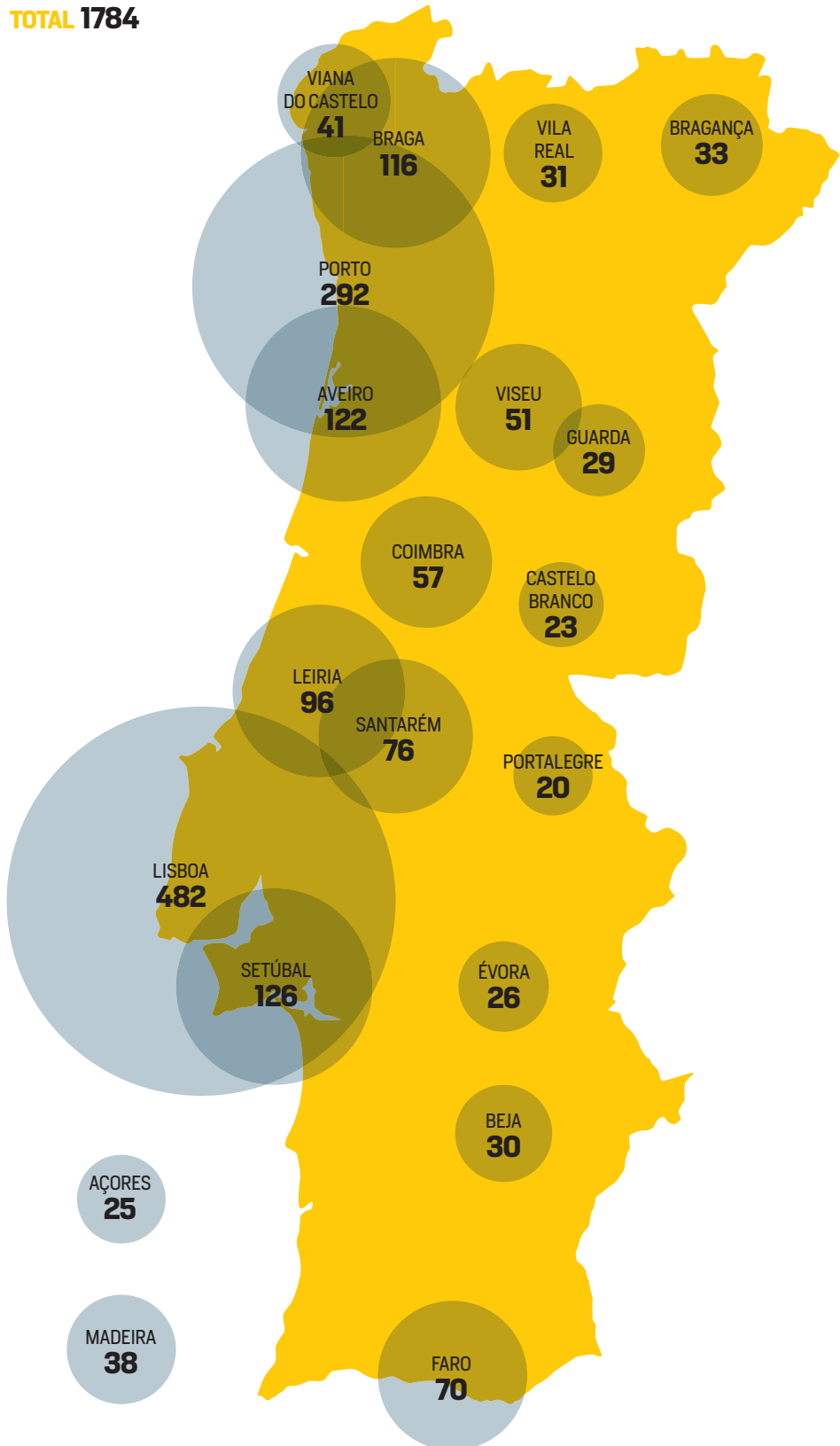
Shell
HELIX
ULTRA
com tecnologia PUREPLUS

spinerg
SOLUCOES EM ENERGIA



Número de oficinas de redes por distrito

TOTAL 1784



para rentabilizar o espaço da oficina e proporcionar ao cliente um único espaço para os serviços mais comuns.

No vidro, a estratégia recente tem sido aumentar a capilaridade das redes e abrir vários centros de dimensões e tipologias diferentes para uma cobertura máxima do país com serviços de cada vez maior proximidade com a assistência móvel.

Mas há um risco neste trajeto das redes, o do aparecimento em exagero que vai criar confusão no mercado e alguma agitação até que exista uma seleção natural dos conceitos que são, de facto, uma mais-valia. O futuro das oficinas não tem que passar obrigatoriamente por uma rede, mas quem ficar de fora terá que ter uma forte capacidade de gestão para conseguir responder a um futuro que está à porta. ○

NOTA: AO LONGO DO MÊS DE JANEIRO A PÓS-VENDA VAI PUBLICAR AS OPINIÕES NA ÍNTEGRA DOS GESTORES DE REDE QUE RESPONDERAM AO NOSSO QUESTIONÁRIO EM WWW.POSVENDA.PT



Mecânica →



A OFICINA

- > Fundação **Junho de 2008**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **72**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **100**
- > Tipo **Oficinas Multimarca e Multiserviços**
- > Perfil de oficinas procurado **Procuramos oficinas de grande e média dimensão e gestores com visão do negócio a longo prazo e vontade de desenvolver o negócio da oficina com elevada qualidade de serviço; desenvolver os recursos e meios da sua oficina de forma a obter mais eficiência e rentabilidade.**
- > Investimento mínimo inicial **Variável de acordo com as necessidades versus requisitos. O maior investimento existe quando o aderente tem de adequar as instalações (espaço de receção e sala de espera), conjugado com imagem e equipamento oficial. O investimento inicial ronda, em média, os 5.000,00€**
- > Tempo médio de entrada na rede **3 a 6 meses**
- > Número médio de funcionários **4 operativos + 1 rececionista**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Rui Damas**
- > Contacto telefónico do gestor **919 986 775**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Goodyear, Dunlop, Continental, Uniroyal, Momo, Sava**
- Lubrificantes **Motul. Existe um contrato de volume com esta marca de lubrificantes (não existe contrato com termo).**
- Peças **TRW, Mahle, Varta, Luk, INA, Dayco, Bosch, Valeo, KYB, SNR.**
- Software de gestão **Office Gest**
- Equipamentos de diagnóstico **Texa e Bosch**

OPINIÃO RUI DAMAS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Somos especialistas no automóvel do nosso cliente, qualquer que seja a sua idade, o problema ou a necessidade de manutenção.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Estamos a investir. Por um lado a ensaiar formas de comunicar com o consumidor final, por outro a preparar a base tecnológica necessária para as oportunidades dos veículos comunicantes.



