

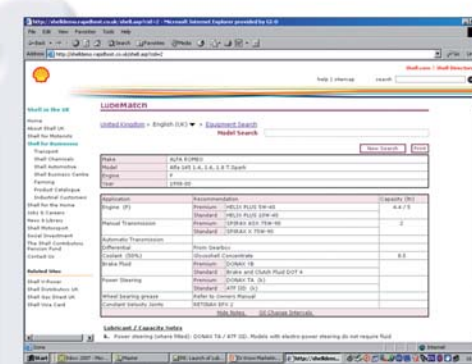
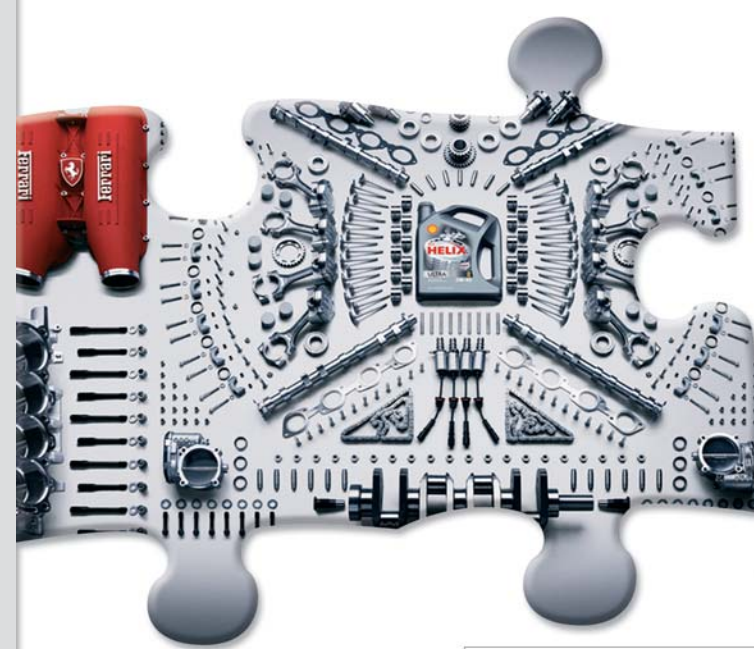
## 6 TRAINING

Formación  
a su medida

**OBJETIVO:** Cursos de formación dirigidos al Jefe de recambios, Jefe de taller, mecánicos, Servicio al cliente, etc.

**Beneficios para el canal y el cliente:**

- Mostrar conceptos fundamentales para el día a día del personal de recambios y taller
- Ayudar a diferenciar los productos utilizados e incrementar la satisfacción de clientes con sus recomendaciones del producto
- Proporcionar herramientas para incrementar la venta de productos de mayor valor añadido y tener mayor seguridad para transmitir los beneficios de Lubricantes Shell.
- Cursos cortos enfocados en solventar las dudas y reforzar la orientación al cliente.
- Incrementar la conciencia de la importancia de la excelencia del servicio y experiencia
- Facilitar las herramientas



## 5 PROMOCIONES

al canal y al cliente final

**OBJETIVO:** Incentivar y sorprender a sus clientes existentes, fortalecer la marca y reconvertir clientes ocasionales en clientes habituales.

**Desarrollo de promociones:**

- Definir el periodo de campaña
- Escoger el canal de comunicación
- Comunicar internamente para involucrar al personal
- Evaluar los resultados conseguidos



Reloj Helix



Termo para café



Gorra Helix



Ferrari escala



Paraguas Helix



Bolsa Helix



Si buscas **resultados distintos**,  
no hagas siempre lo mismo.

Albert Einstein



## 7 Comunicación CORPORATIVA

HSSE Seguridad  
y Medio Ambiente



**Comunicación por marca**  
para transmitir  
el máximo nivel  
de información



**Promociones HSSE**

El tema de Seguridad y Medio Ambiente es uno de los valores corporativos de Shell.





## 2 SEÑALÍTICA E IMAGEN CORPORATIVA



**OBJETIVO:** Potenciar la percepción de marca y seguir impactando a los clientes

- Portacarteles
- Ropa de taller
- Portafacturas
- Personalización para el cambio de aceite de espacios
- Accesorios para el coche
- Autoestáticos
- Etiquetas recordatorio



## 1 ¿Cómo conseguir una ÓPTIMA COMUNICACIÓN con sus CLIENTES?

### Marketing Directo

- Comunicación de promociones
- Anuncios de colaboración con marcas y Fabricantes
- Mailings personalizados
- Folletos de producto

### Telemarketing

- Venta directa
- Seguimiento de campañas y gestión de citas
- Servicio postventa

### Campañas por SMS

- Campañas recordatorias
- Comunicación one-to-one
- Invitaciones
- Apoyo para promociones
- Gestión de citas



## EXPERIENCIAS Shell



**OBJETIVO:** Incentivar, vincular y crear "Momentos Shell"

- F1, Moto GP
- Viajes a la Fábrica Ferrari
- Incentivos y Sorteos para su Red
- Programas de Fidelización

## 3 Estudio de RENTABILIDAD

¿Sigue escuchando las recomendaciones de marca o piensa en la sostenibilidad de su negocio?



No confunda recomendaciones con requerimientos. Somos la marca Nº1, no porque somos grandes sino porque escuchamos y trabajamos como socio y no como proveedor.

**OBJETIVO:** Análisis exhaustivo de la situación actual para aumentar la rentabilidad

- Análisis exhaustivo de la situación actual de compra de lubricantes.
- Optimización del mix de producto y envases.
- Sistema de rapel y descuentos.
- Propuesta de mejora y simulación del óptimo modelo de beneficios.

Cada vez son más los concesionarios que han elegido a una marca como Shell, por rentabilidad, financiación, cash flow y requerimientos.



## 4 Campaña de TOP-UP



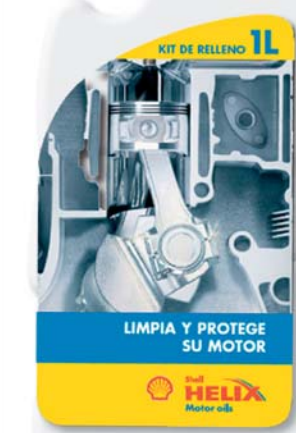
¿Cómo vender los envases de 1L?

- Atractivos programas promocionales en periodos cortos
- Crear la cultura de orientación según las futuras necesidades del cliente
- Formación y lanzamiento conjunto
- Crear un concepto de afinidad y recuerdo de marca personalizando los envases
- Material de comunicación (expositores, carteles, folletos)

**OBJETIVO:** Potenciar que el aceite para relleno sea adquirido en el concesionario

**Datos de los estudios:**

- El 25% de conductores nunca revisan el nivel de aceite de su coche
- El 50% de todos los coches tienen 0,5L de aceite por debajo del nivel óptimo
- Muchos conductores creen que en los nuevos coches no es necesario rellenar aceite
- Desconocimiento del tipo de aceite que se utiliza en su motor, piden consejo
- En el momento crítico prefieren rellenar con el mismo aceite utilizado en la última revisión



Orden de plegado:

