

Dossier



REDES OFICINAIS

Digitalizar o serviço nas oficinas

As redes oficiais estão a dinamizar cada vez mais ferramentas digitais para agilizar o negócio, trazendo mais conforto ao cliente e mais rentabilidade às oficinas

TEXTO NÁDIA CONCEIÇÃO

Os últimos meses têm mostrado ao setor da manutenção e reparação automóvel a importância cada vez maior do digital na continuidade do seu negócio. “O serviço prestado numa oficina terá sempre que ser presencial e envolverá um contacto pessoal que envolve uma visita do consumidor ao ponto de venda. Mas todos os procedimentos adotados até ao momento da escolha do ponto de venda a visitar, são cada vez mais potenciados pelo digital e uma presença forte, atrativa e com informação útil para o consumidor é cada vez mais relevante”, in-

dica Sandra Melo, da Contiservice. “Ignorar o processo de digitalização já não é uma opção, sem a transição digital é agora impossível cumprir os objetivos de negócio das oficinas. Quem não está na internet, “não existe”, adianta Cíntia Reis, da Euromaster. As redes oficiais que participaram neste trabalho, apesar de continuarem a dar importância à relação presencial com os seus clientes, indicaram quais as suas apostas ao nível da transição digital, assim como os meios digitais que disponibilizam às oficinas da rede, por forma a melhorarem os seus serviços, a sua rentabilidade e o atendimento ao cliente. ●



ASERAUTO

Aser Automotive

Paula Soares / Mario Romero

<https://aserauto.com/pt-pt>

“O conceito aserAuto é de uma rede premium, tanto em termos de conhecimento e serviços à oficina e ao cliente, e as ferramentas digitais, que são a base fundamental do presente e futuro das oficinas são um pilar fundamental da rede. A partir do

momento em que um cliente necessita de reparar um veículo, entram em jogo as ferramentas digitais da rede: para “ligar” o cliente à oficina e a oficina ao concessionário, para receber e reparar o veículo e para emitir a fatura após a reparação. E também para que o cliente e a oficina mantenham a comunicação e para que o cliente seja informado das campanhas, promoções ou saiba quando deve ter o seu veículo a ser reparado e mantido. As ferramentas digitais são fundamentais para a análise detalhada da gestão das oficinas e para impulsionar o negócio. Apresentámos a Rede aserAuto no final de 2021 e estamos na fase final de finalização dos últimos detalhes antes do lançamento oficial e de começar a desenvolver a Rede com os clientes dos nossos parceiros em Portugal”.



FELUVERT

Tiago Miguel Santos Rocha

www.feuvert.pt

“Implementação de smartphones nas nossas oficinas para os mecânicos, criação do cartão cliente virtual com leitura QR code para promoções em loja, criação e desenvolvimento da nova página web, parceria digital com SPLIO para marketing direto. No início deste ano fizemos a implementação de smartphones, para de forma a que o contacto com o cliente seja mais pormenorizado, com o envio do relatório técnico da intervenção feita na sua viatura diretamente para o seu email, assim como fotografias de possíveis anomalias prejudiciais para a circulação do veículo, conseguindo assim uma aproximação ao cliente sem a necessidade da deslocação à oficina. Com a pandemia detetámos que os nossos clientes mudaram o seu procedimento habitual de deixar a viatura e aguardar pela reparação, optando por deixar a viatura e vir recolher a mesma ao final do dia, por este motivo a implementação dos smartphones foi um ponto fulcral para o contacto com o cliente.



CGA CAR SERVICE / MULTI SERVICE OFICINA

Solange Ochoa

www.oficinasCGA.com

O foco da CGA e Multi Service Oficina é atualmente o website das oficinas “sendo esta a principal ferramenta para as oficinas no seu trabalho diário. No website, as oficinas podem utilizar o seu acesso privado para unificar praticamente todos os serviços que lhes oferecemos: podem gerir a informação pública que aparece nos websites das suas oficinas, fazer encomendas de vestuário ou material da oficina, inscrever-se em cursos de formação, fazer consultas nos boletins técnicos e na secção de avarias, etc. Também podem interagir com clientes que lhes enviam pedidos de marcação, por exemplo. Também abre um canal de comunicação com os aderentes da rede, pois garante que toda a informação que pretendemos transmitir

sobre os novos desenvolvimentos tem um maior alcance. A nossa intenção é que este website inclua atualizações de conteúdo e seja ajustado de acordo com as necessidades das oficinas”, explica Solange Ochoa. “A nível técnico, as oficinas dispõem de vários recursos digitais, começando por boletins técnicos, documentos de assistência técnica, formação virtual, informação técnica em linha e webinars fornecidos pelos fornecedores do grupo, etc. Além disso, dispõem também de uma ferramenta de diagnóstico remoto, denominada CGA S.O.S., que permite a um técnico especializado ligar-se a partir de qualquer local ao OBD do veículo para realizar intervenções remotas, através da Internet, diagnóstico avançado, redefinição de indicadores de manutenção ou codificação de unidades de controlo e passthru, entre outras intervenções. Em termos de gestão de oficina, têm uma APP que as coloca em contacto directo com os seus clientes. Esta ferramenta é muito útil para fidelizar e criar laços com clientes. Evidentemente, têm um programa de gestão de oficinas que inclui muitos módulos úteis, incluindo a ferramenta de gestão de marcações web. Um dos objectivos do grupo é promover a utilização deste instrumento, a fim de se afastar gradualmente da gestão tradicional. O grupo tem também feito um esforço para promover a utilização de redes sociais, para o qual investiu em recursos para aumentar a visibilidade da Rede de Oficinas da CGA no panorama social digital e, além disso, as oficinas são encorajadas a participar nestas acções”.