AUTO CHECK CENTER

- > Fundação **Julho de 2013**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **52**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **75**
- > Tipo **Oficinas Multimarca e Multiserviços**
- > Perfil de oficinas procurado **Procuramos oficinas de grande e média dimensão e gestores com visão do negócio a longo prazo e vontade de desenvolver o negócio da oficina com elevada qualidade de serviço; Desenvolver os recursos e meios da sua oficina de forma a obter mais eficiência e rentabilidade.**
- > Investimento mínimo inicial **Variável de acordo com as necessidades versus requisitos. O maior investimento existe quando o aderente tem de adequar as instalações (espaço de receção e sala de espera), conjugado com imagem e equipamento oficial. O investimento inicial ronda em média os 5.000,00€**
- > Tempo médio de entrada na rede **3 a 6 meses**
- > Número médio de funcionários **4 operativos + 1 rececionista**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Rui Damas**
- > Contacto telefónico do gestor **919986775**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Goodyear, Dunlop, Continental, Momo, Sava**
- Lubrificantes **Motul. Existe um contrato de volume com esta marca de lubrificantes (não existe contrato com termo).**
- Peças **TRW, Mahle, Varta, Luk, INA, Dayco, Bosch, Valeo, KYB, SNR.**
- Software de gestão **Office Gest**
- Equipamentos de diagnóstico **Texa e Bosch**

OPINIÃO RUI DAMAS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Somos especialistas no automóvel do nosso cliente, qualquer que seja a sua idade, o problema ou a necessidade de manutenção.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Estamos a investir. Por um lado a ensaiar formas de comunicar com o consumidor final, por outro a preparar a base tecnológica necessária para as oportunidades dos veículos comunicantes.



AUTO CREW

- > Fundação **2013**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **60**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **ND**
- > Tipo **Multimarca e multiserviços**
- > Perfil de oficinas procurado **Adaptável mediante o cumprimento mínimo de requisitos.**
- > Investimento mínimo inicial **Os custos de adesão ao conceito dependem dos recursos base como instalações, equipamento e ferramentas, etc**
- > Tempo médio de entrada na rede **Depende das condições atuais da oficina, podendo variar de semanas a meses.**
- > Número médio de funcionários **Variável**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Compromisso de consumo de peças Bosch**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **Variável**
- > Nome do gestor de rede **Mónica Alves**
- > Contacto telefónico do gestor **218 500 000**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **não existem parcerias definidas nesta área com um fornecedor específico**
- Lubrificantes **Não existem parcerias definidas nesta área com um fornecedor específico**
- Peças **Bosch como marca principal, complemento de outras marcas nas gamas em que a Bosch não esteja presente**
- Equipamentos de diagnóstico **Bosch como marca principal; outras marcas nas gamas em que a Bosch não esteja presente**

OPINIÃO MÓNICA ALVES

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Âmbito internacional em constante expansão, tanto pela imagem que oferece no mercado (confiança), como pelas sinergias que pode criar ao nível de serviços e ações. A vasta experiência da marca Bosch enquanto fabricante líder de sistemas e peças para o automóvel.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Utilizamos diversas ferramentas online tais como: mail corporativo AutoCrew, newsletter digital, extranet Bosch, website nacional e facebook. As redes sociais permitem-nos estar mais perto dos nossos parceiros e promover e divulgar os seus serviços.



Shell
**HELIX
ULTRA**
com tecnologia PUREPLUS

SPINERG
SOLUÇÕES EM ENERGIA



BOSCH CAR SERVICE

- > Fundação **1921 e a partir de 2000 com a designação Bosch Car Service.**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **140**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **ND**
- > Tipo **Multimarca, multiserviço.**
- > Perfil de oficinas procurado **Orientado para a prestação de um serviço pós venda de excelência ao cliente; Mínimo 3 técnicos + 1 rececionista.**
- > Investimento mínimo inicial **Variável. Análise conjunta das condições à partida para plano de investimento personalizado.**
- Tempo médio de entrada na rede **Variável.**
- Depende do cumprimento de requisitos.**
- > Número médio de funcionários **Não divulgado.**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim.**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Raquel Marinho**
- > Contacto telefónico do gestor **93 623 97 07**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Várias marcas**
- Lubrificantes **Motul (é uma marca parceira da rede com a qual foi estabelecido um acordo de colaboração, no entanto, não existe exclusividade e a oficina pode trabalhar com qualquer marca da sua preferência, desde que a qualidade não seja comprometida)**
- Quando termina o contrato da rede com o fornecedor atual de lubrificantes? **ND.**
- Peças **Bosch**
- Software de gestão **Em vias de seleção.**
- Equipamentos de diagnóstico **Bosch**

OPINIÃO RAQUEL MARINHO

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Segurança. As oficinas Bosch Car Service contam com os técnicos mais qualificados nas diversas competências à volta do automóvel.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

No decorrer deste ano, já estivemos reunidos com a nossa rede para apresentar a visão e a estratégia para a rede Bosch Car Service. Encaramos estes desafios como oportunidades que nos cabe potenciar com todo o entusiasmo e a determinação que caracteriza os líderes.



