

EDIÇÃO ESPECIAL II – ABRADIC E FCA NO COMBATE AO COVID-19



Rede se reinventa com novas oportunidades de negócio.



Confira as recomendações para a retomada segura dos negócios.



Em nossa segunda edição especial da ABRADIC PRESS - FCA E REDE CJDR NO COMBATE AO COVID-19 - continuamos apresentando um panorama atualizado do nosso mercado. Agora, em um novo momento, com a gradativa reabertura das Concessionárias. Uma etapa com novos desafios e que continuará exigindo mais esforços para uma gestão alinhada com a ocasião.

Reforçamos aqui uma série de protocolos sugeridos pela FCA de boas práticas durante o recebimento e entrega dos veículos, garantindo a segurança dos clientes e profissionais da Concessionária. Também destacamos o manual do Mopar Service Center com as recomendações para a higienização do interior dos veículos, especialmente para as áreas e componentes de maior contato. Apresentamos um breve resumo de como deve ser feita a manutenção dos veículos estocados, assim como as medidas para os agendamentos e as tratativas dos leads. Neste caso, o Mopar Service Center, como suporte à nossa Rede, está disponibilizando três agentes de atendimento dentro da Central de Relacionamento Jeep, para realizar o tratamento dos leads de prospecção mais antigos que ainda estejam represados. Com isso, os leads de prospecção da base do mês de março serão gradativamente distribuídos aos agentes de atendimento, deixando a fila dos agendadores da Concessionária, para que possamos focar nos leads digitais e de prospecção das bases mais recentes.

Como é de conhecimento de todos, a FCA lançou o Guia Smart Restart Jeep com recomendações alinhadas às orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS). O Ebook de uma maneira detalhada traz os protocolos a serem seguidos para o retorno das atividades da Rede. O Diretor de Desen-

volvimento de Rede da FCA para a América Latina, Roger Corassa, fala sobre a elaboração do guia e a importância que o retorno ao trabalho aconteça de forma segura.

Em meio à crise sempre surgem oportunidades para que possamos nos reinventar. Foi com esse intuito que trouxemos exemplos dos Grupos Caltabiano, ViaSul e IESA. Cada um buscou uma maneira de driblar as dificuldades e se adaptar aos novos tempos. As ferramentas e ações digitais, sem dúvida, estão sendo grandes aliados neste momento, assim como os serviços de Leva e Traz.

Boas notícias também vêm do Jeep Bank. Nossa Rede terá acesso ao Fundão com direito a saques e isenção de juros. Os detalhes do acordo e das condições estão nas próximas páginas na entrevista que realizamos com Gunnar Alejo Ramos Murillo, Presidente do Jeep Bank.

Seguimos atentos às demandas da Rede e juntos com a FCA acompanhando todas as movimentações do mercado para que tenhamos, dentro do possível, as melhores condições para conduzirmos os nossos negócios.

Bom trabalho a todos!

Paulo Toniolo Jr.

Presidente da ABRADIC

Rede se reinventa com novas possibilidades de negócios

Diante da crise causada pela COVID-19 e a obrigatoriedade do fechamento em diversos estados e municípios brasileiros das Concessionárias para conter a disseminação do novo Coronavírus e com o funcionamento de poucas oficinas, foi preciso, rapidamente, agir em busca de novos formatos de negócios, criar novas práticas e estratégias para minimizar os impactos causados pela paralização dos negócios.

Cada Concessionário buscou e vem procurando uma maneira de driblar as dificuldades e se adaptar aos novos tempos. As ferramentas e ações digitais foram impulsionadas, bem como, novos serviços e produtos para agregar valor aos negócios foram introduzidos na complexa tarefa de manter a Marca conectada ao seu público neste momento de grandes desafios.

Para atender as demandas provenientes dos serviços de manutenções e reparos dos veículos, o Grupo ViaSul se preparou seguindo todas as recomendações e procedimentos determinados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para que os clientes se sentissem seguros em levar o carro até a loja para realizar o serviço. “Produzimos, inclusive, um vídeo que mostra aos clientes como o nosso Pós-Vendas se preparou para atendê-los. Funcionários com máscaras e luvas, usamos as devidas proteções nos veículos, equipe reduzida, horários dos agendamentos com intervalos maiores a fim de evitar aglomerações e o incentivo do uso do agendamento pelo site do Grupo ViaSul, ou então, por WhatsApp ou pelo nosso aplicativo, por onde é possível também realizar o pagamento”, explica Roberto Figueiredo, Diretor do Grupo ViaSul.

Figueiredo conta que o Grupo vem investindo em novos produtos como o kit de descontaminação para realizar a descontaminação da caixa de ar condicionado, fazer a troca do filtro do ar, a oxi-sanitização (serviço de ozônio na cabine do carro para eliminar vírus, fungos e bactérias) e o processo denominado “granada” que faz a “limpeza do ar” e traz um odor de limpeza para o veículo. Nesse kit há também produto para a limpeza adequada das superfícies do veículo. O kit completo sai para o cliente por R\$ 400. Ao adquiri-lo ele leva a sobra do produto para posteriormente limpar as superfícies, mantendo a higienização do interior do veículo e mais duas



Nós da **ViaSul Jeep** temos uma novidade na prevenção contra o coronavírus.

Além dos cuidados mecânicos. O Grupo ViaSul vem trabalhando com a descontaminação dos veículos.

oxi-sanitização. “Estamos trabalhando além dos cuidados mecânicos, fortalecendo essa questão da descontaminação dos veículos, oferecendo o serviço de higienização. Pretendemos com essa ação atrair mais clientes até aqueles que não usavam os serviços das Concessionárias”, explica o Diretor do Grupo ViaSul, ressaltando mais uma vez a importância do Pós-Vendas daqui para frente. “O nosso Pós-Vendas terá que representar mais do que no passado. Estamos nos organizando e nos preparando para isso em um ambiente seguro. Continuaremos investindo nas plataformas digitais para trazer mais tecnologia em nossos serviços, além de novos produtos para que consigamos aumentar as passagens em nossas oficinas e atrair novos clientes.”