2DRIVE

João Santos

www.2drive.pt

Para a 2Drive, o grande desafio da transição digital não está só nas ferramentas que têm à sua disposição, mas sim na questão do comportamento. “É difícil para um gestor que trabalha da mesma forma há muito tempo, perceber a mais-valia de mudar os seus processos. Assim, criámos uma parceria com a Tips4y, onde juntamos esforços para ajudar os nossos membros a adotarem a nossa solução Xpert Solution. Desta forma, os nossos membros vivenciam as vantagens da digitalização. Outro ponto importante, é a presença online, a 2Drive desenvolveu parcerias para potenciar a

Estão as oficinas em rede mais preparadas para um futuro mais digital? Em que medida?

ASER AUTOMOTIVE, Paula Soares / Mario Romero

“Embora existam oficinas que não são membros das redes que estão muito bem preparadas e empenhadas na digitalização e conscientes da necessidade de seguir este caminho, as redes podem, sem dúvida, oferecer um maior número de serviços a preços mais acessíveis. Por outro lado, podem proporcionar à oficina um valor acrescentado, tendo um conhecimento em primeira mão da evolução do mercado e assim ajudar a oficina a antecipar as exigências dos clientes”.

FELUVERT, Tiago Rocha

“Estão preparadas para um futuro mais digital com toda a certeza, no entanto, este ainda é um serviço que carece de um acompanhamento, e que o contacto presencial com o cliente é fundamental, por isso por mais que a transformação digital seja efetuada, o contacto presencial nunca irá deixar de existir”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
14	14

CGA CAR SERVICE / MULTI SERVICE OFICINA, Solange Ochoa

“Com a febre da digitalização que vivemos hoje em dia, tendemos a esquecer que este fenómeno começou há muitos anos e que todos, uns mais cedo e outros mais tarde, tendem a eliminar mais formatos analógicos para fazer uso do digital. Anos atrás, já estávamos a diminuir consideravelmente o uso do telefone para nos concentrarmos no correio electrónico como meio para fazer encomendas ou fazer perguntas. Agora, demos mais um passo em frente com a utilização de uma plataforma comum onde podem cumprir todas as formalidades, e claro que ainda há um longo caminho a percorrer, mas claro que pensamos que as oficinas estão prontas para um futuro digital, cada uma ao seu próprio ritmo e a CGA está a desempenhar o seu papel como promotora de mudança para as oficinas da rede, ouvindo as suas necessidades, acrescentando as sugestões que nos enviam aos nossos planos e fazendo um maior esforço com as oficinas que estão mais relutantes em mudar. As oficinas que estão a tomar consciência de que as suas tarefas diárias são geridas mais eficientemente utilizando ferramentas digitais e que os seus clientes estão também a começar a ter um perfil mais digital estão altamente preparadas para os próximos passos que a digitalização lhes irá exigir. Em contraste, existem outras oficinas que ainda não sentiram “o apelo da digitalização” num sentido mais restrito, pelo que não a consideram uma prioridade. O trabalho do Grupo CGA a este respeito é, por um lado, acrescentar valor e continuar a responder às exigências das oficinas mais preparadas para a digitalização e, por outro lado, consciencializar outras oficinas de que a digitalização não é algo opcional, uma vez que é um processo que acabará por ser visível na conta de lucros e perdas da sua empresa”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
73	86



marca dos nossos associados nas redes sociais”, indica João Santos. Os membros da 2Drive têm acesso à plataforma Xpert Solution (powered by DataDrive), “que lhes permite realizar todo o seu fluxo de negócio de uma forma mais rápida e simples. A nossa plataforma não tem apenas a mais-valia de realizar um orçamento rapidamente ou acesso a dados técnicos, tem um conjunto de soluções que permitem poupar tempo e tomar as melhores decisões estratégicas em tempo real. Um exemplo é o módulo de planeamento, onde o gestor consegue agendar, analisar e modificar o seu dia ou a sua semana. A Xpert Solution faz parte da estratégia da experiência de cliente que queremos fornecer ao consumidor final, os nossos associados têm assim a possibilidade de comunicar com o seu consumidor e aferir o seu grau de satisfação de forma automática e regular”.



