



# Dossier

## PEÇAS ORIGINAIS

# Qualidade garantida

O negócio das peças de origem tem-se tornado, cada vez mais, um dos pilares da atividade dos fabricantes e distribuidores no mercado nacional

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

A venda de peças originais assume, atualmente, um papel fundamental dentro dos departamentos de após venda dos concessionários, funcionando como fonte adicional de receitas e também como forma de ligação a todos os clientes que, com o envelhecimento do parque automóvel, preferem efetuar a manutenção e reparação dos seus veículos em oficinas independentes. Diretamente através dos reparadores autorizados, nos balcões de peças da rede oficial ou através de marcas específicas criadas para

distribuição de peças, esta é uma área de negócio que não fica esquecida pelos concessionários. Por sua vez, os distribuidores têm também criado, constantemente, todo o tipo de incentivos para a compra de peças originais por parte do cliente. Os operadores justificam o investimento pela qualidade superior, eficiência e desempenho deste tipo de componentes em relação às peças de aftermarket, utilizando também como argumento o aumento dos intervalos entre manutenções, o que reduz, consequentemente, os custos a longo prazo. ●



## QUESTÕES

**1-**No negócio de Pós-Venda, o que representa hoje o negócio de peças de origem dentro da rede (das marcas que representam) e fora da rede (para as oficinas independentes)?

**2-**Como tem evoluído o negócio de peças de origem para as oficinas independentes (vende-se cada vez mais peças para o exterior do que aquelas que são consumidas na rede)?

**3-**O que tem sido feito pela vossa empresa no sentido de dinamizar a venda de peças de origem às oficinas independentes (campanhas, etc.)?

**4-**A vossa empresa tem alguma plataforma de peças B2B destinado especificamente às oficinas independentes ou utiliza as plataformas das marcas? Qual o endereço e como funciona?

**5-**Tem a vossa empresa algum "clube" (destinado a proporcionar mais regalias em função do volume de compras) de peças para as oficinas independentes? Se sim, como se chama, e como funciona?

**6-**Que outras ferramentas e serviços disponibilizam às oficinas independentes que compram peças de origem das marcas que representam?



### GRUPO PSA

David Correia - Responsável de Peças e Serviço

214 166 577

david.correia@mpsa.com

[www.groupe-psa.com](http://www.groupe-psa.com)

1 - Cerca de 50% do nosso volume de vendas é feito nas redes autorizadas, as nossas placas de distribuição vendem às redes autorizadas, e os restantes 50% são vendidos às redes independentes. Em peças de origem. Se incluirmos as peças Eurorepar, temos um peso um pouco superior na rede autorizada, cerca de 56%.

2 - O grupo PSA lançou recentemente a Distrigo, marca para a distribuição de peças para o aftermarket. O nosso dispositivo de peças estava orientado para a nossa rede autorizada, o que fazia com que estivéssemos à margem de uma fatia de negócio de veículos antigos, PSA e outras marcas, que optam por ir a outros canais. A Distrigo tem atualmente três placas de distribuição: PSA Retail, Gamobar e Sofrapa, com um alcance logístico e comercial que abrange todos os canais de mercado.

3 - O atual interesse dos concessionários é o de ser servido dentro do que são as suas necessidades de oficina, em vez de ter stock para vendas. Cada um tem o seu papel. As placas Distrigo dinamizam os clientes e os reparadores concentraram-se na sua atividade oficial.

4 - Temos uma plataforma, o Service Box, Reparadores Independentes. É a mesma plataforma com a qual trabalhamos com os nossos reparadores autorizados. Podem fazer-se encomendas à placa e obter informação técnica. O Service Box tem vários níveis, em função das necessidades de cada uma das oficinas. Tem o nível básico, que é só a consulta de referências, até ao nível em que pode consultar esquemas de diagnóstico e reparação, no Eurorepar Doc, com in-

formação específica para multimarca.

5 - Não temos. Não intervimos nas práticas comerciais. Esse aspeto é da responsabilidade de cada uma das placas de distribuição. Cada uma desenvolve as suas práticas comerciais para captar e fidelizar clientes.

6 - Lançámos o ano passado o Eurorepar.com, para dar a conhecer a gama de peças Eurorepar ao público profissional, o seu posicionamento preço/qualidade e as gamas de produto. É um portal de informação e de consulta sobre a gama.



### KIA PORTUGAL

Tiago Carvalho - Diretor Após Venda

210 344 400

tcarvalho@kia.pt

[www.kia.pt](http://www.kia.pt)

1 - O negócio das peças originais Kia está em expansão dentro da nossa rede, pela fidelização que os sete anos de garantia representam e pelo forte crescimento do parque circulante Kia. É efetuado diretamente pelos nossos reparadores autorizados e são estes que revendem para os independentes.