EURO REPAR CAR SERVICE

- > Fundação **2015**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **23**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **60**
- > Tipo **Reparação e Manutenção multimarca**
- > Perfil de oficinas procurado **O perfil é analisado em função da zona geográfica onde o candidato se encontra.**
- > Investimento mínimo inicial **Sem investimento inicial**
- > Tempo médio de entrada na rede **Imediato**
- > Número médio de funcionários **4**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede (sim ou não) **ND**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Nuno Gregório**
- > Contacto telefónico do gestor **21 416 65 38**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Em negociação**
- Lubrificantes **Eurorepar (sem exclusividade)**
- Peças **Eurorepar**
- Software de gestão **Star Auto**
- Equipamentos de diagnóstico **Multi-Diag**

OPINIÃO NUNO GREGÓRIO

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A forte aposta num modelo de negócio que incorpora o objetivo do Grupo PSA em se tornar o fornecedor de mobilidade preferido dos clientes. O desenvolvimento de uma rede de reparação multimarca é a resposta às necessidades de manutenção e reparação de um projecto de mobilidade, também multimarca.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

O marketing digital é já hoje a nossa referência, não só em termos de comunicação ao mercado, mas também no relacionamento com o cliente. Um exemplo é o facto de sermos uma das poucas redes a disponibilizar um orçamento e marcação online através do nosso site. Ou ainda a adopção de um sistema de avaliação da oficina, unicamente com base nas opiniões dos nossos clientes.



GOCARMAT

- > Fundação **2010**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **8**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **9**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, mecânica**
- > Perfil de oficinas procurado **3 a 4 funcionários por oficina; pretende-se espaços com mínimo de 150 m² e em locais premium da Área Metropolitana de Lisboa, onde se consiga ter todos os serviços necessários para tratar automóveis de A a Z**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **4**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede (sim ou não) **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Nuno Correia**
- > Contacto telefónico do gestor **210 988 820**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Tirso Pneus e Pneus S.José**
- Lubrificantes **Galp (Exclusividade, contrato termina em 2020)**
- Peças **Newonedrive**
- Software de gestão **WINDC**
- Equipamentos de diagnóstico **Gutmann**

OPINIÃO NUNO CORREIA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A proximidade com os clientes empresariais e um nível de reclamações abaixo do 1%

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Já nos encontramos no marketing digital há 4 anos e estamos sempre à procura de novos canais e ferramentas para o potenciar.



MIDAS

- > Fundação **2001**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **66**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **70**
- > Tipo **Centros auto próprios. Proporcionar um serviço de reparação e manutenção rápida com qualidade** Check -Up gratuito; Revisão; mudanças de óleo; travões, amortecedores, pneus, escapes, baterias, correias de distribuição e ar condicionado
- > Perfil de oficinas procurado **Não se aplica**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **ND**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **ND**
- > Nome do gestor de rede **Pedro Cunha**

OPINIÃO PEDRO CUNHA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Rapidez: as reparações são feitas na sua grande parte em menos de uma hora. A localização também é relevante pois estamos presentes em locais de grande proximidade;

Qualidade: realização prioritária de um check up gratuito ao automóvel por profissionais competentes, integrados num sistema de formação contínuo;

Preço: apresentamos preços competitivos e condições de garantia muito superiores ao que actualmente é praticado no mercado;

Transparência e Confiança: todos os diagnósticos e os orçamentos iniciais têm reflexo no valor final da fatura. Para além disso, o cliente pode assistir ao diagnóstico e à reparação do seu automóvel.

MOTRIO

- > Fundação **2014**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **23**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **ND**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, pintura, mecânica**
- > Perfil de oficinas procurado **Localização privilegiada, média/grande dimensão**
- > Investimento mínimo inicial **Acordado com distribuidor**
- > Tempo médio de entrada na rede **30 a 45 dias**
- > Número médio de funcionários **7**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **120 a 200**
- > Nome do gestor de rede **Paulo Santos**
- > Contacto telefónico do gestor **218361254**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**

Pneus **Motrio**

Lubrificantes **Motrio, com acordo renovável por um ano (mas pode escolher diferentes marcas)**

Peças **Motrio**

Colisão **Renault**

Tintas **Ixell**

Acessórios de pintura **Ixell**

Software de gestão **Motélio**

Equipamentos de diagnóstico **Clip**

OPINIÃO PAULO SANTOS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Não tem uma ligação exclusiva com a Renault.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Comunicação através do site da Motrio e digital.

PRECISION

- > Fundação **1975 nos EUA; 2001 em Portugal**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **25**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **27**
- > Tipo **Todos os Serviços**
- > Perfil de oficinas procurado **4 a 8 baias**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **4**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **120**
- > Nome do gestor de rede **Manuel Lima**
- > Contacto telefónico do gestor **213 000 700**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**

Pneus **Vários**

Lubrificantes **Galp, exclusiva rede própria, contrato anual**

Peças **Europeças**

Colisão **Vários**

Software de gestão **INCADEA**

Equipamentos de diagnóstico **Vários**

OPINIÃO MANUEL LIMA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Fazemos todos os serviços.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Valorização dos nossos recursos e parcerias com entidades que aportam valor nesta área.



Shell
**HELIX
ULTRA**
com tecnologia PUREPLUS

SPINERG
SOLUCOES EM ENERGIA



RED SERVICE

- > Fundação **2016**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **6**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **30**
- > Tipo **Serviços rápidos, mecânica, eletricidade, diagnóstico, ar condicionado, injeção a gasolina e diesel e pneus.**
- > Perfil de oficinas procurado **Oficinas bem localizadas, com bons acessos e com uma dimensão mínima de 300m² (com receção e sala de espera distinto da local de trabalho); nº de funcionários mínimo: 3; os serviços prestados destinam-se a todos os veículos até 3,5 toneladas.**
- > Investimento mínimo inicial **Variável em função das características da oficina.**
- > Tempo médio de entrada na rede **1 mês**
- > Número médio de funcionários **5**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **140**
- > Nome do gestor de rede **Jorge Salvador**
- > Contacto telefónico do gestor **910 280 350**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
Lubrificantes **Motul (as oficinas poderão optar por outra marca de lubrificantes)**
Peças **Bosch, TRW, Luk, Febi, UFI, Valeo, Sachs, Sidat, Delphi, Krios, ERA, SIM, Kenwood, Hella, Cargo, FAE, Motul, Pierburg, SKF, SimensVDO, Zen**
Equipamentos de diagnóstico **Bosch, Hella Gutmann, Carmanscan**

OPINIÃO JORGE SALVADOR

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Um dos grandes aspetos que nos diferencia da concorrência consiste numa estratégia de fidelização do consumidor final à oficina RedService. Este é apenas um dos aspetos, pois o objetivo é dotar as oficinas de ferramentas diferenciadoras.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

O marketing digital é claramente um dos fatores determinantes no negócio e hoje é possível conquistar novos clientes nas redes sociais. Temos um site simples, intuitivo e de fácil navegação. Estamos ainda a desenvolver novos projetos na área da conectividade automóvel com a oficina.