VULCO

José Guedes

www.vulco.pt

A pandemia foi um dos fatores que levou a Vulco a apostar mais na formação online. “Sendo uma rede presente num território tão amplo, poder oferecer a melhor formação a todas as nossas oficinas, sem necessidade de deslocamentos, e de abandonar o seu negócio, era uma necessidade. Por isso, neste ano de 2021, lançámos a plataforma de formação online E-Vulco, onde as oficinas podem aceder a um calendário de cursos e formações ministrados pelos melhores fornecedores externos”, refere José Guedes. Estes cursos têm temáticas muito variadas, desde gestão da oficina a questões mais técnicas. Conta, ainda, com uma secção da Quick e-Vulco, onde dispõem de breves sessões formativas em diferido. “A plataforma está a ter um grande acolhimento, já que os cursos ministrados são de grande atualidade, como, por exemplo, a normativa da nova etiquetagem europeia de pneus, ou formações em marketing digital e redes sociais, para fomentar o desenvolvimento digital das oficinas. Estamos permanentemente a avaliar os processos de compra dos nossos clientes. Para tal, é necessário que estas oficinas disponham de um programa de gestão adaptado, que permita automatizar, quer a própria administração do centro, quer a de clientes”.



CONTISERVICE

Sandra Melo

www.contiservice.pt

A estratégia da Contiservice passa pela implementação de uma estratégia digital que capacite e promova os seus parceiros, potenciando o seu negócio. “Esta estratégia passa pelo reforço da presença digital da rede, através da nossa plataforma contiservice.pt, pelo posicionamento em motores de busca, pelo email marketing, a contratação de publicidade de Google ou pela presença nas redes sociais. Mas tão importante como dotar a Rede e os seus parceiros das ferramentas digitais que lhes permitem estar em linha com as necessidades e as expectativas dos novos consumidores, é fundamental promover estratégias de capacitação e literacia digital dos RH, através de um intenso plano de formação e educação digital, dotando-os de novas ferramentas e competências. É elementar acrescentar valor, trazer modernidade e inovação a um negócio que é encarado ainda de uma forma muito tradicional”, indica Sandra Melo. Na plataforma ContiService, entre muitas funcionalidades, é possível encontrar referência aos 90 pontos de venda da rede, com georreferenciação e solicitar um orçamento de reparação e agendar uma visita à oficina. “No final de 2019 passámos ainda a disponibilizar uma APP - a App ContiService - disponível para IOS e Android e que permite enviar notificações sobre produtos, serviços, campanhas ou ofertas e acumular pontos que podem ser descontados numa compra futura, monitorizar as necessidades dos clientes e disponibilizar informação sobre o ponto de venda. Para além desta informação, a App disponibiliza ainda informação útil sobre a manutenção do automóvel e conselhos de segurança rodoviária. O reforço da presença da ContiService nas diferentes redes sociais é uma aposta diária da rede, bem como a disponibilização de um conjunto de canais de comunicação que “encurtam” e facilitam a comunicação entre os nossos parceiros e os seus consumidores”.



RINO

AZ Auto

Marlene Nunes

www.oficinasrino.pt

2DRIVE, João Santos

“Sim, pois faz parte da nossa estratégia a curto, médio e longo prazo. Por

este motivo, investimos numa solução própria da rede. Acreditamos que para ir ao encontro das necessidades do cliente é essencial que assim o seja. Os nossos associados terão sempre o nosso apoio na implementação de novas soluções, garantindo assim que estão na vanguarda do mercado no que toca à experiência de compra, à transparência e que o seu modelo de negócio é mais indicado para os tempos que atravessamos. Para todos os pontos acima, reforço, o digital é o caminho mais rápido e mais indolor”.

REDES OFICINAIS

2021

19

VULCO, José Guedes

“Na Vulco, trabalhamos arduamente para tentar oferecer continuamente

à rede formações, ações de marketing digital, sobre como melhorar o posicionamento em motores de busca e programas informáticos atualizados, que a ajudem a digitalizar-se e a adaptar-se ao novo panorama digital. O nosso intuito é conseguir uma gestão e uma comunicação mais eficazes e cómodas para o cliente. Mesmo que nunca se saiba a que novas tecnologias teremos que adaptar-nos no futuro, tentamos estar preparados e irmos renovando-nos segundo as necessidades do mercado e do consumidor”.

REDES OFICINAIS

2020

2021

40

40

CONTISERVICE,

Sandra Melo

“As oficinas têm feito um enorme esforço

nos últimos anos para se atualizarem em termos de procedimentos e de relacionamento com os seus parceiros e consumidores. Para atrair clientes para a oficina - seja conseguir novos, seja fidelizar antigos -, é fundamental ter uma abordagem diferenciadora e vantajosa. A digitalização assume um papel essencial na estratégia das empresas. Cada vez mais, os consumidores procuram serviços, informações e recomendações na internet, o que significa que a presença digital é essencial para atrair clientes para a oficina. Como tal, o digital é hoje uma realidade incontornável no negócio das oficinas e acreditamos que aquelas que estão organizadas em rede poderão estar mais bem preparadas para um futuro mais digital porque o suporte e o know-how fornecido é uma mais-valia estrutural e que pode ser decisivo para o sucesso do negócio”.