Êxito no serviço de Leva e Traz

Em 25 de março, no dia seguinte à obrigatoriedade do fechamento das lojas para conter o avanço do novo Coronavírus no Estado de São Paulo, o Grupo Caltabiano focou seu trabalho em três frentes: serviço de Leva e Traz, intensificou o seu ativo e as ações

nas Redes Sociais. A implementação do serviço Leva e Traz, sem cobrança de taxa, para realizar as manutenções essenciais e de urgência nos veículos mostrou-se bastante eficiente. “Com a pandemia tivemos uma queda significativa no faturamento e nas passagens de veículos. Porém, com o Leva e Traz conseguimos trazer 35% dos nossos clientes para as nossas oficinas. Como estamos trabalhando com 60% da nossa equipe e em dias alternados, atendemos no máximo 10 clientes por dia (antes eram 35 carros por dia). É uma ação que demanda tempo. Não só pela equipe reduzida, mas também pela série de novos protocolos que devem ser adotados, visando a segurança de todos. O funcionário busca o carro no cliente para executarmos o serviço e no mesmo dia entregamos. O pagamento é realizado no momento em que devolvemos o carro e levamos a máquina de cartão de crédito/débito”, explica o Gerente de Pós-Vendas do Grupo Caltabiano, Adilson Gomes Araújo.

Para trabalhar a sua base de clientes, o Grupo investiu no seu ativo. Foi montada uma equipe para entrar em contato com os clientes, que tinham serviços agendados antes da pandemia ou que estavam próximo de realizar os serviços mecânicos, oferecendo o serviço de Leva e Traz. Em uma segunda etapa o ativo começou a contatar os demais clientes.

Embora já trabalhasse forte as suas Redes Sociais, o Grupo apostou ainda mais no alcance digital e

produziu diversos materiais para divulgar as ações, em seu site e nas páginas do Instagram e Facebook, além de usar o WhatsApp para enviar os materiais aos clientes. “Vivemos um período extremamente desafiador em que será preciso se reinventar para impulsionar os negócios e, especialmente o Pós-Venda ganhará uma relevância ainda maior na retomada dos negócios”, prevê Adilson.

Leads impulsionados com as vendas on-line

Seguindo todas as recomendações e decretos do governo do Rio Grande do Sul, mantendo as lojas fechadas, o Grupo IESA, decidiu a partir da primeira quinzena de abril adotar uma nova estratégia de negócios. “Só estávamos reagindo às determinações. Precisávamos voltar a vender mesmo com as portas fechadas até porque não sabemos até quando perdurará essa situação. O que fizemos foi acelerar o processo das vendas digitais, com atendimento, avaliação, simulação do financiamento, tudo 100% on-line”, conta Roberto Nahas, Diretor Executivo do Grupo IESA.

O Grupo lançou a campanha Mega Sale OnLine de 20 a 30 de abril, dividida em duas fases. A primeira, do pré-lançamento da campanha, para apresentar aos gerentes e vendedores de todas as marcas do Grupo, a campanha e as peças criadas para a



CONFORTO E SEGURANÇA NA CALTABIANO COM O PADRÃO DE QUALIDADE JEEP

Com o Leva e Traz da Caltabiano, você realiza a manutenção do seu JEEP sem sair de casa.

- 1 Agende a revisão ou reparo e solicite o Leva e Traz
- 2 Vamos à sua casa no horário combinado e levamos seu JEEP*
- 3 Depois de efetuado o serviço, trazemos de volta a você

Caltabiano
McLarty

AGENDE JÁ
(11) 99468-6069

Com o serviço de Leva e Traz, o Grupo Caltabiano conseguiu trazer 35% dos clientes para as suas oficinas.



Nossas nove marcas com **condições especiais** em um processo **100% digital**.

ATÉ 30 DE ABRIL

- Compre **sem sair de casa**
- Avalie seu usado de forma **totalmente digital**
- Novos e usados com **preço de custo**
- Liquidação de **test drives** com **baixíssima km** e **preços abaixo do mercado**
- Troco na troca **receba dinheiro** na troca do seu usado
- Primeira parcela **para 120 dias**
- Simule seu financiamento Veículos com **taxa 0** e **isenção total de IOF**

MEGA SALE ONLINE
Grupo IESA

O Grupo IESA apostou na venda 100% on-line.

divulgação, falar sobre o atual momento, as oportunidades de negócios, explicar a dinâmica do trabalho e a importância de todos usarem as ferramentas digitais. Para tanto, uma grande live foi comandada por Roberto Nahas, no dia 17 de abril. Também participaram os Diretores. “Tínhamos a preocupação em não errar o ‘tom’ da campanha, afinal estamos passando por um momento de grandes dificuldades e qualquer mensagem comercial mais agressiva poderia ser encarada negativamente pelos clientes. Para os consumidores focamos nas facilidades de toda a dinâmica e da compra ser digital, que os preços eram da tabela antiga, a liquidação de carros de test drive, parcelas em 120 dias e sem IOF. Fomos muito felizes com a repercussão dessa campanha. Conseguimos um grande impulso na geração de leads, que quintuplicou”, comemora o Executivo.

Na segunda fase da campanha, no dia do seu lançamento em 20 de abril, a live foi entre os Diretores Comerciais e suas equipes de todo o Grupo IESA. Foram destacadas metas, ofertas, entre outros temas. “Nessa campanha aumentamos a comissão dos vendedores em 50% e para os gestores definimos as metas pelas quais seriam remunerados. Além disso, a nossa ação teve um importante cunho social. A cada venda realizada doávamos 100 refeições. Ao

final foram entregues 26.400 refeições”, contabiliza Roberto.

Para o Executivo, toda crise gera um grande aprendizado e esse é o lado positivo que deve ser levado em conta. “É importante que aprendamos com este novo momento, consigamos identificar as deficiências e nos preparemos para a transformação que virá. No Grupo IESA com nossas oito marcas tivemos uma grande oportunidade de criar um sentimento de coletividade ainda maior. Estreitamos os diálogos e o marketing ficou mais próximo das áreas comerciais. Estamos testando ferramentas e tecnologias novas, assim como desenhando novos formatos de negócios”, pontua.

O Executivo do Grupo lembra ainda que a Jeep foi bastante parceira neste momento e cita uma ação que também os beneficiou nas ações comerciais. “A Jeep trouxe para o seu site ofertas e permitiu que os Concessionários colocassem as suas. Isso também nos possibilitou gerar leads.” Roberto acredita que daqui para frente é fundamental que as Concessionárias estejam preparadas tanto para as vendas físicas, quanto 100% on-line e ‘híbridas’, ou seja, aquela que inicia on-line e é finalizada na Concessionária.

O JEEP
MAIS PREMIADO
DA CATEGORIA
SUBIU AINDA MAIS
DE CATEGORIA.