RINO MASTER

- > Fundação **2005**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **32**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **50**
- > Tipo **Todos os serviços inerentes à atividade oficial.**
- > Perfil de oficinas procurado **Oficinas independentes, por norma sediadas nas capitais de distrito**
- > Investimento mínimo inicial **A analisar caso a caso.**
- > Tempo médio de entrada na rede **1 mês**
- > Número médio de funcionários **5**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Pedro Monteiro**
- > Contacto telefónico do gestor **917854903**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
Pneus **Tirso Pneus**
Lubrificantes **Shell e BP (Negociado para cada ano civil, mas não há exclusividade)**
Peças **M. Coutinho Peças / AZ Auto / Onedrive**
Colisão **Onedrive / M. Coutinho Peças**
Tintas **Imposte**
Acessórios de pintura **Imposte**
Software de gestão **Tips4y**
Equipamentos de diagnóstico **Bosch**

OPINIÃO PEDRO MONTEIRO

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

É um conceito nacional, aplicado ao mercado nacional, com todas as vantagens que daí advém. Cada caso é um caso, temos a capacidade de moldar o produto Rino às características de cada indivíduo. Com a Rino Master a oficina não perde a sua identidade, a sua matriz. Vê maximizados os pontos fortes e complementa a sua oferta.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

É uma área core para 2017. Estabelecemos recentemente uma parceria com um dos maiores players de comunicação digital nacional. Toda a política de CRM/Marketing está alicerçada no digital. Estamos a este nível a desenvolver ferramentas e metodologias de trabalho que irão potenciar, sem qualquer dúvida, o negócio dos nosso franchisados.



TOP CAR

- > Fundação **2012**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **55**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **65**
- > Tipo **Mecânica, colisão e pintura. Apenas algumas oficinas da rede têm disponível serviço de pneus.**
- > Investimento mínimo inicial **Custo com imagem da oficina**
- > Tempo médio de entrada na rede **2 meses**
- > Número médio de funcionários **4**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Vanessa Barros**
- > Contacto telefónico do gestor **910197572**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
Lubrificantes **Apesar de cada oficina poder escolher a sua marca de lubrificantes, mais de 90% das oficinas TOPCAR optaram pela WOLF, a marca de lubrificantes sponsor da rede TOPCAR.**
Peças **Cientes parceiros da AS Parts integrados na rede de TOPARTNERS**
Colisão **Cientes parceiros da AS Parts integrados na rede de TOPARTNERS**

OPINIÃO VANESSA BARROS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A TOPCAR diferencia-se ao apresentar um conceito de rede que promove as duas valências: mecânica e colisão.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A rede de oficinas multimarcas TOPCAR está a preparar-se para os desafios do marketing digital reforçando as funcionalidades do site da marca e aumentando a comunicação nas redes sociais como o Facebook.

Privilegiando estes canais de substituição conseguimos aproximar-nos do cliente final pois vamos ao encontro deste com conteúdos úteis ao seu dia-a-dia.

Centros Auto →



DIAGNOSTIC CAR

- > Fundação **2011**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **60**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **70**
- > Tipo **Eletricidade, Eletrónica, Alarmes e Telemática, Mecânica Geral, Ar Condicionado, Pesados**
- > Perfil de oficinas procurado **150 m², Mecatrónica, Eletricidade, mínimo de 3 funcionários, localização em todo o país**
- > Investimento mínimo inicial **Imagem 800€; Equipamento oficial 2000€**
- > Tempo médio de entrada na rede **3 meses**
- > Número médio de funcionários **5**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não obrigatoriedade ao master da rede mas aos distribuidores associados;**
- > Nome do gestor de rede **Artur Pereira**
- > Contacto telefónico do gestor **220917016**
- > **Principais fornecedores** **Pecifer, Unipeças, Realauto, SPR, 2M1J, Sipauto, Referência Virtual, Divpax**

OPINIÃO ARTUR PEREIRA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Competência técnica; Assistência Técnica (presencial e através de Call Center) e Formação **Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?**

A rede dispõe de um website próprio, ao qual será feito um total upgrade em 2017

FEUVERT

- > Fundação **2005, em França 1972**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **13**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **13**
- > Tipo **Centros Auto com Loja e Oficina (Serviços rápidos, Mecânica, Pneus, Chapa e Pintura e Acessórios para Automóvel)**
- > Perfil de oficinas procurado **Não se aplica**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **12**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Jorge Lobato de Faria**
- > Contacto telefónico do gestor **219 199 988**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos** **Pneus Trabalhamos com as principais marcas de pneus a operar no mercado. Lubrificantes Trabalhamos com as principais marcas de lubrificantes a operar no Mercado (São seguidas as "guide lines" definidas pela Central de Compras).**

Peças **Trabalhamos sobretudo com a marca Bosch em Travagem e Filtros pela notoriedade e garantia de qualidade. Nas restantes gamas de produto procuramos sempre as marcas que nos garantem a melhor relação qualidade/preço.**

Equipamentos de diagnóstico **Gutmann e Texa**

OPINIÃO JORGE LOBATO FARIA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A qualidade de serviço.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Podemos garantir que em 2017 teremos algumas surpresas neste capítulo.

NORAUTO

- > Fundação **1996, em França 1970**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **25 centros auto + 1 Norauto Shop (sem oficina). Tudo sucursais**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **28**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, mecânica**
- > Perfil de oficinas procurado **Edifícios com cerca 1.000 m² localizados em centros urbanos, fácil acesso e visibilidade**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **20**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **Superior a 1.000 por oficina (entradas para serviços oficina)**
- > Nome do gestor de rede **Jorge Miguéis**
- > Contacto telefónico do gestor **912 215 711**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos** **Pneus Atyse**
- Lubrificantes **Entrepasto Norauto**

OPINIÃO JORGE MIGUÉIS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Inovação.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A Norauto está a reforçar a aposta no e-commerce e na marcação dos serviços através da web, com vista a facilitar a vida dos nossos clientes. O CRM também tem um papel importante na relação digital com os clientes.