REDES OFICINAIS

2020

2021

89

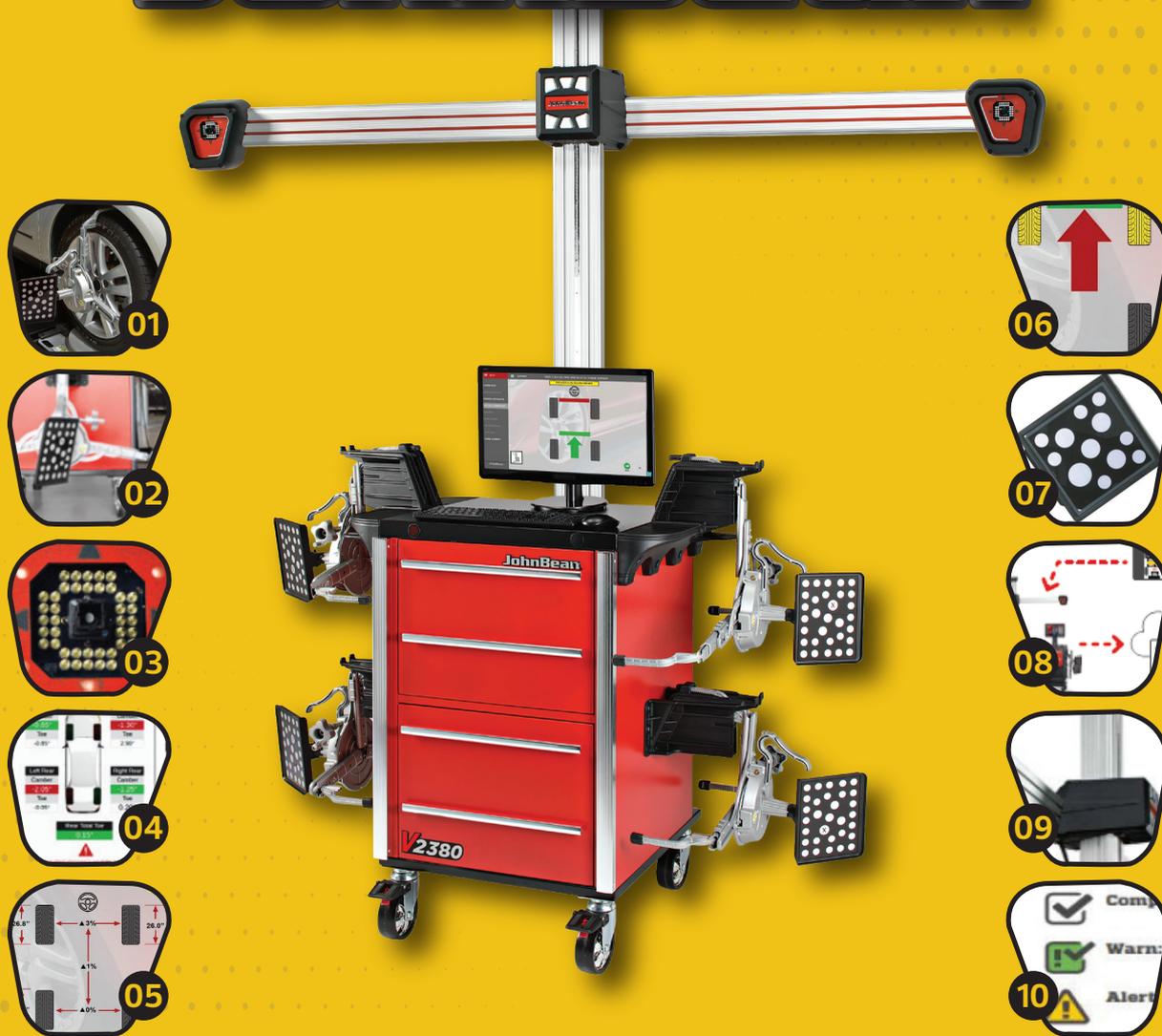
90



NOVA MÁQUINA DE ALINHAR DIREÇÕES COM CÂMARA DE VÍDEO

V2260 V2280 V2380

JohnBean



- 01 Garras em magnésio de fixação aos pneus (opção: fixação à jante)
- 02 Kit de mobilidade para receção ativa (opção)
- 03 Câmaras de Vídeo de Alta Velocidade (60fps) e Qualidade (5Mp)
- 04 Sistema AUDIT (receção ativa) identifica em 15 segundos a necessidade de ajuste no alinhamento
- 05 Identifica rapidamente danos por colisão através das medidas totais da viatura: distâncias entre eixos, entre rodas, cruzamento de eixos e alturas dos pneus
- 06 Medição rápida do rolamento sem paragens
- 07 Alvo para medição de altura (TIP)
- 08 Conetividade via Wi-Fi, atualização da base de dados automática e ligação a impressora em rede
- 09 Auto-Tracking, subida e descida das câmaras automática
- 10 Avisos/ Alertas, informa operador do estado da viatura de situações muito grave – grave – menos grave

Na Rino, o ano de 2022 será marcado pelo lançamento da plataforma de receção ativa 2.0 e pela otimização da gestão uniformizada de ferramentas de CRM. “O VRC, o Data Drive e o TecDoc, são as ferramentas digitais que a RINO disponibiliza à sua Rede de oficinas independentes. Estas ferramentas não só acompanham aquelas que são as necessidades da gestão oficial, como também, acrescentam valor no serviço ao cliente final”, indica Marlene Nunes.