JEEP GRAND CHEROKEE TURBODIESEL
AGORA COM TECNOLOGIAS AUTÔNOMAS.

JEEP.COM.BR
CAC 0800 7037 150
facebook.com/jeepdobrasil



Jeep é marca registrada da FCA US LLC.
No trânsito, dê sentido à vida.



SISTEMA
DE ENTRETENIMENTO
TRASEIRO COM TELAS DE 9"
E ENTRADAS HDMI



TETO SOLAR
PANORÂMICO
COMMAND VIEW



COMUTAÇÃO
AUTOMÁTICA
DE FARÓIS



CONTROLE
DE CRUZEIRO
ADAPTATIVO



O Jeep Grand Cherokee reúne em sua categoria uma combinação perfeita de acabamento luxuoso, motor 3.0 turbodiesel com 240 cv e 56 kgfm, capacidade off-road lendária e muitos outros recursos de segurança e tecnologia.

Jeep
MAKE HISTORY



“É o recomeço. Teremos uma nova maneira de trabalhar, novos hábitos e atitudes.”

O momento de reabertura das Concessionárias para receber os clientes em Vendas e Pós-Vendas é a hora em que o trabalho ganha um novo significado, segundo Roger Corassa, Diretor de Desenvolvimento de Rede da FCA para a América Latina. “É o recomeço. Teremos uma nova maneira de trabalhar, novos hábitos e atitudes. Fizemos o Guia Smart Restart com recomendações seguindo protocolos de saúde e legislações, tudo para que o retorno ao trabalho aconteça de forma segura”, esclarece.

Corassa explica que a elaboração do Guia envolveu diversas áreas da Montadora no Brasil e nos outros mercados da América Latina, Europa e Estados Unidos. “Olhamos com especial atenção para os países que passaram pela mesma situação, alguns

deles em etapas mais avançadas no processo que estamos vivendo, para que chegássemos a uma proposta robusta, segura e efetiva para nossos clientes e parceiros. Envolvermos profissionais de saúde da FCA e analisamos as legislações existentes para elencar as melhores e mais eficientes práticas de preservação das pessoas e do negócio”.

Outro desafio foi a forma de apresentação dessas recomendações para a Rede, em tempos de isolamento social. “No mês de abril. “Realizamos uma série de lives, transmissões ao vivo com os profissionais das Concessionárias, para juntamente com as equipes de WCD Academy e Mopar, apresentarmos algumas ações e recomendações presentes no Guia. No início de maio, o material foi compartilhado com todos os profissionais da

Rede por meio de e-mail e WhatsApp. E orientamos as equipes de campo da FCA, que atuam nos Escritórios Regionais, sobre como dar suporte aos Concessionários para a aplicação das recomendações presentes no material”.

Para orientar os profissionais das Concessionárias de como proceder para aplicação das recomendações, ao final do Guia Smart Restart está inserido o Checklist de Orientações Gerais, Checklist para a área de Vendas e Checklist para a área de Pós-Vendas. “Nossa equipe de campo está orientada a instruir os Gestores das Concessionárias para aplicação das recomendações. Agora em junho, iniciaremos uma campanha de comunicação reforçando a importância de seguir as recomendações para preservação da saúde das pessoas e preservação do negócio, contemplando ações em todas as etapas desde que o pessoal sai de casa, interage com nossos clientes, atua em cada um dos processos, volta para casa e dentro de seu lar com a sua família”, assegura Corassa.

Até o momento, o retorno por parte dos Concessionários tem sido positivo. “Não identificamos resistência. Acreditamos que todos neste momento entendem que preservar a saúde é um dos pilares mais importantes. As recomendações foram também bem recebidas em toda a Rede Latam e por nossa casa matriz em Michigan (EUA), que diretamente estão compartilhando com outros mercados internacionais”, garante o Diretor.

Para Roger Corassa, o mais importante é que cada um faça sua parte e zele pela aplicação das normas. “A fiscalização é uma atividade do setor público. Acreditamos que o nosso papel como Montadora é orientar, recomendar e suportar a Rede para que realize com segurança a retomada das atividades, a preservação das pessoas e a preservação do negócio. Tudo isso para que o nosso trabalho aconteça de forma segura para nós, nossas famílias e clientes. Mas lembre-se sempre: a atitude de cada um é essencial em respeitar as sinalizações e recomendações”, reforça a mensagem.

FCA lança guia com os protocolos a serem seguidos para o retorno das atividades da Rede

Respeitando as determinações de cada município e estado para o retorno das atividades, a FCA preparou um guia com recomendações alinhadas às orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS). Dividido em dez capítulos, o ebook inicia com as “Recomendações Gerais”, tanto relacionadas à higiene e proteção pessoal, quanto na relação entre clientes e funcionários e a higienização, em detalhes, dos ambientes da Concessionária.

O segundo capítulo “*Antes De Ir Ao Trabalho*” traz importantes orientações de como proceder

até chegar no local e iniciar as atividades. Já no capítulo “*No Trabalho*” são expostos cuidados e prevenções, destacando a importância do uso dos equipamentos de proteção pessoal, como comportar-se durante as reuniões e medidas gerais que devem ser tomadas na área de trabalho. No capítulo, “*Casos Suspeitos*” como agir se na Concessionária algum funcionário apresentar sintomas ou mesmo se testado positivo para a COVID-19. No quinto capítulo dedicado ao “*Processo de Vendas*” estão mais recomendações e protocolos a serem

seguidos na recepção, apresentação de veículos, test drive, negociação, entrega dos carros etc. Em “*Recomendações MOPAR*” estão todas as informações técnicas de verificação dos veículos para entrega ao cliente, após um longo período parado e os protocolos que deverão ser seguidos, inclusive de higienização do interior dos carros. No oitavo capítulo “*Instalações*” os temas tratados são as recomendações e padronizações na comunicação, como por exemplo, para a fachada do showroom, os distanciamentos entre os veículos e as mesas de atendimento, o que



deve ter e ser evitado nas áreas comuns, além das orientações para as oficinas. Em “Saindo do Trabalho” as sugestões são de como proceder até chegar em

casa e os cuidados com a higienização. No capítulo “Em Casa” há importantes dicas e cuidados para não levar o vírus para dentro da residência. Ao final do guia,

um checklist ajudará no registro das informações e checagem se as recomendações estão sendo aplicadas na Concessionária.