Shell
**HELIX
ULTRA**
com tecnologia PUREPLUS

SPINERG
SOLUCOES EM ENERGIA

Vidro →



ROADY

- > Fundação **1998, em França 1982**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **31**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **34**
- > Tipo **Serviços Oficina Multimarca, mecânica, pneus.**
- > Perfil de oficinas procurado **Área tipo 700m² / 7 boxes / área venda entre 300 a 380m², Zona de tráfego, preferencialmente com espaço de estacionamento, boa visibilidade e acessos; entre 12 a 18 cf estudo de potencial**
- > Investimento mínimo inicial **75.000€**
- > Tempo médio de entrada na rede **Plano de formação médio de 6 meses**
- > Número médio de funcionários **13**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Existe um valor de fidelidade quer à base distribuição quer aos fornecedores referenciados.**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Patrícia Sénico**
- > Contacto telefónico do gestor **969968791**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Estamos constantemente atentos ao mercado, às tendências e às melhores negociações.**
- Lubrificantes **Marca própria.**
- Peças **Estamos constantemente atentos ao mercado, às tendências e às melhores negociações.**
- Colisão **Não se aplica**
- Acessórios de pintura **Não se aplica**
- Software de gestão **própria da rede a ser implementado na rede em 2017**
- Equipamentos de diagnóstico **preferencialmente Bosch**

OPINIÃO PATRÍCIA SÉNICO

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Excelente relação preço/qualidade, proximidade e serviços rápidos sem marcação, horário alargado e gama completa de produtos.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

O Roady tem um site bem desenhado, envia periodicamente newsletters e está também presente nas redes sociais, sobretudo no Facebook.



CAETANOGLASS

- > Fundação **Maio 2014**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **28**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **27 – encerramento loja de Tomar**
- > Tipo **Não se aplica; só serviço de reparação e substituição de vidro, sem franchising**
- > Perfil de oficinas procurado **Não se aplica**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **Não se aplica**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **550**
- > Nome do gestor de rede **Ana Fazenda**
- > Contacto telefónico do gestor **916361425**

OPINIÃO ANA FAZENDA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Somos uma empresa do Grupo Salvador Caetano, fazemos o que os outros fazem mas distinguimo-nos pela oferta competitiva; competitividade nos preços Origem, transparência no serviço (reparação sempre que possível). Além disso, temos a notoriedade e imagem de marca do Grupo Salvador Caetano e orientação para o cliente, exceder as suas expectativas e assegurar a sua completa satisfação

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

O Grupo Salvador Caetano comunica de forma integral e diferenciadora nos meios digitais. A Caetano Glass está integrada na comunicação através desses canais (facebook, newsletter, página de serviços do GSC, ...)



CARGLASS

- > Fundação **1989**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **48 + 35 Carrinha Serviço Móvel**
- > N.º de oficinas no final de 2017 [objetivo] **80 todas próprias**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, pintura, mecânica: Reparação e Substituição de Vidro Automóvel**
- > Perfil de oficinas procurado **Não se aplica**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **3**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **200**
- > Nome do gestor de rede **Pedro Soares**
- > Contacto do gestor **pedro.soares@carglass.pt**

OPINIÃO PEDRO SOARES

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A Carglass diferencia-se no mercado de reparação e substituição de vidro automóvel através do nosso propósito: "Fazer a diferença ao resolver o problema das pessoas com verdadeira preocupação", tanto dos clientes como internamente das nossas pessoas.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A Carglass está a preparar uma plataforma Omnicanal onde está inserida a marcação de serviços online para ir ao encontro daquilo que é a necessidade e vontade do cliente.



EXPRESSGLASS

- > Fundação **2002**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **81**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **81**
- > Tipo **Substituição e Reparação Vidros**
- > Perfil de oficinas procurado **Não se aplica**
- > Investimento mínimo inicial **20.000€**
- > Tempo médio de entrada na rede **Não se aplica**
- > Número médio de funcionários **250 na rede**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **Não se aplica**
- > Nome do gestor de rede **Manuel Freitas Silva**
- > Contacto telefónico do gestor **808 211 690**

OPINIÃO MANUEL FREITAS DA SILVA

A ExpressGlass é um dos principais players portugueses no sector de reparação e substituição do vidro automóvel, está no mercado desde 2002 e é atualmente a única empresa do setor em Portugal com capital exclusivamente nacional. Possui acordos com as seguradoras e gestoras de frotas, eliminando toda a burocracia junto do cliente final. A ExpressGlass aposta na qualidade de serviço e na formação dos seus colaboradores, através de um plano exaustivo de formação de toda a rede de lojas, não só ao nível das competências técnicas, mas também das designadas "soft skills", que cada vez mais são valorizadas pelos clientes.



GLASSDRIVE

- > Fundação **2002**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **135**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **ND**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, pintura, mecânica. Substituição e Reparação de Vidro Automóvel**
- > Perfil de oficinas procurado **Dimensão, valências, nº de funcionários, localização, etc**
- > Investimento mínimo inicial **ND**
- > Tempo médio de entrada na rede **ND**
- > Número médio de funcionários **3/4**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Licínio Nunes**
- > Contacto telefónico do gestor **227 536 150**

OPINIÃO LICÍNIO NUNES

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A marca e qualidade do produto.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A presença da Glassdrive nos diferentes meios digitais já é uma realidade nos dias de hoje. Estar presente na web summit e acompanhar as tendências desta era digital foi crucial para delinear estratégias do posicionamento da marca. O desafio futuro reside em mantermos e melhorarmos as ferramentas que cada vez mais imperam na relação e proximidade com os clientes finais.