REDSERVICE

Leirilís

Ana Rita Soares

www.leirilís.com | www.redservice.pt

“Foram desenvolvidas várias ações, entre elas: criação de um site com informações sobre a oficina, os serviços e contactos; disponibilizar o serviço de marcação online no site; envio de uma newsletter aos clientes com conteúdos de seu interesse e com as promoções em vigor; oferta de promoções, vouchers e cartões fidelidade para novos clientes ou que adiram à newsletter; presença assídua nas redes sociais – facebook e instagram onde são publicados conteúdos de interesse do nosso público alvo. Para 2022, está prevista ainda uma otimização do site da rede e ainda o lançamento de uma app, que permite aceder ao histórico de manutenção do veículo, realizar marcações e aceder a promoções exclusivas. Os mencionados anteriormente e ainda o acesso a software de dados técnicos e de diagnóstico que permitem a realização de serviços com a melhor relação qualidade preço”, refere Ana Rita Soares.



Rody

Estelle Pereira

www.rody.pt

A Rody reforça, diariamente, a sua aposta no digital. “Em 2021 duplicámos as nossas campanhas promocionais, com mais 12 operações promocionais exclusivas no online. Ao reforçarmos as campanhas promocionais no digital, toda a comunicação nas redes sociais é igualmente impactada. Apesar

desta transição para o digital, mantemos no ponto de venda um foco importantíssimo na proximidade e atenção que damos aos nossos clientes. Estamos a reforçar toda a nossa comunicação no digital, especialmente nas nossas redes sociais, sendo a tendência de crescimento da nossa comunidade no online muito positiva. Para além do nosso site e newsletter, a insignia está a crescer cada vez mais nas redes sociais – Facebook e Instagram – e também as plataformas de ecommerce. Aliás, um dos principais objetivos para os centros-auto Rody é apostar no ecommerce, facilitando o momento de compra dos nossos clientes e ainda continuar a apostar nos meios digitais, tornando os centros-auto mais próximos dos clientes”, explica Estelle Pereira. No final do mês de janeiro será lançado, em www.rody.pt, a ferramenta de Orçamentos Online, em que o cliente pode solicitar, colocando a matrícula da sua viatura, uma estimativa de preços para várias áreas como: pneus, revisões, baterias, entre outras.



IDENTICA

Axalta

Ricardo Mattos Coelho

www.identica.pt

A Spies Hecker pretende com as suas ferramentas digitais dotar as oficinas Identica de soluções que assegurem um processo de reparação mais célere, produtivo e eficiente. “Desta forma, não só potenciamos a rentabilidade e competitividade dos nossos parceiros, como também a satisfação do cliente final através de menores tempos de imobilização e de reparações profissionais “bem feitas à primeira vez”. A Spies Hecker permite um processo de busca de cor 100,00 % digital através de espectrofotómetros de última geração com conectividade wifi, programas de cor multiplataforma disponibilizados na nuvem suportados por uma base de dados online de milhares de fórmulas, tudo interligado através de uma troca de dados sem fios entre os vários dispositivos (computadores, espectrofotómetros, balanças, impressoras, etc.). Esta informação está disponível em tempo real através de qualquer dispositivo conectado à internet”, indica Ricardo Mattos Coelho. A Gestão de cores digital da Spies Hecker disponibiliza ainda uma solução de gestão por Folhas de Obra que alimenta automaticamente um painel de KPI's, permitindo também

RINO,

Marlene Nunes

“A Rino é o primeiro franchising 100% português e está presente no mercado desde 2005, mercado esse que vem a assistir a grandes transformações digitais. A principal missão do nosso projeto é dotar a Rede de conhecimento, formação e ferramentas que lhes permitam não só acompanhar esta evolução, mas também, estar um passo à frente das necessidades do mercado”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
30	36

REDSERVICE,

Ana Rita Soares

“Atualmente, para as oficinas da nossa Rede ignorar o processo de digitalização já não é uma opção, consideram que se não procederem a esta transição será impossível cumprir os objetivos de negócio. Neste sentido, estão sempre atentas às últimas novidades do mercado em termos de software de diagnóstico dos veículos, bem como às ferramentas de marketing que são disponibilizadas a toda a rede”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
51	55