2 - O negócio de peças originais Kia nas oficinas independentes também tem crescido devido ao aumento do número de viaturas Kia em circulação, mas está principalmente focado nas viaturas mais antigas, dada a fidelização dos clientes à rede de reparadores Kia até, pelo menos, ao 7º ano de idade da viatura.

3 - A Kia Portugal tem uma política de preços e incentivos que permite aos seus reparadores autorizados venderem peças originais Kia às oficinas independentes.

4 - Não possuímos qualquer plataforma B2B para clientes fora da nossa rede de reparadores autorizados.

5 - Não existe qualquer clube ou política comercial para venda de peças originais

Kia às oficinas independentes.

6 - Não está previsto para 2018 o lançamento de qualquer ferramenta ou serviço específico para oficinas independentes pela marca Kia em Portugal.



## SEAT

Luis Rosa - Manager After Sales  
218 918 900  
[www.seat.pt](http://www.seat.pt)

1 - Para a Seat, as vendas a oficinas independentes são realizadas pelos balcões de peças da rede oficial e representam cerca de 30% do total de peças vendidas.

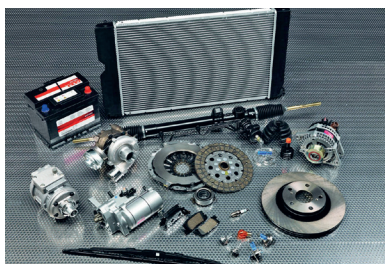
2 - No caso da Seat, o volume tem sido mantido estável ao longo dos anos, não sendo notórias variações significativas.

3 - A dinamização de vendas é local e adaptada à realidade e mercado de cada operador autorizado. É privilegiada, acima de tudo, a relação pessoal.

4 - A Seat disponibiliza uma plataforma digital de adesão voluntária pela rede oficial. Independentemente disso, a rede autorizada privilegia o contacto direto e presencial, de forma a garantir um correto serviço de identificação de peças, para total satisfação dos clientes.

5 - Os programas de incentivo estão disponíveis para toda a rede autorizada e assentam em critérios de volume, acedíveis por todos.

6 - Para além das garantias, são disponibilizados serviços de identificação de peças (presencial e, em alguns casos, telefonicamente) pelos Seat Service, bem como apoio técnico sempre que solicitado.



## TOYOTA CAETANO PORTUGAL

Ricardo Campos - Responsável Comercial & Preços, Gestor de Projetos, Departamento Comercial & Desenvolvimento Rede - Divisão Após-Venda  
ricardo.campos@toyotacaetano.pt  
[www.toyota.pt](http://www.toyota.pt)

1 - A atividade de peças assume um papel fundamental dentro do após venda, como fonte adicional de vendas do concessionário e como ligação aos clientes Toyota. Existe uma grande confiança nos reparadores em relação às peças genuínas Toyota, dada a qualidade das mesmas e sua segurança intrínseca, que advém do facto de terem sido desenhadas pela Toyota para os Toyota. A nossa prioridade continua a ser a retenção de clientes nas oficinas da Rede Toyota. Ainda assim, a vendas de peças a oficinas independentes constitui um pilar estratégico da nossa atividade, e representa cerca de 30%.

2 - A venda de peças para as oficinas independentes tem evoluído positivamente, e no mesmo sentido que as vendas à Rede Toyota. Em termos de peso na atividade total, não tem variado significativamente

ao longo dos últimos anos, uma vez que esta estratégia já foi implementada há alguns anos, com frutos muito positivos.

3 - Há mais de dez anos, foi implementado o projeto Toyota Premium Trade, que visa potenciar a venda de peças às oficinas independentes. Esse programa passa por um acompanhamento próximo dos clientes, bem como um forte conhecimento técnico do que está a ser comercializado, ao qual se acrescenta uma logística de acordo com as necessidades. Em termos de produto, existe um reconhecimento claro do mercado de que estamos a falar de produtos de qualidade superior, o que tem sempre impacto positivo no cliente final. Existem ainda campanhas comerciais, com oferta de preços especiais ou descontos em produtos específicos. Estamos a reestruturar a estratégia de vendas a reparadores independentes, para conseguir estar ainda mais próximos, e conseguir vender cada vez mais para o parque mais antigo.

4 - Como o negócio de venda de peças a oficinas independentes é realizado pelos concessionários, não foi desenvolvida uma plataforma B2B de âmbito nacional.

5 - Dentro do Toyota Premium Trade, cada concessionário tem a possibilidade de proporcionar regalias aos seus clientes. No entanto, tratam-se de ações locais, sem uniformização a nível nacional. Dentro da reestruturação prevista para este programa, esta será uma das áreas de intervenção, por forma a dar uma abordagem mais integrada e transversal às regalias dadas aos clientes.