NEWCAR

- > Fundação **2011**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **50**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **60**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, pintura, mecânica. Serviços de Reparação e Substituição de vidros em viaturas automóveis. Existe a possibilidade de, em função do mercado onde está inserido o centro, alargar o tipo de serviços à área de serviços rápidos na carroçaria (ex: reparação de estofos queimados por cigarro, reparação e pintura de plásticos interiores e exteriores, limpezas detalhe, etc)**
- > Perfil de oficinas procurado **PME com capacidade de gestão e empreendedores com capacidade técnica. Perfil de 2 a 6 pessoas por empresa. Localização Portugal Continental e Ilhas**
- > Investimento mínimo inicial **Na ordem dos 20.000 €**
- > Tempo médio de entrada na rede **2 a 4 meses**
- > Número médio de funcionários **4**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede (sim ou não) **As obrigações com o franchisador são de aquisição dos produtos diretamente ligados à actividade da Reparação e Substituição de vidros.**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **+/- 120**
- > Nome do gestor de rede **Luís Oliveira**
- > Contacto telefónico do gestor **253 300340**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos Vidros GESTGLASS, Lda; Colas e seus derivados para colocação e reparação de vidros: HISPANOR, Lda**

OPINIÃO LUÍS OLIVEIRA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

A especialização, o rigor na escolha dos parceiros, a relação preço/qualidade e o serviço personalizado de proximidade de acordo com os objetivos pretendidos por tipo de cliente.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Estamos a olhar e a focar toda a nossa estratégia de comunicação e divulgação dos nossos serviços através da área digital utilizando os diversos canais e ferramentas disponíveis.



Shell
**HELIX
ULTRA**
com tecnologia PUREPLUS

SPINERG
SOLUCOES EM ENERGIA

Pneus →



CENTER'S AUTO

- > Fundação **2013**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **34**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **45**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, pintura, mecânica**
- > Perfil de oficinas procurado **Estabelecimentos comerciais dedicados a venda de pneus.**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica.**
- > Tempo médio de entrada na rede **Imediato, após assinatura de acordo avançamos para a identificação do estabelecimento.**
- > Número médio de funcionários **Variável em função do espaço bem como a dinâmica do mesmo.**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede (sim ou não) **Obrigatoriedade de compra de pneus na marca Gt Radial.**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Armando Santos**
- > Contacto telefónico do gestor **219939120**

OPINIÃO ARMANDO SANTOS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?
Serviço.



CONFORTAUTO HANKOOK MASTERS

- > Fundação **2007**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **98**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **110**
- > Tipo **Pneus e mecânica rápida.**
- > Perfil de oficinas procurado **Na nossa rede cabem oficinas de diferentes dimensões (grandes, médias e pequenas). Número de funcionários ajustado à oficina. Desde que não colida com os parceiros atuais, a localização procurada é a nível nacional e existe possibilidade de entrada de novos associados em praticamente todas as zonas do país.**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Imediata**
- > Número médio de funcionários **4 / 5**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não**
- > Nome do gestor de rede **José Coelho**
- > Contacto telefónico do gestor **229699480**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
Pneus **Hankook, Michelin, Goodyear, Dunlop, Bridgestone, Firestone, Pirelli, Continental, Laufenn, Nexen, Cooper, BF Goodrich, Petlas, Galaxy, Taurus, Sfhra, Rodatec, Farroad, Sailun, Event, Opals, Avon Moto, Insa Turbo, etc.**
- Lubrificantes **Cepsa, Castrol, Petronas e marcas próprias (Confortauto, Blacktire e Ecological Drive). Cada oficina pode escolher quais as marcas e produtos que melhor servem os seus interesses e os dos seus clientes.**

OPINIÃO JOSÉ COELHO

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Apesar de sermos a rede Hankook Masters temos um conceito multimarca, liberal e inovador. **Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?**

A rede tem uma estratégia bem definida no que ao digital/tecnológico diz respeito. Neste momento temos todas as plataformas possíveis para facilitar todo o processo operacional de B2B. Temos ainda ferramentas B2C para apoiar as oficinas no processo de gestão dos seus clientes e da sua satisfação.



CONTISERVICE

- > Fundação **2015**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **65**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **84**
- > Tipo **Manutenção de pneus e serviços de mecânica rápida**
- > Perfil de oficinas procurado **Pneus como core business**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **Depende da relação do agente com a Continental**
- > Número médio de funcionários **Depende do ponto de venda**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não se aplica**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **Depende da dimensão do ponto de venda.**
- > Nome do gestor de rede **Pedro Teixeira**
- > Contacto telefónico do gestor **252 499 400**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
Pneus **Continental**
Lubrificantes **Acordo com a Shell. Não há uma exclusividade, contudo providenciamos uma série de condições suporte para além do preço, como formação e acompanhamento comercial. Contrato anual renovável automaticamente.**
- Peças **Parceria com Create Business**

OPINIÃO PEDRO TEIXEIRA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Ausência de fee inicial que é prática comum nas restantes redes. Preservar o nome do agente (conhecido localmente) é uma das premissas da nossa rede que consideramos fundamental. **Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?**

Um dos grandes desafios que se coloca às redes de oficinas é a fidelização do consumidor. Outro fator é a falta de tempo do cliente. Outro fator importante é a forma como as redes se relacionam e comunicam com o seu consumidor que cada vez mais digital. Os novos consumidores esperam encontrar-nos na net e no digital e falar connosco de imediato na procura de uma resposta instantânea à sua solicitação e estamos a apoiar os nossos parceiros na dinamização de instrumentos e ferramentas para esse fim.



EUROMASTER

- > Fundação **2012**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **68**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **80**
- > Tipo **Pneus, serviços rápidos, mecânica**
- > Perfil de oficinas procurado **Centros de veículos ligeiros (em zonas mais populosas e urbanas com capacidade para fazer pneus e mecânica) ou mistas (nas zonas periféricas das cidades, zonas industriais com uma maior dimensão ou áreas de influência dos principais eixos de transporte que façam ligeiros e pesados)**
- > Investimento mínimo inicial **Não existe um mínimo especificado**
- > Tempo médio de entrada na rede **1 mês**
- > Número médio de funcionários **8**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Miguel Santos**
- > Contacto telefónico do gestor **210492290**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Michelin, Pirelli e GoodYear**
- Lubrificantes **Shell. Não há contrato de exclusividade.**
- Peças **Impex, Santogal, Create business.**
- Software de gestão **Alidata**
- Equipamentos de diagnóstico **Cometil**

OPINIÃO MIGUEL SANTOS

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Somos a rede mais completa. Temos soluções para pneus e mecânica para ligeiros e pesados. Soluções em offline e online e uma atualização constante de serviços no mercado. Temos também uma vasta experiência a nível europeu. **Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?**

Acabámos de abrir a nossa loja online, diferenciadora no mercado, mas além disso aportamos soluções em torno do online que são muito importantes e respondem às necessidades dos clientes de hoje: ebooking, pedido de orçamento ou ferramentas de orçamento de mecânica.