ROADY,

Estelle Pereira

“Apostamos na formação dos nossos técnicos e na evolução do conceito de loja para que a experiência diária dos nossos clientes seja cada vez mais positiva. O desafio será tanto maior no que diz respeito à evolução igualmente rápida e sobretudo tecnológica das viaturas, cada vez mais a necessitar de um acesso a informações a cada Marca, mesmo numa simples mudança de óleo. Daí que o reforço dos equipamentos de diagnóstico, assim como parcerias para acesso a informação técnica, são cada vez mais preponderantes para podermos fazer evoluir a nossa atividade, estando igualmente em condições de realizarmos qualquer operações nas viaturas mais recentes e ainda em garantia. Como insignia que antecipa as necessidades dos seus clientes, estamos certos que as oficinas em rede estão assim mais preparadas para um futuro digital, tendo sido os dois últimos anos um verdadeiro teste a essa capacidade, estando os resultados à vista: uma aposta a crescer diariamente e a satisfação cada vez maior de quem nos visita”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
33	35

IDENTICA, Ricardo

Mattos Coelho

“As soluções digitais estão

REDES OFICINAIS

2020	2021
17	17



Não fazemos
manutenção automóvel,
mas fazemos a manutenção
da sua terminologia!



TRADUÇÃO E DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA

Criamos e traduzimos manuais técnicos à melhor relação qualidade/preço do mercado. Temos profissionais especializados em várias áreas da indústria e uma tecnologia que nos permite criar projetos à medida de cada cliente.

CONHEÇA O PROGRAMA PARCEIRO JABA

Através da identificação e alinhamento de todas as traduções antigas do parceiro JABA, é criada uma base de dados que permite detetar todas as repetições em novos projetos e baixar consideravelmente o valor final do documento, mantendo a terminologia e o estilo de comunicação já existentes. Um programa criado a pensar em si!

disponíveis para o mercado na sua globalidade, sendo que as oficinas em rede podem estar mais receptivas à sua implementação pela experiência de pertença a uma rede. A partilha de entre os parceiros e o mais célere acesso à informação permitem que estes possam estar mais preparados para fazer face às exigências de um mundo mais conectado e digital”.

EUROMASTER,

Cintia Reis

“Sim. É difícil escapar à importância

de inovação constante e, a força representada por uma rede permite antecipar tendências e preparar novas abordagens e ferramentas. Este é um trabalho tripartido entre escutar o mercado, escutar a rede e providenciar sugestões e respostas. As oficinas em rede estão preparadas para incluir novas ferramentas digitais que permitem agilizar processos e recursos. Estamos presentes na era digital como rede, permite sem dúvidas colher benefícios, oferecendo mais ao cliente, personalizando o atendimento e tratamento”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
79	81

GLASSDRIVE,

Licínio Nunes

“Sim, aliás esta mudança já está

a acontecer há muito! Há sempre uma preocupação do Grupo em disponibilizarem-se ferramentas e formação a toda a rede Glassdrive, havendo uma melhoria contínua tanto a nível de ferramentas digitais internas como para o consumidor final”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
140	140

MIDAS,

Ricardo Simões

“Na MIDAS, todas têm de estar sejam rede

própria ou franchisados. Colocamos mais a questão em termos de o que será preciso inovar, desenvolver e, muito importante, manter (a manutenção em funcionamento de processos e sistemas é um investimento pouco visível, mas muito relevante), para que as nossas equipas se possam focar no gesto profissional perfeito, seja na oficina ou para concretizar a cultura do ‘Sim’ ao cliente (esta atitude reflete-se na assinatura da MIDAS: “(Sim) Deixe-nos a sua chave e nós tratamos de tudo”). O nosso negócio é um negócio de pessoas, em que um elemento da oficina pode representar até 25% da equipa. E é um negócio para pessoas, os condutores. A digitalização deve ajudar-nos a garantir a liderança no

REDES OFICINAIS

2021
10

a integração com vários BMS para uma simplificação adicional dos processos administrativos. Este ecossistema digital não requer manutenções, atualizações manuais ou cópias de segurança já que está tudo armazenado na nuvem.



EUROMASTER

Cintia Reis

www.euromaster.pt

A Rede Euromaster tem vindo a apostar num reforço da digitalização e conectividade como novas formas de interação entre os clientes e as oficinas. “Antes do aparecimento da Covid-19, a Euromaster estava já em processo de digitalização dos seus processos, no entanto, com a pandemia, provou-se que a digitalização é um fator essencial para as oficinas comunicarem e organizarem as suas agendas. A Euromaster aposta na comunicação das suas ações e campanhas, em formato digital, no website e redes sociais (Facebook e Instagram). São implementadas estratégias de otimização digital não só a nível da central mas de cada uma das oficinas. O processo de fazer uma marcação ou pedir um orçamento, pode ser facilmente efetuado no site Euromaster. A transformação digital pode ajudar a melhorar a eficiência e produtividade das oficinas, a reduzir o tempo de reparação e permanência dos veículos em oficina e ainda oferecer uma excelente experiência ao cliente. No entanto, apesar de vivermos num mundo digitalizado, é importante não esquecer o cliente que não está tão a par das redes sociais e por isso, a Euromaster continua a fazer comunicação de ações e campanhas nos pontos de venda e rádio. A rede Euromaster conta com um sistema de calendário digital que permite agendar todas as marcações dos clientes. Não só os que efetuam marcações através do website como os que marcam por telefone ou email. Ao nível da presença no Google e redes sociais, é feita uma otimização constante das informações, no sentido de ser possível encontrar facilmente uma oficina Euromaster”, indica Cintia Reis. Para gestão oficial, algumas das oficinas Euromaster trabalham com o software GENES, que permite melhorar o atendimento prestado ao cliente, ao permitir fazer um maior acompanhamento ao longo do tempo.