6 - Como explicado anteriormente, um grande apoio na identificação de peças, bem partilha de conhecimentos técnicos sobre a sua aplicação tem sido fundamental para consolidar a venda de peças genuínas Toyota para as oficinas independentes.

PUBLICIDADE

FABRICANTES DO MÊS DE **AUTO DELTA MARÇO**

**KOLBENSCHMIDT**

**PIERBURG**



Sede : Rua da Fontainhas, 77 - Andrinhas - Apartado 776 - 2416-905 LEIRIA Tel:244 830 070 - Fax:244 813 047  
Filial : Zona Industrial - Rua T, Lote 49 6001-997 CASTELO BRANCO Tel:272 349 580 - Fax:272 349 589  
Email: geral@autodelta.pt - www.autodelta.pt



## SIVA

José Nogueira - Marketing e Vendas  
263 407 112  
jose.nogueira@siva.pt  
[www.sivaonline.pt](http://www.sivaonline.pt)

1 - O negócio de peças de origem hoje representa, dentro da rede 65% e fora da rede 35%.

2 - Nos últimos anos verificou-se um acréscimo nas vendas, tanto para as oficinas independentes como para a rede.

3 - Disponibilização gratuita aos concessionários de uma ferramenta digital para a criação de campanhas específicas para este canal "NORA Campaign Flyer Tool", incentivo financeiro aos concessionários em função do volume de vendas de peças originais às oficinas independentes.

4 - Sim, o Partslink24. Trata-se de uma ferramenta baseada na web com muitas vantagens, quer para o concessionário quer para a oficina independente: disponível 24 horas, 7 dias por semana, 365 dias ano, acesso a 38 catálogos eletrónicos de peças, pesquisa da peça por n.º de chassi e das funções de busca inteligente, consultas de preços, pedidos de orçamentos, encomenda de peças, gestão profissional de clientes, estatísticas de volume de encomendas, permite uma comunicação entre as partes, dispensa o uso do telefone. Acesso através do link [www.partslink24.com](http://www.partslink24.com).

5 - Não.

6 - Visitas às oficinas independentes por parte dos vendedores itinerantes, entrega de peças mais que uma vez por dia, hot line/Call center, staff dedicado, materiais de comunicação, Apoio técnico na resolução de problemas.

## ORIGINS

The invisible that matters

## RENAULT PORTUGAL

Fernando Vara - Diretor Após-Venda  
218 361 000  
fernando.vara@renault.pt  
[www.renault.pt](http://www.renault.pt)

1 - Para a Renault, o Pós-Venda é uma importante atividade no negócio da distribuição automóvel. No âmbito do Pós-Venda, o comércio e distribuição das Peças de Origem constitui por si só uma importante parte do negócio. É importante pela rentabilidade do mesmo e pelo garante oferecido aos clientes que adquirem automóveis Renault e Dacia. Por outro lado, o rigoroso caderno de encargos a que a produção e distribuição das Peças de Origem Renault é sujeita, assegura o nível de qualidade com reconhecimento por parte dos operadores do setor, o que lhes permite garantir a qualidade na reparação.

2 - A Renault tem, em Portugal, uma história muito forte no âmbito da distribuição de peças. Sempre estivemos presentes e procurámos manter relações com as oficinas independentes, que são um canal importante na venda de peças de origem. Nos últimos tempos, a atividade no exterior tem vindo a crescer num contexto de parque mais jovem.

3 - A Renault Portugal dispensa uma atenção especial ao negócio das peças de origem. Temos, há muitos anos, equipas no terreno dedicadas em exclusivo ao acompanhamento da sua rede de distribuição e clientes independentes. A nossa rede de distribuição conta também com equipas de venda e distribuição de peças junto das oficinas independentes do seu perímetro de influência. São também promovidos encontros de clientes profissionais.

4 - Temos a plataforma digital, disponível em [www.parts.renault.com](http://www.parts.renault.com). Mediante registo e utilização gratuita, os nossos clientes podem identificar peças para os

automóveis, consultar a sua disponibilidade no respetivo distribuidor, preços e proceder à encomenda.

5 - Peça & Ganhe, é o nome que identifica o clube que premia os clientes profissionais de manutenção e reparação automóvel. Proporciona aos nossos clientes ganhos suplementares no negócio, seja pela distribuição de prémios ou bónus, seja pela atribuição de descontos extra na aquisição de sobressalentes.

6 - A Renault conta com uma gama completa para manutenção e reparação automóvel. Na nossa gama de Peças de Origem Renault contamos com todo o tipo de produtos, desde o humilde rebite da placa de matrícula, até ao indispensável pneu sem esquecer a tinta e verniz que protegem e realçam as formas e do nosso automóvel, passando por todas as peças mecânicas. Mais recentemente, decidimos oferecer aos clientes a possibilidade de integrarem a Rede de Oficinas Motrio. Aos clientes que integrem esta rede de oficinas, é disponibilizado um vasto conjunto de ferramentas de apoio, como as informáticas para identificação gestão de peças e faturação, identidade e imagem da marca, publicidade e comunicação.