FIRST STOP

- > Fundação **1997**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **72**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **76**
- > Tipo **Pneus, Serviços Rápidos, Mecânica, Revisões Oficiais, Electricidade**
- > Perfil de oficinas procurado **Localização, valência de serviços prestados no mercado onde se insere, perfil de gestão.**
- > Investimento mínimo inicial **Depende do posto e do projecto em questão**
- > Tempo médio de entrada na rede **2/3 meses**
- > Número médio de funcionários **7**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Mário Mendes**
- > Contacto telefónico do gestor **212 307 300**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Bridgestone**
- Lubrificantes **Galp, contrato renovado anualmente. Não existe contrato de exclusividade**
- Peças **Create Business/AD Logistics**
- Software de gestão **Em implementação**
- Equipamentos de diagnóstico **Parceiros de Negócios da Central de Compras**

OPINIÃO MÁRIO MENDES

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Qualidade humana e profissional dos nossos franchisados.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A rede tem um projeto muito bem definido neste campo que iniciou há cerca de 5 anos. Desde plataformas B2B interligadas diretamente com plataformas B2C com venda online muito próximas dos consumidores, ferramentas de captação de informação para políticas de CRM muito bem definidas. O uso das novas tecnologias como QR Codes e APPs são apenas exemplos de como a rede encara as novas formas de relacionamento com os clientes finais.

MEGAMUNDI/POINT S

- > Fundação **1997**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **36**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **40**
- > Tipo **Serviços rápidos, pneus, mecânica**
- > Investimento mínimo inicial **5.000€**
- > Tempo médio de entrada na rede **imediate**
- > Número médio de funcionários **6**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Não**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **ND**
- > Nome do gestor de rede **Ivo Carvalho / Jorge Correia**
- > Contacto telefónico do gestor **219898110**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Vários, somos uma rede independente**
- Lubrificantes **Marca preferencial Castrol, mas cada oficina pode escolher a marca**
- Peças **POINTS e outros**
- Software de gestão **PHC**
- Equipamentos de diagnóstico **Vários**

OPINIÃO JORGE CORREIA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Rede independente.

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A preparação é feita em sintonia com o master adaptado ao país. Neste momento temos um website novo.



Shell
**HELIX
ULTRA**
com tecnologia PUREPLUS

spinerg
SOLUCOES EM ENERGIA

Tintas →



VULCO

- > Fundação **1993**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **40**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **ND**
- > Tipo **SEspecialistas em pneus; serviços rápidos, pintura, mecânica.**
- Perfil de oficinas procurado **Mesmo que os serviços de pneus continuem a ser a principal linha de negócio, devemos diversificar o negócio a serviços de mecânica.**
- > Investimento mínimo inicial **ND**
- > Tempo médio de entrada na rede **Período breve de tempo com assessoria da rede**
- > Número médio de funcionários **ND**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Possibilidade de realizar compra online de produtos de marca própria Vulco ou produtos dos nossos fornecedores homologados.**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **25.000 em toda a rede**
- > Nome do gestor de rede **Mario Recio/Rui Neves**
- > Contacto telefónico do gestor **917461840**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Goodyear Dunlop, Fulda Sava e Debica, dispondo assim a rede de 5 marcas do grupo.**
- Lubrificantes **Marca própria Vulco e Galp, mas cada oficina tem liberdade para comercializar também produtos de outras marcas que considere relevantes para a sua oferta.**

OPINIÃO RUI NEVES

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Profissionalismo e competência com respostas às necessidades específicas de cada cliente, estando dotados da mais avançada tecnologia e oferecendo um preço de serviço muito competitivo.

- Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

Contamos com uma solidez a nível online, com um site onde os clientes podem encontrar a oficina Vulco mais próxima e fazer uma marcação diretamente. Através do site das marcas Goodyear e Dunlop os clientes podem fazer uma marcação diretamente com uma oficina, depois de escolherem o pneu que pretendem.



IDENTICA

- > Fundação **1999**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **18**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **21**
- > Tipo **Carroçaria e Pintura**
- > Perfil de oficinas procurado **Oficinas com colisão, no mínimo 2 pintores, com receção e sala de clientes e localizadas em perímetros urbanos de elevada densidade populacional**
- > Investimento mínimo inicial **Não se aplica**
- > Tempo médio de entrada na rede **3 meses**
- > Número médio de funcionários **8**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Apenas Pintura.**
- > N.º médio de entradas nas oficinas (mensal) **120**
- > Nome do gestor de rede **Ricardo Mattos Coelho**
- > Contacto telefónico do gestor **912 121 910**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Pneus **Cada oficina escolhe fornecedor**
- Lubrificantes **Cada oficina escolhe fornecedor**
- Peças **Cada oficina escolhe fornecedor**
- Colisão **Cada oficina escolhe fornecedor**
- Tintas **Spies Hecker (exclusivo)**
- Accessórios de pintura **Cada oficina escolhe fornecedor**
- Software de gestão **Cada oficina escolhe fornecedor**
- Equipamentos de diagnóstico **Cada oficina escolhe fornecedor**

OPINIÃO RICARDO MATTOS COELHO

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Única rede no mercado especialista em carroçaria e pintura

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A rede renovou recentemente a sua página na internet (www.identica.pt) e está a desenvolver páginas específicas para cada parceiro. Foram lançados programas que englobam questionários de satisfação e que promovem os contactos regulares com os clientes.