GLASSDRIVE

Licínio Nunes

www.glassdrive.pt

Na Glassdrive, “as apostas têm passado pelo desenvolvimento de ferramentas de gestão dos processos junto das Seguradoras, Mediadores e Parceiros. Investimento crescente no Marketing digital e contacto direto com o cliente por esta via, como por exemplo, disponibilização ao cliente de agendamento de um serviço por meio digital. Enquanto rede de lojas temos implementadas, também, várias ferramentas de gestão para otimização e partilha dos trabalhos diários, acelerando a conclusão dos serviços. Os meios digitais já fazem parte do dia a dia dos Centros Glassdrive há vários anos e são transversais a todo o processo de compra e venda dos nossos produtos e serviços”, refere Licínio Nunes. Estes meios digitais passam pelo agendamento de serviços, encomenda de materiais, processos de gestão e faturação, análise e exportação de dados, bem como a respetiva conclusão dos trabalhos.



MIDAS

Ricardo Simões

www.midas.pt

Desde que assumiu o projeto de renovação e reconstrução do conceito e da rede Midas em Portugal, o Grupo Salvador Caetano estabeleceu a digitalização de processos como essencial e prioritária. “A nossa cultura digital é encarada e trabalhada em 3 áreas estratégicas: digitalização na comunicação com o cliente; na execução técnica operacional; e na comunicação e apoio formativo à rede. Das várias apostas feitas a este nível, destacamos três: Desde logo, o E-Midas, uma ferramenta própria de ponto de venda, que possibilita a otimização do processo e apoio às equipas na implementação efetiva do conceito Midas. É um sistema integrado a 360º, com plataformas de dados, referênciação, planos de manutenção, informação técnica, interface de encomendas, conectado em tempo real com website, sistemas de BI/reporting, CRM, plataforma de consentimentos, entre outros. É um sistema em permanente evolução, com upgrades

relacionamento com o condutor, deve facilitar a execução pelas equipas e a interação dos condutores com a MIDAS”.

NORAUTO,

José Luis Barbajosa

“Acreditamos que sim,

e no nosso caso, sem

dúvida que a força do Grupo Mobivia dispõe de uma estrutura coesa e forte, estando na linha da frente para as transições comportamentais, económicas, tecnológicas e sustentáveis. As oficinas em rede, e neste caso a Norauto, através do seu conceito de centros auto e de manutenção multimarca, dá-nos também uma forte credibilização junto dos consumidores, sendo a marca com maior reputação e notoriedade em Portugal”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
28	28

PADOR AUTO SERVICE,

Ana Correia

“A pandemia veio

acelerar em muitas

oficinas o processo de transformação digital. O programa Pador Auto Service é uma resposta a estas oficinas. O Pador Tech Solutions quando foi apresentado, foi amplamente elogiado e só isso mostra como algumas oficinas estão muito recetivas a um futuro mais digital. Faz parte do nosso trabalho como parceiros, mostrar soluções, caminhos, capacitar as pessoas, dar-lhes ferramentas”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
61	61

FIRST STOP,

Mário Mendes

“As oficinas em rede

beneficiam de várias

experiências individuais que quando complementadas, estudadas e testadas em vários cenários, permitem o desenvolvimento de ferramentas comuns, muito mais potentes e adaptadas às verdadeiras necessidades do mercado onde operam”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
88	94

TOPCAR,

Vanessa Barros

“O nosso objetivo é

criar ferramentas que

sustentem a capacidade de adaptação às novas realidades do mercado por parte das nossas oficinas. Para destacar alguns exemplos de mais valias das oficinas da rede TOPCAR, podem ser citados soluções de marketing como um site que permite marcações online, SMSs mensais de campanhas garantidos a cada oficina, bem como a presença e dinâmicas criadas nas redes; além disso o acesso ao módulo Repair & Maintenance no GNM permite gerir as parcerias com empresas de uma forma 100% digital”.

REDES OFICINAIS

2020	2021
95	101

mensais apoiados nos inputs de todas as Midas na Europa e dos desenvolvimentos específicos do Grupo Salvador Caetano. Depois temos o E-Driver, um website vivo, com sprints regulares de melhoria, e que é um ponto fundamental de contacto com a nossa audiência”, indica Ricardo Simões, que refere também a plataforma de formação, que complementa a formação presencial, e um projeto para implementação em 2022, que consiste num hub remoto de apoio complementar técnico e de transmissão de atualizações dos dados e sistemas das viaturas.