## BMW

José O'Neill - Aftersales Marketing Manager  
214 873 115  
[www.bmw.pt](http://www.bmw.pt)

1 - Em 2017, o negócio de peças solidificou a sua maturidade e importância no panorama do negócio de peças nacional, apresentando um crescimento forte e saudável de cerca de 10%. A venda às designadas oficinas independentes situa-se entre os 25% a 30% das vendas de peças da nossa rede oficial, em termos médios.

2 - No caso das marcas do BMW Group, BMW e MINI, após um período de aumento da percentagem de venda de peças



# Todos os Filtros. Para todas as Marcas.

A Blue Print alargou a sua gama de filtros incluindo agora marcas e modelos de veículos europeus, cobrindo mais de 90% de todos os veículos ligeiros e LCV's nas estradas europeias.

Pense Filtros. Pense Blue Print.

\*lançados a partir do ano 2000

[www.blue-print.com](http://www.blue-print.com)

**bilsteingroup®**

de origem para oficinas independentes, nos anos recentes esta percentagem estabilizou. Tal verifica-se porque, além de a rede de Pontos de Serviço BMW e MINI trabalhar a vertente de venda de peça a oficinas independentes, tem acesso a um programa nacional desenvolvido localmente, a que chamamos BMW Value & Care ou MINI Regeneration, dirigido para Clientes BMW ou MINI com automóveis de cinco ou mais anos. Esse programa oferece um cartão gratuito que dá acesso a benefícios como um desconto de 10% em peças e/ou de mão-de-obra nos Pontos de Serviço Autorizados BMW ou MINI e Assistência em Viagem gratuita. Oferece ainda em parceria com a BP Portugal um desconto de seis cêntimos por litro de gasóleo ou gasolina e um desconto de sete cêntimos por litro em gasóleo ou gasolina da gama BP Ultimate e em parceria com a companhia de seguros Liberty, descontos até 25%. No programa BMW Value & Care ou MINI Regeneration encontram-se também uma vasta série de operações correntes de manutenção, desde as pastilhas de travão, discos de travão, serviços de mudança de óleo, baterias, amortecedores, inspeções programadas pelas marcas, etc., com preços pacote fechados muito vantajosos.

3 - Temos um programa específico de acompanhamento de venda de peças ao canal oficinas independentes, que denominamos Parceiros na Qualidade. Essa venda é sempre feita pelos nossos Pontos de Serviço Autorizados, de forma a podermos proporcionar o devido acompanhamento ao negócio bem como assegurar que o mesmo é feito, respeitando os critérios de qualidade característicos das marcas do BMW Group.

4 - O programa Parceiros na Qualidade tem uma plataforma de acesso individualizado para consulta por parte das oficinas independentes, disponibiliza a plataforma multimarca Parts Link 24 para encomenda de peças e tem incentivos comerciais, tanto para os Pontos de Serviço como para as oficinas independentes aderentes.

5 - O Programa Parceiros na Qualidade inclui essa vertente, proporcionado a geração de vouchers de desconto que podem ser utilizados nas compras subsequentes.

6 - Existe um portal disponibilizado centralmente pelo BMW Group, o AOS,

onde as oficinas independentes poderão procurar apoio.



## FORD

Pedro Paula Pinto - Diretor Pós-Venda  
213 122 307  
ppinto6@ford.com  
[www.ford.pt](http://www.ford.pt)

1 - Em Portugal não existem estatísticas rigorosas com essa informação, mas sabemos que em alguns mercados o volume de peças de origem dentro da rede oficial ronda os 30%.

2 - O volume de vendas de peças para oficinas independentes continua a ser fundamental no nosso volume global de peças, mas o seu peso relativo tem-se mantido mais ou menos estável ao longo dos anos.

3 - Na rede Ford existe um conjunto de concessionários denominados "Parts Plus" que estão mais vocacionados para a venda de peças para clientes profissionais e oficinas independentes. Esta estrutura proporciona aos seus clientes elevados níveis de serviço, rapidez na entrega de peças, contactos privilegiados e condições comerciais mais favoráveis. Um dos pilares fundamentais neste canal é a comunicação e marketing e por isso todas essas concessões trabalham ativamente a sua carteira de clientes, seja através de campanhas, seja através de ações locais com esses parceiros, mas sempre numa perspetiva de tentar ir ao encontro das expectativas e necessidades desses clientes.