Elétricas →

CHECKSTAR

- > Fundação **Oficina Autorizada M.Marelli Eletricidade Auto (1989), Rede de Oficinas M.Marelli CheckStar (2013)**
- > N.º de oficinas aderentes final 2016 **64**
- > N.º de oficinas no final de 2017 (objetivo) **70**
- > Tipo **Eletricidade, Eletrónica, Alarmes e Telemática, Mecânica Geral, Ar Condicionado, Pesados**
- > Perfil de oficinas procurado **250 m², Mecatrónica, Eletricidade, mínimo de 5 funcionários, localização em todo o país**
- > Investimento mínimo inicial **Imagem 1500€; Equipamento oficial 4000€**
- > Tempo médio de entrada na rede **3 meses**
- > Número médio de funcionários **7**
- > Obrigação de venda de peças do master à rede **Sim**
- > Nome do gestor de rede **Artur Pereira**
- > Contacto telefónico do gestor **220917016**
- > **Fornecedores nos seguintes produtos**
- Lubrificantes **Stand Asla**
- Peças **Stand Asla**
- Colisão **Stand Asla**
- Equipamentos de diagnóstico **Stand Asla**

OPINIÃO ARTUR PEREIRA

Qual o principal aspeto diferenciador da vossa rede face à concorrência?

Competência técnica; assistência técnica (presencial e através de call center) e formação

Como se está a preparar a rede para os desafios do marketing digital/novas formas de relacionamento com os clientes finais?

A rede dispõe de um website próprio, cuja renovação se encontra em curso, sendo implementada no início de 2017

(www.magnetimarelli-checkstar.pt/pt)



Número de oficinas/centros por distrito

Nota: Dados de Dezembro 2016 referentes a Portugal Continental e Ilhas

	AVEIRO	BEJA	BRAGA	BRAGANÇA	CASTELO BRANCO	COIMBRA	ÉVORA	FARO	GUARDA	LEIRIA	LISBOA	PORTALEGRE	PORTO	SANTARÉM	SETÚBAL	VIANA DO CASTELO	VILA REAL	VISEU	AÇORES	MADEIRA	TOTAL	EM 2017	
MECÂNICA																							
A Oficina	8	1	8	3		1	4		2	12		12	6	4	2		3	2	4		72	28	www.aoficina.net
Auto Check Center	15	2				1	5				4		8	3	5		1	4	4		52	23	www.autocheckcenter.pt
Auto Crew	5		4	2		2	4	2	9	7	1	5	3	2	3	2	4	1			56	ND	www.autocrew.pt
Bosch Car Service	9	1	12	3	5	4	2	5	4	9	29	2	29	5	7	5	1	4	0	1	137	ND	www.boschcarservice.com
Eco Oficina*	6	2	9	2	2	1	2	1	2	9	132	2	17	1	6	2	1	2			199	ND	www.eco-oficina.pt
EuroRepar Car Service			1	1	1		1	1	2	2	4	2	4		2			2			23	37	www.eurorepar.pt
GoCarmat											7		1		2						10	1	www.gocarmat.pt
J.Alves*			2	2									8								12	ND	www.jalves.pt
Midas	1					2	1	2			37		14	1	7			1			66	4	www.midas.pt
Motrio	1	1	2				1	1	1	1	3		4	1	2			2			20	ND	www.motrio.com
Precision	1					1			1		12	1	3	2	3			1			25	2	www.precision.pt
RedService						2				2				1	1						6	24	www.redservice.pt
Rino Master	1		1		1	1		2		2	5		8	2	2	1	1	2			29	18	www.rino.pt
Top Car	3	1	5		1	3		1	2	3	6		13		8	3		1	1		51	10	www.topcar.com.pt
Dignostic Car	6	7				6					10		6				7			8	50	10	www.diagnostic-car.com.pt
CENTROS AUTO																							
Feu Vert	1		2			1		1		1	4		2	1							13	0	www.feuvvert.pt
Norauto	1		2			1	1	2			10		4	1	4						26	3	www.norauto.pt
Roady	3	1			2	1	1	1	1	4	4	1	4	1	3	1	1	1			30	3	www.roady.pt
VIDRO																							
Caetano Glass	3		2		1	1		1		2	8		4	1	4	1		1			29	-1	www.caetanoglass.pt
Carglass	2	1	5	1	1	3	1	2	1	2	15	1	7	1	3	1	2	1			50	32	www.carglass.pt
Express Glass	4	1	7	2	2	3	2	3	2	3	15	1	14	4	9	1	3	2	2	1	81	0	www.expressglass.pt
Glassdrive	11	3	10	5	1	7	3	6	2	4	21	3	24	5	10	4	3	2	7	4	135	ND	www.glassdrive.pt
Newcar	3	1	5	2	1	1		4	2	2	7	1	5	3	5	4	1	3			50	10	www.newcar.pt
PNEUS																							
Center's Auto	1	2	3	1	1	1	3	2	2	1	7	1	4	4	6		1		1	1	42	11	www.grupocentersauto.com.pt
Confortauto	10	2	11	2			1	1		8	19	1	20	2	2	4	1	1	4	9	98	12	www.confortauto.pt
Contiservice	2		2	1		1		3	1	2	13		3	1	2	1		1		1	34	19	www.contiservice.pt
Euromaster	6		3		2	1	1	2		3	17	1	12	6	6	4		4			68	12	www.euromaster.pt
First Stop	4	1	5	2		2	3	2		7	16		10	5	3	1	2	4	1	1	69	4	www.anossaoficina.com
Fix'n'Go*	2									1	2		1					1			7	ND	www.fixngo.pt
Megamundi (PointS)*	1	1	3			3		3		4	4		9	2	3		1			2	36	4	www.megamundi.pt
Pneuport	1		5	4	1			5		3	26		12	2	8				1		68	ND	www.pneuport.pt
Vulco	3		4		1	1	1	2		6	8	1	6	1	2	1		2	1		40	ND	www.vulco.pt
TINTAS																							
Car Paint*											11		4			1					16	ND	www.carpaint.pt
Identica			1				1	3		1	2		3	2	3		1			1	18	3	www.spieshecker.com/pt
ELÉTRICAS																							
Checkstar	8	2	2			6	1	1	4	3	2	1	12	9	1	1	2	5		1	61	6	www.magnetimarelli-checkstar.pt
Eletric Auto*											4										4	ND	www.electricauto.pt

* Dados retirados do site mas não confirmados pela rede