GUIA SMART RESTART
RETORNO DAS ATIVIDADES

RELAÇÕES ENTRE PESSOAS - CLIENTES E FUNCIONÁRIOS

- ✓ Mantenha uma distância física mínima de 2m entre as pessoas o tempo todo.
- ✓ Use álcool em gel 70% no cliente.
- ✓ Cumprimente as pessoas de forma gentil e evite qualquer tipo de contato corporal (aperto de mão, abraço ou beijo).
- ✓ Não compartilhe bebidas e/ou alimentos.
- ✓ Incentive o uso da comunicação digital e evite o uso de papel (por exemplo, cartões pessoais e folhetos), enviando arquivos digitais em interações com os clientes.
- ✓ Evite receber fornecedores dentro da concessionária, no caso de recebê-los, faça-o em períodos de menor fluxo de clientes.
- ✓ Verifique as orientações locais relacionadas à permanência no local e prestação de serviços de pessoas do Grupo de Risco.

HIGIENE E PROTEÇÃO PESSOAL

- ✓ Utilize máscara sempre.
- ✓ Lave as mãos com água e sabão frequentemente.
- ✓ Faça uso de luvas caso elas sejam recomendadas pelas autoridades locais.
- ✓ Use álcool em gel 70% e evite tocar seu rosto.
- ✓ Identifique objetos de uso habitual - não compartilhe os mesmos.
- ✓ Disponibilize álcool em gel 70% para equipes e clientes em todas as instalações (Recepção, Vendas, Pós-Vendas e Administração).
- ✓ Higienize os uniformes de trabalho conforme orientações das autoridades locais.

INFRAESTRUTURA, EQUIPAMENTOS E MÓVEIS

- ✓ Evite acumular itens não essenciais e documentação em balcões e mesas de recepção, vendedores, consultores de serviço e caixas eletrônicas.
- ✓ Publique informações sobre as formas de proteção e centros de informações para consultas em locais visíveis da sala.
- ✓ Disponibilize o atendimento ao cliente por meios eletrônicos ou remotos, através dos canais de comunicação disponíveis na concessionária, site e e-mails.
- ✓ Higienize as instalações de uso comum todos os dias, ao final do dia. No encerramento, as mesas de vendedores, consultores de serviços e cabas devem ser limpas assim que cada cliente sair. Nessas áreas, disponibilize álcool em gel 70%.
- ✓ Mantenha os espaços ventilados ou com o sistema de ar condicionado ligado e com filtros higienizados.
- ✓ Os equipamentos de ar condicionado devem ficar ligados à temperatura recomendada de 24° C.
- ✓ Remova revistas e materiais de leitura das salas de espera dos clientes.



**A MOPAR E A ABRADIC SE UNIRAM POR VOCÊ!
FLEXIBILIZAMOS NOSSAS POLÍTICAS PARA MELHOR ATENDÊ-LO NESTE MOMENTO. CONTE CONOSCO!**

30

dias de postergação nas notas de abril

60%

de redução do alvo de volume de maio

60

dias de prazo em maio e junho*

50%

de redução do alvo de volume de junho



*Para clientes que atingiram o alvo de maio.

FIQUE por Dentro



Imagens ilustrativas.

Boas práticas para o recebimento dos veículos na Concessionária

A FCA sugeriu uma série de protocolos de boas práticas durante o recebimento e entrega dos veículos, garantindo a segurança dos clientes e profissionais da Concessionária.

Área da Recepção aos clientes

- Higienizar a área a cada hora;
- Disponibilizar álcool em gel;
- Para manter adequadamente o distanciamento, demarcar com linhas no piso as áreas de espera, bem como, espaçar os assentos;
- Cumprimentos sem apertos de mão ou qualquer outro tipo de contato físico;
- Informar ao cliente que as superfícies da parte interna do veículo, com maior incidência de toques, serão higienizadas antes da devolução do carro;
- O consultor de serviço deve usar luvas durante o preenchimento da documentação;
- Entregar aos clientes uma caneta, de cortesia, para uso exclusivo.

Ambientes Seguros

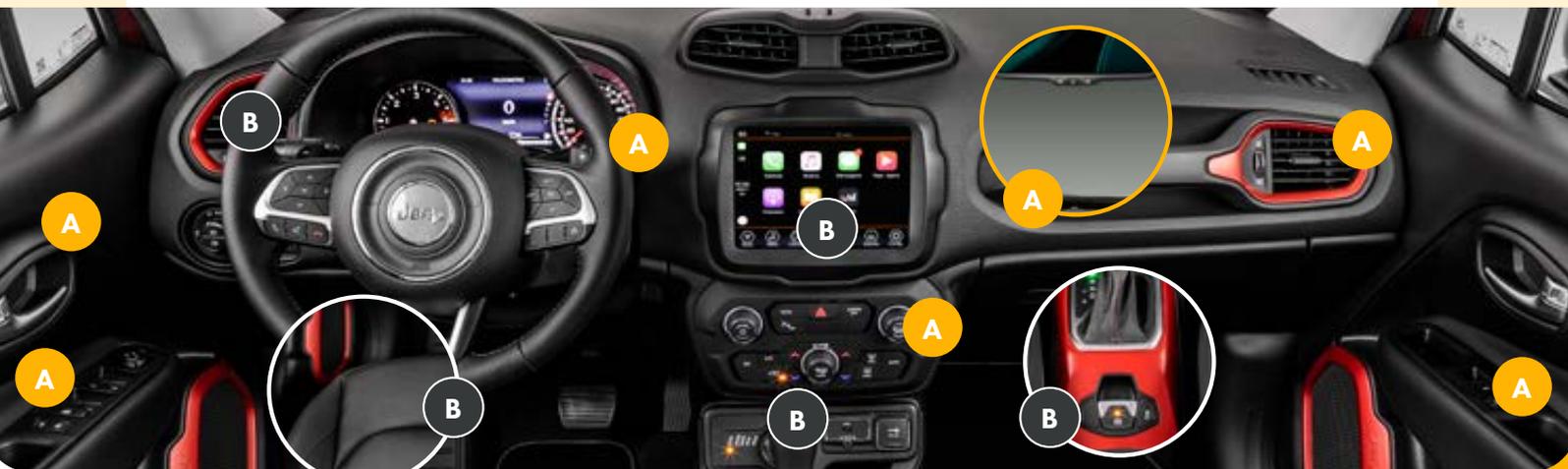
- Os funcionários da Concessionária devem seguir todas as recomendações dos órgãos de saúde sanitária, evitando a propagação do vírus COVID-19. Colaboradores que apresentem algum sintoma ou

esteja com familiares doentes, deverão ficar afastados das atividades;