4 - Sim, [www.fordpartnerclub.pt](http://www.fordpartnerclub.pt). Os concessionários Parts Plus inscrevem os seus clientes nesta plataforma e a partir dessa altura inicia-se um processo de seguimento e acompanhamento. Baseado no volume de negócios, os clientes ficam habilitados a um conjunto de prémios cujo catálogo pode ser consultado online. O Ford Partner Club foi idealizado para satisfazer as necessidades dos

clientes profissionais. É um Website de Acesso Especial, um portal único de compras, que permite o acesso rápido e fácil aos dados de que necessita. As vantagens incluem: Informação Técnica, Catálogos de Peças, Acesso ao FordEtis e FordEcat+ (Informação Técnica e Catálogo Eletrónico Ford), Incentivos e Campanhas Especiais. Tudo isto é reforçado com um excelente apoio do concessionário local, fornecendo o serviço de entrega e os termos especiais de negociação pretendidos.

5 - Sim, é o mesmo: [www.fordpartnerclub.pt](http://www.fordpartnerclub.pt)

6 - Catálogo de peças (ECAT) e Portal de Serviço (ETIS).



## HONDA

Ricardo Soares - Diretor de Após-Venda  
Honda Portugal Automóveis  
915 323 237  
ricardo.soares@sozo.pt  
[www.honda.pt/cars](http://www.honda.pt/cars)

1 - No caso da Honda Automóveis, o negócio de peças tem, atualmente, uma distribuição de, aproximadamente, 75%/25%.

2 - O negócio de peças de origem para as oficinas independentes tem-se mantido estável, sem um crescimento ou decréscimo significativo.

3 - A Honda Automóveis tem focado a sua estratégia de atuação na capitalização da fidelização do cliente Honda ao Serviço Oficial com o objetivo de incrementar este canal em detrimento da venda a independentes.

4 - Não, a Honda Automóveis não disponibiliza nenhuma plataforma de peças B2B destinada especificamente às oficinas independentes.

5 - Não, não disponibilizamos esta solução para as oficinas independentes.

6 - Não dispomos, atualmente, de nenhuma plataforma/ferramenta vocacionada ao negócio de peças a independentes.



## HYUNDAI

Rita Pessanha - Comunicação e RP  
220 932 537

[www.hyundai.pt](http://www.hyundai.pt)

1 - O negócio de peças de origem dentro fora da rede tem uma distribuição de cerca de 60% / 40%.

2 - Tem havido um ligeiro crescimento da venda externa, mas não substancial.

3 - A Hyundai Portugal tem focado a estratégia no incremento do serviço oficial em detrimento da venda a independentes.

4 - Qual o endereço e como funciona? A Hyundai Portugal não possui nenhuma plataforma para comercialização de peças B2B.

5 - Não.

6 - Não temos, atualmente, nenhuma ferramenta destinada ao negócio de peças a independentes.



## AI PEÇAS

Silvio Costa - Gerente

919 377 203

[scosta.porto@auto-industrial.pt](mailto:scosta.porto@auto-industrial.pt)

[www.grupoautoindustrial.pt/pecas](http://www.grupoautoindustrial.pt/pecas)

1 - Nas oficinas das marcas representadas pelo Grupo Auto-industrial, as peças aplicadas são quase na sua totalidade originais, nas oficinas independentes a aplicação de peças originais é substancialmente menor e com tendência a diminuir.

2 - A vendas de peças originais para oficinas independentes tem sido cada vez menor, assistindo-se a uma procura superior, por parte dessas oficinas, por peças de qualidade equivalente e até usadas.

3 - Ao longo do ano temos campanhas das diversas marcas e de variadas famílias de peças, umas em colaboração com as marcas representadas, outras iniciativas da nossa empresa, além de continuarmos o esforço de manter o atendimento, nível de stock e entrega rápidos e eficazes. Para além dessas campanhas temos, em permanência, uma ação em que garantimos aos nossos clientes o preço mais baixo.

4 - Neste momento disponibilizamos dois tipos de plataformas uma para todos os clientes <http://pecasautoempromocao.grupoautoindustrial.pt>, que disponibiliza informação de disponibilidade de

stock e informação se a peça consultada está em promoção, outra plataforma funciona numa rede interna, apenas disponibilizada a clientes profissionais mediante códigos de acesso individuais que disponibiliza informação de quantidades em stock, preço e armazém em que se localiza.

5 - Desafiámos anualmente os nossos melhores clientes, que podem variar de um ano para o outro, para um challenge, que assenta sobre volumes de faturação e que proporciona benefícios específicos a esse grupo de clientes, mas não é um "clube".

6 - Além dos habituais meios de comunicação, telefone, email e Skype, as ferramentas online de consulta de stock atrás referidas, serviço de entrega, chegando às três entregas diárias nos grandes centros urbanos, fora destes garantimos entregas duas vezes por dia em 90% das nossas áreas de influência.