A realidade “virtual” condicionou de forma incontornável as estratégias de marketing e de comunicação das empresas. As oficinas não são imunes a esta tendência global e como tal têm vindo também elas a ajustarem-se a um mundo cada vez mais digital

Sandra Melo, Contiservice



NORAUTO

José Luis Barbajosa
www.norauto.pt

Para a Norauto, a transição digital acelerou os processos internos com um objetivo definido. “Uma das nossas apostas é reafirmar a nossa mentalidade digital, com uma organização omnicanal e no desenvolvimento de projetos em metodologia Agile, garantindo a integração de todos os canais, o mesmo percurso cliente e a consistência e qualidade quer na loja física quer na loja online, e para isso estão a ser desenvolvidos novos projectos. Sendo que para breve e no âmbito da transição digital, teremos a profissionalização do nosso site, com o foco no “mobile first” e no percurso cliente, a loja online será seguramente mais rápida, segura e com uma hiper oferta, proporcionando ao cliente uma melhor experiência em todas as jornadas de compra. A Norauto dispõe de novo conceito de centro-auto, conectado e digital pensado num percurso cliente omnicanal, com novas ferramentas digitais e integradas, que possibilitam a excelência no atendimento

ao cliente. A Norauto disponibiliza através do site norauto.pt, a possibilidade do consumidor fazer a compra de produtos e a marcação de serviços de oficina, esta é também uma evolução que nos distingue no nosso sector. Terá ainda acesso à sua conta cliente, ao seu cartão Norauto, ao seu histórico de compras e à sua viatura, desta forma conseguimos oferecer um serviço de manutenção preventiva garantindo a sua segurança e satisfação. Estamos também a desenvolver um serviço de relação ao cliente, gerido diariamente através dos diversos canais digitais e telefone, os pedidos de orçamento e marcações tanto para B2B como B2C”, declara José Luis Barbajosa. Durante o ano de 2022, a Norauto irá ainda equipar todos os colaboradores com equipamentos móveis, por forma a facilitar o relacionamento com o cliente e oferecer novos serviços, como a implementação de postos de carregamento elétricos nos centros Norauto, a manutenção dos veículos híbridos e eléctricos, entre outros.



PADOR AUTO SERVICE Rodapeças

Ana Correia
<http://rodapeças.com>

“Os Pador Auto Service necessitam de estar atentos a 3 áreas distintas no que diz respeito ao digital. São elas a Organização Interna, o Conhecimento do Negócio e, a Comunicação. O desenvolvimento contínuo da plataforma digital Pador Tech Solution é a maior aposta da Rodapeças no que diz respeito a soluções digitais. Os aderentes a este programa de fidelização, já possuem um módulo de Dados Técnicos que permite uma assistência técnica muito mais rápida e facilitada a qualquer viatura ligeira do nosso mercado. O módulo de Orçamentação é um facilitador da comunicação com o cliente e um organizador de trabalho na receção e na oficina. Teremos em breve um módulo de Gestão Ambiental que será inovador e único no nosso sector. Este módulo ajudará as empresas a entrarem no negócio da Economia Circular. Os Pador Auto Service têm acesso privilegiado à Loja Online Rodapeças, onde podem comprar peças auto com grande simplicidade a qualquer hora”, explica Ana Correia, indicando que estão a ser desenvolvidas competências de marketing digital, que beneficiem os Pador Auto Service nas redes sociais e em outros meios digitais.



FIRST STOP

Bridgestone
Mário Mendes
www.firststop.pt

As principais apostas da rede First Stop ao nível da transição digital passam pela transformação do processo RPM analógico num formato 100% digital. “Atualmente temos uma série de Ferramentas digitais a operar nas nossas oficinas, que passam por ferramentas ao nível B2B muito eficazes quer a nível de compra, consultadoria técnica e mesmo formação On-line, assim como potentes ferramentas ao nível B2C como CRM, marcações online, compra Online e serviços pós venda. Estamos neste momento em posição de Digitalizar a 100% toda a atividade das nossas oficinas com a implementação de uma potente ferramenta que opera a nível de Back e Front Office”, explica Mário Mendes.



TOPCAR

Vanessa Barros
www.topcar.com.pt

A rede TOPCAR tem promovido a digitalização de forma transversal. “Um exemplo da transformação digital é o formato das formações, que estão disponíveis para a rede TOPCAR adicionalmente em formato digital. A comunicação, entretanto, é a principal aposta de digitalização da TOPCAR, visto que o desenvolvimento da rede está associado à capacidade de adaptação e inovação face às novas realidades. Assim, uma comunicação suportada em ferramentas digitais permite às oficinas, sempre apoiadas pela gestão da rede, estarem mais próximas do consumidor. Para fazer face aos desafios do diagnóstico digital, do crescimento do cliente corporativo, da comunicação iminente e da eficiência rentável do negócio, a rede TOPCAR integra numa única plataforma intitulada de GNM todas as ferramentas eletrónicas que a rede disponibiliza às oficinas. Na plataforma, as oficinas podem aceder a formações; responder marcações e pedidos de orçamento de clientes; aderir a campanhas nacionais e associar-se à parceiros corporativos. Dessa forma, as oficinas conseguem, com maior agilidade e eficiência, dar resposta às necessidades dos seus clientes finais”, explicou Vanessa Barros.