- Toda a equipe deverá seguir os procedimentos de lavagem das mãos recomendados pelo Ministério da Saúde;
- Adotar uma estratégia completa de limpeza frequente nas instalações da Concessionária durante todo o dia e após o horário. Manter limpas as bancadas e maçanetas das portas;
- Os técnicos e motoristas da Concessionária devem usar luvas durante a manutenção, coleta ou entrega do veículo;
- Informar regularmente os clientes sobre as precauções tomadas para manter os funcionários e clientes da Concessionária em segurança. Pode ser verbalmente ou por meio de sinalização, mídia social, site etc;
- Capacitar os funcionários para realizar a maioria das transações com clientes on-line ou por telefone;
- Aumentar o uso dos serviços de coleta e entrega do veículo (Leva e Traz);
- Manter o cliente informado sobre as atualizações de progresso do serviço. Agendar horários para a retirada dos veículos, evitando o excesso de pessoas na Concessionária.

Orientações para a higienização do interior dos veículos

O Mopar Service Center criou um manual com recomendações para a higienização do interior dos veículos, especialmente para as áreas e componentes de maior contato.



Os procedimentos devem ser executados quando o veículo ingressar na Concessionária para manutenção e, também, antes de ser entregue ao cliente.

Para os componentes indicados com a letra “A”, na imagem acima, e listados a seguir, a limpeza deve ser realizada utilizando álcool líquido 70% (álcool isopropílico ou álcool etílico) aplicado com um pano umedecido. Cuidado para não aplicar em excesso e danificar o correto funcionamento dos componentes elétricos/eletrônicos.

- Maçanetas
- Puxadores das portas
- Comandos dos vidros
- Comandos de regulagem dos retrovisores
- Retrovisor interno
- Difusores de ar
- Comandos da caixa de ventilação e ar condicionado, se equipado
- Iluminação interna
- Comandos do teto solar, se equipado
- Comandos do volante, se equipado

Para os componentes indicados com a letra “B” e listados a seguir, a limpeza deverá ser realizada

utilizando uma mistura de água e detergente neutro (proporção de 200 ml de água limpa para 25 ml - correspondente a meio “copinho” descartável de café - de detergente ou sabão líquido concentrado) aplicada com pano umedecido ou esponja. Cuidado para não aplicar em excesso e danificar o correto funcionamento dos componentes elétricos/eletrônicos.

- Painel principal
- Volante
- Manopla de comando do câmbio
- Alavanca do freio de estacionamento
- Revestimento dos bancos
- Tecido dos painéis de porta
- Tapete de borracha / carpete.

IMPORTANTE: As lentes do quadro de instrumentos e a parte frontal do rádio / central multimídia em hipótese alguma podem ser limpas utilizando-se álcool.

Além das orientações mencionadas, recomenda-se que sejam cumpridas as respectivas legislações locais, bem como, adotadas as orientações de segurança já expedidas pelo Ministério da Saúde, agências reguladoras competentes e a Organização Mundial de Saúde (OMS).

Medidas para os agendamentos e tratativas dos leads

Com a retomada gradual desde o dia 12 de maio das operações das oficinas em vários estados, os formulários digitais de leads, disponíveis nas páginas de serviços do site Jeep foram reativados, possibilitando que os próprios clientes voltem a solicitar o contato para agendamento. Com isso, a quantidade de leads enviados à Rede tende a aumentar.

Uma outra questão que o Mopar Service Center está trabalhando de suporte à Rede para que as novas oportunidades de negócios não sejam perdidas foi disponibilizar três agentes de atendimento dentro da Central de Relacionamento Jeep, para realizar o tratamento dos leads de prospecção mais antigos (leads gerados a partir do banco de dados da FCA) que ainda estejam represados, ou seja, que estão com menos tempo para realizar a próxima revisão dentro do plano de manutenções.

Com essa ação, os leads de prospecção da base do mês de março serão gradativamente distribuídos aos agentes de atendimento, deixando a fila dos agendadores da Concessionária, para aqueles que estejam trabalhando normalmente possam focar nos leads digitais e de prospecção das bases mais recentes, que oferecem mais oportunidades de realizar negócios.

Para as Concessionárias que precisam pausar as operações e não têm condições de atender com agilidade aos leads digitais, também haverá o habitual apoio da Central de Relacionamento, tratando-os como prioridade.

Essa ação começou a ser realizada em 13 de maio. Sempre será recomendado o agendamento na Concessionária de origem da venda, porém a escolha do cliente prevalecerá.

Como deve ser feita a manutenção dos veículos estocados

No momento em que há um elevado número de veículos estocados nas Concessionárias vale reforçar alguns procedimentos contidos no manual de Gestão de Pátio, especialmente em relação à bateria dos veículos:

- É necessário para todos os veículos em estoque, a desconexão imediata do polo negativo da bateria, (para veículos equipados com sistema Start&Stop, desconectar o sensor IBS).



- Ao desconectar o cabo negativo da bateria, algumas informações do quadro de instrumentos (hodômetro parcial, data e hora) e do rádio (data e hora), poderão ser desconfiguradas.
- Ao completar um mês que o veículo está em estoque, deve ser aferida a tensão da bateria utilizando um multímetro, e, se necessário, realizar a recarga da bateria.
- Para as baterias disponíveis no estoque devem ser utilizados os mesmos procedimentos de aferição da tensão/recarga citados.

Lembretes:

- Para realizar o procedimento de recarga de uma bateria devem ser usados equipamentos homologados e consultados os procedimentos disponíveis.
- A cada 10 dias os veículos precisam ser ligados e mantidos em funcionamento por 5 minutos para renovar o combustível presente no sistema de alimentação e durante o funcionamento. Recomenda-se ativar o sistema de ar-condicionado para que seja realizada a lubrificação interna deste sistema e mantido o nível de combustível acima do nível de reserva.
- Para os veículos abastecidos com biodiesel que estejam parados há mais de um mês é preciso consumir o combustível presente no tanque até que a luz espia da reserva se acenda. Antes da parada prolongada e ao acionar novamente o motor é preciso reabastecer imediatamente com diesel novo.
- Os veículos devem permanecer com o freio de mão solto. A alavanca do câmbio posicionada em primeira marcha no caso do câmbio mecânico ou na posição "Park" (P) para câmbio automático.
- As hastes dos limpadores de para-brisa e do limpador do vidro traseiro erguidas de forma a não permitir o contato da borracha dos limpadores com o vidro.
- Manter os pneus calibrados e aferir a pressão a cada 30 dias.
- Os veículos que apresentarem manchas de resíduos, óleos ou outras substâncias corrosivas precisam ser lavados antes de alocados no estoque.