## MCOUTINHO

Ricardo Figueiras - Responsável de Marketing

219 484 600

[www.mcoutinhopecas.pt](http://www.mcoutinhopecas.pt)

1 - Neste momento o peso maior cai sobre as oficinas independentes com aproximadamente 70% do volume negócio a ser gerado por estas entidades. Os restantes 30% são obtidos pelo negócio gerado dentro da rede.

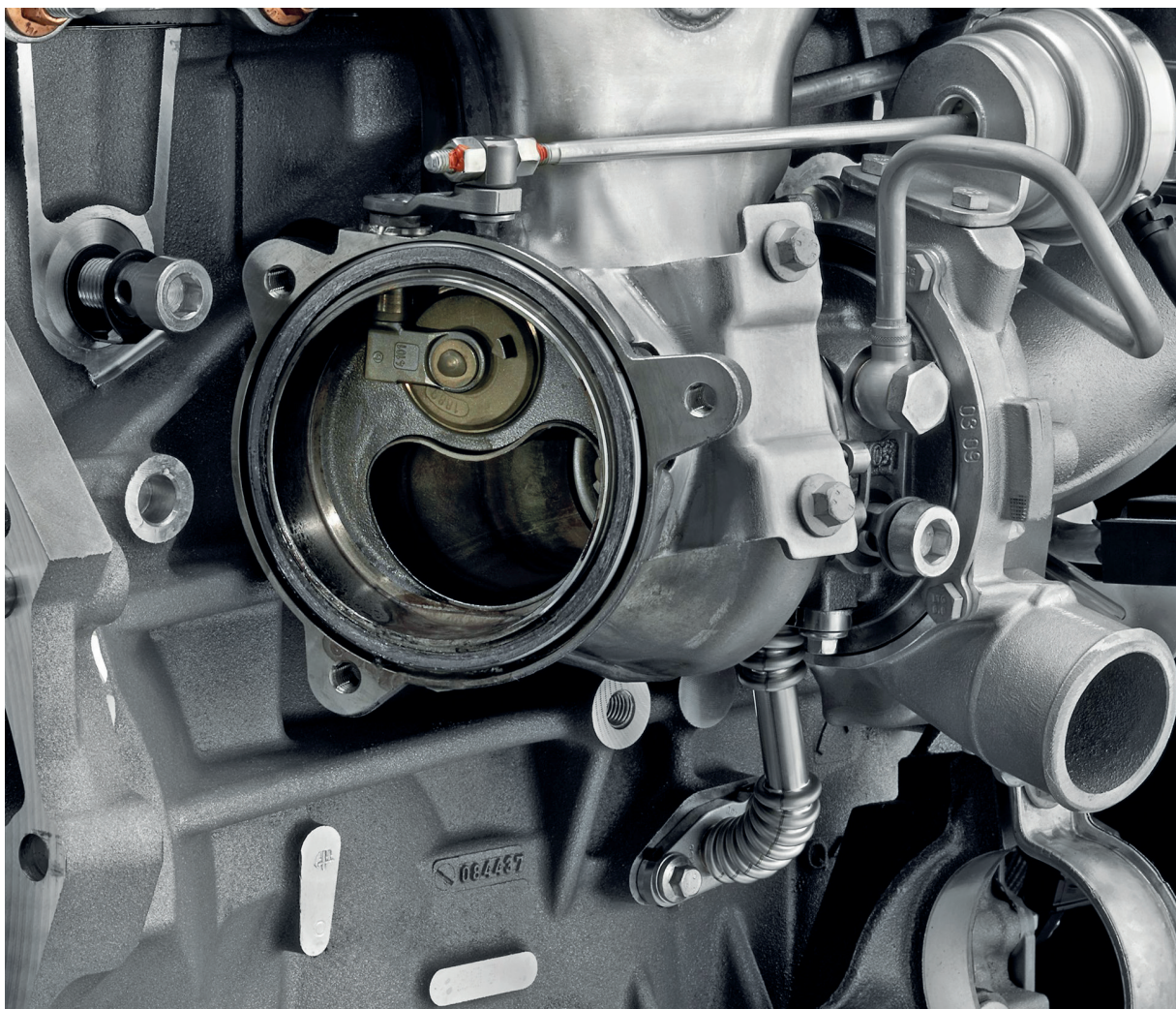
PUBLICIDADE

**ACESSÓRIOS PARA ELEVADORES DE VIATURAS**

**ASSISTÊNCIA TÉCNICA 24 HORAS A ELEVADORES PARA VIATURAS**  
 Contacto móvel: 914 068 071 - email: [mgm-assistencia@sapo.pt](mailto:mgm-assistencia@sapo.pt)

