ZF Aftermarket lança Amigo Bom de Venda, primeiro programa de qualificação para balconistas e vendedores de autopeças do Brasil

- **Programa foi criado após o sucesso do Amigo Bom de Peça, que já emitiu mais de 23 mil certificados para mecânicos e reúne 70 mil fãs no Facebook**

- **Amigo Bom de Venda será o primeiro programa voltado exclusivamente a balconistas e vendedores de autopeças do Brasil**

- **Garoto-propaganda da ZF Aftermarket será o apresentador Ciro Bottini, um dos mais conhecidos nomes de vendas televisivas do País**

O sucesso do Programa Amigo Bom de Peça, lançado pela ZF Aftermarket em abril de 2017 como um canal de comunicação e treinamento para mecânicos e que atinge hoje cerca de um milhão de pessoas pelos canais digitais por mês, acaba de resultar na criação de mais um programa de relacionamento e qualificação, desta vez voltado para balconistas e vendedores de autopeças. Trata-se do "Amigo Bom de Venda", que está sendo lançado oficialmente na Automec deste ano e terá como garoto-propaganda o apresentador Ciro Bottini, um dos mais conhecidos nomes de vendas televisivas do Brasil.

O Amigo Bom de Venda será semelhante ao Amigo Bom de Peça, com um site de conteúdos e destaque para vídeos curtos e práticos, desta vez com dicas exclusivamente criadas para o vendedor de autopeças. Inicialmente, cinco vídeos serão lançados no Amigo Bom de Venda, todos com participação do apresentador Ciro Bottini. Os balconistas e vendedores poderão obter seus certificados com a ZF Aftermarket após realizarem testes on-line na plataforma, assim como os mecânicos fazem atualmente no Amigo Bom de Peça.

A motivação para a criação de mais um programa de treinamento é o de estreitar cada vez mais o relacionamento com todos os elos da cadeia de distribuição de peças da ZF. De acordo com Fernanda Giacon, Gerente de Marketing da ZF Aftermarket América do Sul, atualmente não existe nenhum tipo de treinamento específico para este profissional, que encontra menos suporte e informação do que o mecânico para entender o dinâmico universo automotivo. "Mais uma vez fomos a campo e entendemos o dia a dia deste público, suas dores e quais os assuntos mais relevantes para criar o programa", explica Fernanda.

"Entendemos que o trabalho do balconista e dos vendedores complementa o trabalho do mecânico e vice-versa e ambas as atividades tem total relação. É importante que ambos os elos dessa cadeia recebam informações corretas sobre questões como tempo de vida útil de produtos, sua durabilidade, manutenção, relação com outras peças do veículo e mais uma infinidade de informações importantes no seu dia a dia. Ele precisa pensar no veículo como um sistema completo e não em peças isoladas", explica. "Com o Amigo Bom de Venda o balconista deixa de limitar sua busca de informações apenas em catálogos e sites e encontra um canal completo para tirar dúvidas e se qualificar", avalia Fernanda Giacon.

"Acreditamos que a criação do Amigo Bom de Venda poderá trazer resultados positivos diretamente para os balconistas de varejos e vendedores de distribuidores, que por meio dos treinamentos poderão se transformar em verdadeiros consultores de vendas especializados". Na opinião de Fernanda Giacon, trata-se de uma iniciativa que atingirá diretamente distribuidores, varejistas e mecânicos, além, é claro, do consumidor final. "Afinal de contas, um vendedor mais bem preparado consegue vender melhor e de forma correta. Com isso, consegue fidelizar seus clientes e até criar fãs", conclui.

Atualmente o distribuidor lida com mais de 300 mil itens de diferentes marcas presentes no mercado. Somente a ZF atua com mais de 20 mil itens em seu portfólio e isso dificulta ainda mais o conhecimento técnico

por parte do balconista. São inúmeras linhas de produtos, sistemas diferentes e não existe nenhum lugar que seja referência de aprendizado para esses profissionais, a não ser em catálogos e sites.

A única diferença entre o Amigo Bom de Peça e o Amigo Bom de Venda além do conteúdo, estará na extensão do relacionamento e comunicação com o público-alvo. O Amigo Bom de Venda utilizará como plataforma de comunicação o WhatsApp, que provou ser a melhor ferramenta para falar com distribuidores e varejistas de autopeças, enquanto o Amigo Bom de Peça é realizado através do Facebook. "Temos hoje 30 mil varejos distribuídos no Brasil. Em cinco anos, esperamos atingir 70% deste público por meio do Programa", prevê Fernanda.

Contato para a imprensa:

MM EDITORIAL
Marta de Souza – marta@mmeditorial.com.br
+55 11 99407-5750

Bruna Totaro – bruna@mmeditorial.com.br
+55 11 98488-4642

ZF Friedrichshafen AG
A ZF é uma empresa global de tecnologia que fornece sistemas de mobilidade para carros de passeio, veículos comerciais e aplicações industriais. Com um amplo portfólio de produtos tecnológicos, a companhia oferece soluções completas para montadoras estabelecidas, operadoras de serviços de mobilidade e novas empresas do setor de transporte e mobilidade. A engenharia dos sistemas ZF está focada na integração digital e automação. A ZF possibilita aos veículos ver, pensar e agir.

A ZF possui em torno de 149 mil colaboradores ao redor do mundo em aproximadamente 230 plantas em 40 países. Em 2018, a companhia alcançou vendas de 36,9 bilhões de euros. A empresa investe anualmente mais de 6% de seu faturamento em pesquisa e desenvolvimento.

A divisão Aftermarket do Grupo ZF garante o desempenho e a eficiência dos veículos ao longo de seu ciclo de vida, com soluções integradas e um portfólio completo de soluções. A combinação de marcas estabelecidas no mercado, inovações digitais, produtos e

serviços personalizados e uma rede mundial de serviços fazem da ZF uma parceira atrativa e a segunda maior empresa do mercado automotivo global.

ZF América do Sul
ZF Aftermarket América Latina
Itu (SP) - Brasil
www.aftermarket.zf.com/la