Revisão de entrega

Realizar o teste da bateria por meio do equipamento Midtrônicos GRX 3023 (EQ-10353036), homologado pela FCA, e anexar o laudo impresso pelo mesmo na Ordem de Serviço (OS), conforme indicado no checklist.

Lembretes:

- No momento da preparação do veículo para ser entregue ao cliente, a bateria deverá estar com carga acima de 12,5 V. É importante certificar-se do correto encaixe do cabo negativo da bateria no momento da reconexão, pois caso esteja incorreta pode gerar uma pane no veículo, ocasionando até mesmo reboque.
- A presença de oxidação nas superfícies dos discos de freio é considerada normal quando o veículo permanece em estoque ou é utilizado com pouca frequência. Trata-se de uma oxidação superficial que não compromete a qualidade. Após as primeiras frenagens, o contato das pastilhas com o disco de freio remove este tipo de oxidação.
- Vale também ressaltar que poderão ocorrer ruídos, provenientes do atrito entre pastilha e o disco de freio durante os primeiros procedimentos de frenagem do veículo, os quais tendem a desaparecer com a utilização do sistema de frenagem.
- Em hipótese alguma devem ser aplicados produtos para limpeza ou proteção dos discos de freio, isto poderá alterar as características de atrito entre as pastilhas e o disco, comprometendo a eficiência do sistema de frenagem.



FIQUE por Dentro

FCA retoma produção de automóveis no Brasil após adoção de medidas de padrão mundial em sanitização, saúde, segurança e reorganização de processos

Após um longo e minucioso processo de planejamento, alinhamento com as experiências de outros países, testes e adaptações, que envolveu profissionais de diversas áreas sob a liderança dos times de Manufatura, Meio Ambiente, Saúde e Segurança (EH&S, na sigla internacional adotada pelo grupo) e Recursos Humanos, a FCA iniciou, em 15 de maio, o processo de retomada da produção de veículos no Brasil após 48 dias de interrupção voluntária.

O retorno está sendo gradual e foi precedido pela adoção de um conjunto amplo e consistente de medidas de padrão mundial em sanitização, reorganização de postos de trabalho e adaptação de espaços comuns, visando a uma jornada segura para os cerca de 4.300 trabalhadores que voltaram à fábrica de Betim e 1.500 que retornaram à planta de Goiana – desde a preparação

em casa para o trabalho, a viagem nos ônibus que fazem o transporte para as fábricas, passando por todos os passos dos empregados dentro do ambiente fabril, até o retorno para casa ao fim do expediente. As mesmas medidas foram implementadas com êxito para os cerca de 600 empregados que voltaram ao trabalho em 4 de maio na planta de motores de Campo Largo, no Paraná.

O regime de home office continua a vigorar para todos os trabalhadores administrativos não diretamente envolvidos nas atividades de produção, com vistas a diminuir ao máximo o fluxo de pessoas nas fábricas. O mesmo princípio se aplica a todos os escritórios administrativos e regionais da FCA no Brasil.

Nesta primeira etapa de retomada das operações, a prioridade será o treinamento efetivo de todos os empregados para as alterações efetuadas em layouts e processos,

considerando os novos padrões de segurança e sanitização. Também é o momento de realizar um cuidadoso processo de aviamento, que consiste em examinar todos os equipamentos, sistemas e processos após 48 dias de suspensão da produção, com vistas a garantir uma retomada segura e eficiente.

O volume de produção seguirá uma rampa de crescimento no decorrer de maio, acompanhando a adaptação das plantas aos novos procedimentos e à demanda do mercado. Antes da suspensão das atividades, em 23 de março, o ritmo de produção era de 1.600 veículos por dia em Betim e 1.000 em Goiana.

As ferramentas de segurança biológica abrangem os vários ambientes de circulação dos trabalhadores, desde a moradia, passando pelo transporte, entrada das plantas, área de trabalho e espaços de uso comum.

FIQUE por Dentro

Rede terá acesso ao Fundão com direito a saques e isenção de juros

Com a pandemia do novo Coronavírus, o Jeep Bank e a FCA criaram o Comitê de Crise para enfrentar os impactos causados nas vendas e atender às necessidades da Rede. Além da série de medidas já relatadas, recentemente foi aprovado o acesso ao chamado Fundão. Esse Fundo já existe desde a antiga Rede Chrysler e resulta em um valor expressivo que neste momento pode ajudar os Concessionários a enfrentarem a crise.

Segundo Gunnar Alejo Ramos Murillo, Presidente do Jeep Bank, foi aprovada a possibilidade aos Concessionários que seja feito o resgate de parte dos recursos do Fundão. O valor a ser resgatado deverá observar o limite de 20% (vinte por cento) dos recursos mantidos no respectivo Fundo, considerando a data-base de 30 de abril de 2020. “Essa alternativa, aprovada pela FCA e viabilizada pelo Banco, permitirá que o Concessionário utilize os recursos para a liquidação e/ou amortização de duplicatas de Fundão financiadas pelo Banco Fidis. Ficará a critério de cada Concessionária a definição sobre as duplicatas que deverão ser liquidadas.

Caso o valor do Fundo seja superior ao montante já comprometido com o Banco Fidis, correspondente a duplicatas de Fundão, tal quantia poderá ser utilizada para pagamento de outras obrigações existentes com o Banco Fidis ou creditado na conta movimento mantida na FCA, a critério de cada Concessionária. Além do resgate excepcional dos recursos do Fundão, para contribuir ainda mais com a liquidez da Rede, o Banco Fidis está disponibilizando uma linha de crédito especial às Concessionárias no montante das duplicatas de veículos em estoque, que serão liquidadas com os recursos resgatados do Fundão”, explica Gunnar.

Para ter acesso ao saque, basta o Concessionário encaminhar um e-mail para a FCA e o Banco Fidis, que entrará em contato para esclarecer se a situação



“

Foi aprovada a possibilidade de saque parcial de 20% do Fundo dos Concessionários da Rede Jeep

Gunnar A. R. Murillo, Presidente do Jeep Bank

”

“

O acesso ao Fundão permitirá que o Concessionário liquide carros do estoque e ou tenha acesso a liquidez imediata.