Serviços Centrais: Rua do Agro, 150 | 4410-089 Serzedo | V.N.G | Tel.: 22 764 27 22 | 22 744 64 09 | Fax: 22 741 98 65 | [www.mgm.com.pt](http://www.mgm.com.pt)





2 - Temos crescido na casa dos dois dígitos a nível de vendas externas (fora da rede), fruto do nosso modelo de negócio, mais orientado para o mercado independente. Este crescimento é justificado também pelos investimentos que temos levado a cabo. Mas esse crescimento não é propriamente um reflexo do mercado, o facto de o crescimento se registar nas vendas externas não significa que as vendas internas não registem crescimento. O que acontece é que o mercado a nível interno acompanha a evolução de mercado, mas é normal que o crescimento não seja tão acentuado, tendo em conta que as nossas forças estão mais concentradas no exterior. Para além disso o mercado interno é um mercado mais maduro e consequentemente com crescimento menos significativo.

3 - Para promover as vendas colocamos à disposição dos nossos clientes as melhores ferramentas de pesquisa e compra de peças, associar a essas ferramentas um serviço ímpar no mercado e levar a cabo campanhas que lhes permitam tirar o maior partido das suas compras. Na MCoutinho Peças vemos a venda como

um todo, não nos deixamos representar pelo preço mais baixo, mas sim por um equilíbrio entre preço, grandes oportunidades, atendimento e serviço.

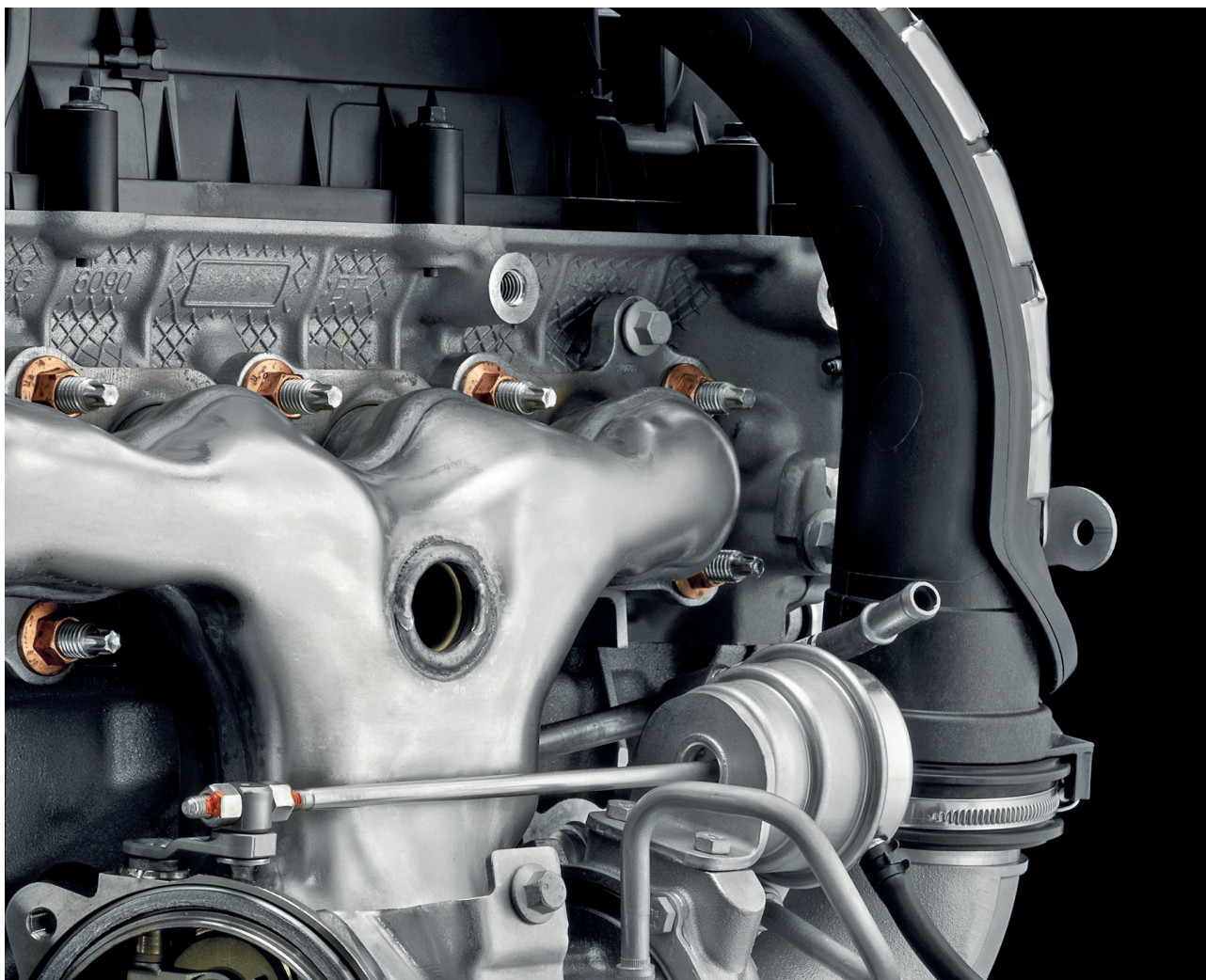
4 - Dispomos de uma plataforma B2B em [www.mcoutinhopecas.pt](http://www.mcoutinhopecas.pt), que tem despertado reações positivas junto dos nossos clientes. É consensual entre os utilizadores que a nossa plataforma é muito intuitiva e facilita de forma real a interação dos nossos clientes para conosco, já para não falar na facilidade que trás na consulta e compra de peças no dia-a-dia.