”

permite que tenha liquidez e qual o valor a que tem direito. Após essas informações, o Banco aguardará a indicação de quais carros o Concessionário pretende quitar com o Fundo e, também, se terá interesse na linha de financiamento que a instituição disponibilizará. “Além disso, a FCA subsidiará os juros dessa linha por 60 dias”, garante o Presidente do Jeep Bank.

“A FCA está sensível às demandas da Rede que neste momento enfrenta uma crise enorme de liquidez. E teve que acionar as instâncias mais importantes da companhia para viabilizar esse suporte. Foi um grande feito que atendeu a demanda dos nossos parceiros”, comemora o Executivo.

Por fim, o Presidente do Jeep Bank destaca a importância do Comitê de Crise durante esse período. “O Comitê tem sido muito útil. Primeiro para discutirmos a situação da Rede e da marca e para encontrarmos caminhos e soluções para as necessidades e desafios que temos pela frente. Foi fruto desse Comitê que elaboramos e implementamos diversas medidas e agora, também, a demanda do saque e de que forma o disponibilizaríamos. Mesmo com todas as dificuldades que estamos enfrentando, acredito que estamos conseguindo administrar e conduzir os negócios de maneira bastante equilibrada”, conclui.



PROGRAMA DE RECOMPRA GARANTIDA

93%

dos clientes Next Jeep realizam as revisões nas concessionárias onde efetuaram a compra

SERVIÇOS
+ RENTÁVEIS

+ FIDELIDADE
NAS REVISÕES

SEMINOVOS
+ ATRAENTES

CLIENTES
+ SATISFEITOS



ENTRADA
MAIS ACESSÍVEL
PARA O CLIENTE

+

35 PARCELAS
REDUZIDAS

+

O JEEP DO CLIENTE COMO QUITAÇÃO
E A ENTRADA DE UM JEEP NOVO

A PARTIR DE 30%

PROCURE SEU CONSULTOR JEEP BANK PARA ADERIR
AO PROGRAMA E CONHECER OS BENEFÍCIOS!



Programa de Ações FCA para o auxílio no combate à Covid-19

Empenhada em ampliar seu plano de apoio ao combate da Covid-19 no país, a FCA anunciou novas e importantes iniciativas, entre elas:

1) Início da produção de máscaras cirúrgicas no Polo Automotivo Fiat, em Betim (MG). A fábrica, instalada em parceria com a Comau, tem capacidade para 1,5 milhão de unidades por mês. Além da distribuição entre os funcionários da FCA nas fábricas brasileiras, parte da produção será destinada a doações para comunidades e profissionais da Saúde nos Estados de Minas Gerais, Pernambuco e São Paulo.

Com investimento total de aproximadamente R\$ 3,5 milhões, a fábrica ocupa uma área de 250 metros quadrados, que foi completamente adaptada e reconfigurada para a nova atividade, de acordo com as normas técnicas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Na linha de produção, 39 funcionários da FCA se revezam em três turnos.

2) Mais uma etapa das doações a projetos que visam dar assistência a moradores de rua que se encontram em situação de vulnerabilidade nesse período de isolamento social, em Recife. Em parceria com a ONG AVSI Brasil, a empresa iniciou a distribuição de alimentos e kits de higiene.

Serão entregues uma tonelada de alimentos, além de 5.250 litros de água mineral e 1.600 kits de higiene compostos por sabonete, pasta e escova de dentes e shampoo. A doação será feita para a Prefeitura do Recife, para a Associação Católica dos Samaritanos e para Congregação das Irmãs de Nossa Senhora da Glória.

3) O hospital de campanha de Goiana é mais uma importante ação, que inclui a produção e doação de equipamentos primordiais de segurança para profissionais da área da saúde, comodato de veículos para apoio logístico às autoridades estaduais e municipais, reparo de ventiladores pulmonares e outras iniciativas.





4) Com o objetivo de acelerar a entrega de respiradores consertados, a FCA e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial em Pernambuco (SENAI-PE) somam seus esforços para realizar a manutenção dos equipamentos. Agora, todos os ventiladores pulmonares que necessitarem de consertos seguem para o Polo Jeep, em Goiana, onde são consertados pela equipe técnica das duas instituições. Além de garantir a troca de conhecimentos, a mudança também irá contribuir para aumentar a capacidade de atendimento e agilizar a aquisição das peças necessárias para o conserto dos aparelhos.

Desde o mês de abril, as duas instituições estão trabalhando no conserto dos equipamentos, através da Iniciativa + Manutenção de Respiradores, idealizada pelo SENAI Nacional e Governo Federal.

O projeto conta com mais de 30 pontos de apoio em todo o País, entre unidades do SENAI e indústrias. Juntas, as duas instituições já receberam 134 ventiladores pulmonares para conserto. Deste total, o SENAI-PE finalizou e devolveu 12 aparelhos à Secretaria de Saúde de Pernambuco (SES-PE) prontos para serem utilizados.

5) Dia 20 de maio, a FCA entregou ao Governo de Pernambuco um hospital de campanha totalmente equipado para o atendimento de casos da Covid-19. Montado no prédio da Unidade Pernambucana de Atenção Especializada (UPAE) construído pela própria FCA no município, o hospital conta com 100 leitos, dos quais três de estabilização em sala vermelha, para casos mais graves, e outros 97 em enfermaria. A unidade que está sob a responsabilidade do Governo do Estado, já está em funcionamento.

Além dos 100 leitos, o hospital também dispõe de dez consultórios, sala de triagem, postos de enfermagem, área administrativa e centro de material e esterilização. A FCA também doou equipamentos para viabilizar o funcionamento da unidade, como raio-X, três ventiladores pulmonares – todos recuperados por funcionários do Polo Jeep que atuam numa força-tarefa nacional de manutenção desses aparelhos - e materiais médicos diversos. A FCA também doou uma Fiat Ducato adaptada como ambulância para apoio à movimentação de pacientes.



FIQUE por Dentro

FCA lança série de podcasts sobre Maio Amarelo

No trânsito, todos sabem, o amarelo é sinal de atenção. Essa é a ideia do “Maio Amarelo”, movimento internacional de conscientização para redução de acidentes de trânsito. Desde 2016, a FCA promove ações em prol do movimento e neste ano, a companhia utiliza esse momento de união contra o Covid-19 para desenvolver ações no ambiente digital e lançou uma série de podcasts sobre o tema e vídeos curtos que integram a campanha.