Estas reações justificam-se pelo facto de a nossa plataforma ter sido desenvolvida internamente por especialistas no mercado e ser 100% orientada para o mercado. Para além disso e tendo em conta que o desenvolvimento da nossa plataforma é interno, temos toda a facilidade em levar a cabo modificações que, muitas vezes, nos são sugeridas pelos próprios clientes.

5 - Na MCoutinho Peças olhamos para os clientes de forma muito particular, isto porque todos têm necessidades e estados de desenvolvimento diferentes.

O que fazemos é estudar os clientes caso a caso e tentar adaptar a nossa oferta às suas necessidades. Por outro lado, disponibilizamos a possibilidade dos clientes pertencerem à nossa rede de oficinas RINO ([www.rino.pt](http://www.rino.pt)), a qual permite usufruir de um conjunto de mais-valias, desde o apoio especializado, formação, marketing, até condições únicas na aquisição de peças. Isto permite uma vantagem competitiva e uma maior capacidade de enfrentar as evoluções do mercado e dos próprios automóveis.

6 - A MCoutinho Peças disponibiliza às oficinas independentes múltiplos canais de encomenda, um deles sendo o nosso call center, que conta com mais de 30 atendedores especializados que, mais do que encomendar peças, auxiliam na sua identificação. O nosso portal permite aos nossos clientes realizar as operações diárias de forma mais fácil, potenciando o seu negócio, com ganhos de tempo e de produtividade fora do comum. O desenvolvimento foi feito por especialistas no mercado e a capacidade de alterar os componentes no portal. Por último temos a rede de oficinas RINO, criada



com o intuito de fortalecer as oficinas face ao mercado; através da adesão à nossa rede, as oficinas passam a ter um conjunto de ferramentas que de outra forma não teriam.



## GAMOBAR

Paulo Silva - Coordenador de Vendas  
226 152 700  
paulo.silva@gamobar.pt  
[www.gamobar.pt](http://www.gamobar.pt)

1 - Tem muito a ver com a estrutura da empresa e da sua organização. No nosso caso, 30% do negócio é feito na rede e a fatia maior, 70%, corresponde às oficinas independentes.

2 - Tem evoluído de forma positiva, porque se há alguns anos, devido à crise económica, os clientes procuravam o mais barato, desde 2017 que as oficinas independentes procuram qualidade. Desse modo, as vendas para o exterior têm aumentado, com a crescente preferência pelas peças de origem.

3 - A nossa estratégia passa pelo lançamento de campanhas mensais, de fidelização e não só, mas também pela aposta num serviço de logística eficaz, tirando partido das condições proporcionadas pelo nosso novo armazém e pelo forte investimento a nível informático.

4 - Sim, através do endereço [www.gamobarpeças.pt](http://www.gamobarpeças.pt) os clientes da Gamobar têm a possibilidade de fazer pesquisa de peças e de pneus, de fazer encomendas, relatórios ou mesmo aceder à bolsa de peças, tudo isso sem falarem com ninguém. Digamos que dispõem de uma série de funcionalidades ao alcance da mão para melhor rentabilizar o seu trabalho. Hoje, com a bolsa de peças, um cliente que tenha adquirido uma peça e depois, por qualquer motivo, não necessite dela,

pode colocá-la lá, na rede, e aguardar que outro a adquira.

5 - Nunca optámos pelo conceito de “clube”, porque gostamos de estabelecer diariamente uma relação com cada um dos nossos clientes, procurando através dela responder às suas necessidades e exigências. E o que nos pedem hoje resume-se a um atendimento rápido no call center, a uma logística eficaz no armazém, a um serviço célere do transportador e que o produto chegue ao destino bem embalado e em condições de ser utilizado na hora.

6 - A Gamobar Peças disponibiliza os programas das marcas, tais como o Opel Trade Center ou o BMW - Parceiros de Qualidade.