Com três episódios, os bate-papos abordam segurança, proteção e empatia. Palavras que servem tanto para serem usadas no trânsito quanto neste período delicado de combate à pandemia. Além disso, os conteúdos trazem dicas e cuidados com os veículos enquanto estiverem parados e a higienização dentro e fora do carro. Todos os episódios contam com dois especialistas ou parceiros FCA em uma conversa de até 20 minutos. Os podcasts estão disponíveis nos canais oficiais da FCA, YouTube e Spotify.



O tema da campanha deste ano é “Perceba o risco. Proteja a vida”, um lema que está alinhado com a decisão da organização do movimento de adiar as ações nas ruas para setembro, seguindo as recomendações da OMS. Pela urgência do assunto, o plano de ações pensado para se desenvolver no ambiente externo foi alterado para acontecer nos canais digitais.

Complementando a campanha, foram publicados vídeos curtos dos participantes e porta-vozes da FCA de cada episódio dos podcasts. Devido ao período de isolamento social, assim como os podcasts, os vídeos também foram gravados por cada colaborador nas suas casas.



FCA anuncia resultados globais do primeiro trimestre impactados pelos efeitos da Covid-19 sobre a economia e negócios

A FCA anunciou os resultados do primeiro trimestre de 2020, que refletem os impactos da pandemia da Covid-19 sobre os negócios globais. A empresa reporta vendas de € 20,6 bilhões no período, o que representa uma retração de 16% em relação ao mesmo período do ano anterior. Foram comercializadas 818 mil unidades, com queda de 21% em relação ao primeiro trimestre de 2019. Foram registradas perda líquida de operações contínuas de € 1,7 bilhão e perda líquida ajustada de € 500 milhões. Apesar do impacto significativo da pandemia sobre a economia e os negócios, a FCA entregou um EBIT ajustado positivo de € 52 milhões. A liquidez disponível em 31 de março de 2020 foi de € 18,6 bilhões, reforçada com aporte adicional de € 3,5 bilhões contratado em abril.

As fábricas do grupo no mundo suspenderam a produção em momentos adequados e indicados para preservar a integridade e saúde dos trabalhadores em cada região. A empresa também se concentrou fortemente no apoio ao enfrentamento à Covid-19, colaborando com as autoridades e comunidades com a instalação de hospitais de campanha, reforma de ventiladores pulmonares, produção e doação de equipamentos, apoio a escolas da área médica, cessão e doação de veículos, doação de refeições a

populações em situação de vulnerabilidade, entre outras medidas.

Além disso, o grupo adiou os gastos não essenciais e alongou o perfil dos investimentos. A FCA continua a avaliar todas as opções de financiamento e espera acessar o financiamento quando disponível em termos razoáveis para fortalecer a liquidez e otimizar a flexibilidade financeira.

Na América Latina, as vendas somaram 106 mil unidades no período, com queda de 12%, principalmente devido à suspensão temporária da produção no Brasil a partir de 23 de março. A receita líquida caiu 32%, para € 1,32 bilhão, principalmente devido à menor comercialização, bem como impactos negativos de câmbio devido ao enfraquecimento do real. O rápido processo de ajuste adotado conteve as perdas em € 27 milhões de EBIT ajustado.

Não obstante esse cenário inesperado e sem precedentes, a FCA e o Groupe PSA permanecem comprometidos com a fusão 50/50, que criará uma empresa líder em mobilidade global. Juntos, os dois grupos continuam avançando nos vários fluxos de trabalho de fusão e comprometidos em concluir a transação até o final deste ano ou no início de 2021.

Condições Especiais para Pessoas com Deficiência (PCD)

A Jeep lançou também condições especiais de descontos para pessoas com deficiência (PCD), além de todos os benefícios já previstos.

A ação é voltada para os modelos Jeep Renegade e Jeep Compass, que não se enquadram nas determinações do benefício integral para o público PCD. A totalidade dos descontos para pessoas com deficiência, que inclui isenção de IPI, ICMS, IOF e IPVA (esse último variando conforme o município), é válida apenas para veículos que custem até R\$ 70.000. No entanto, é possível ter isenção do IPI para carros com preço acima desse valor. Desse modo, o público PCD poderá ter descontos, além dos de direito, de até 28,3%, em uma oportunidade única para



quem fizer a compra. A oferta de descontos da Jeep é válida até o dia 4 junho ou enquanto durarem os estoques da linha 2019/2020. Para mais informações acesse o site oficial da Jeep: <https://www.jeep.com.br/pcd.html>

Mercado

Abril registra queda nos emplacamentos. Renegade teve recuo de 74,29% e o Compass 64,20%

A parada súbita da economia e o fechamento das Concessionárias, em função do novo Coronavírus e o decreto da quarentena, refletiu sobremaneira nos resultados do mês de abril. Com 20 dias úteis foram emplacados 51.362 automóveis e comerciais leves. Em relação a abril de 2019, período em que foram emplacados 221.292 veículos, a queda foi de 76,79%. Ao comparar com março de 2020, que registrou 155.807 unidades emplacadas, o recuo foi de 67,03%.

O segmento SUV

Levando em consideração o segmento SUV, incluindo as categorias SUVB e SUVC, a queda em abril de 2020 de participação de mercado foi de 2,05 pontos percentuais quando comparado a março de 2020. Tendo a categoria SUVC recuado 0,42, enquanto o SUVB 1,63 p.p. O mês de abril foi encerrado com uma queda do segmento competitivo SUVB de 70,31% e de 71,87% para a categoria SUVC.

Já no acumulado de janeiro a abril de 2020, o market share do segmento SUVB caiu 19,09% e do SUVC teve queda de 29,11%.

Renegade

Mantendo-se na liderança da sua categoria durante o acumulado de

janeiro a abril de 2020, o Renegade teve uma queda no volume de emplacamentos de 28,32%, refletindo em um recuo de 2,26 p.p. de sua participação do mercado.

Quando analisado o mês de abril, o Renegade ficou na 2ª posição, com 1.155 unidades emplacadas, queda de 74,29%, representando um recuo de 2,35% p.p. de market share.

Sobre as Vendas Diretas (VD), o Renegade, em abril de 2020, teve 800 unidades emplacadas, o que representou 69,26% de participação sobre o total da categoria. Para o mercado PCD, em abril de 2020 foram 216 unidades. Para efeito de comparação, em março de 2020, as Vendas Diretas do Renegade registraram 3.337 unidades (74,28%) e no mercado PCD 1.350 unidades foram emplacadas.

No ranking de emplacamentos da indústria (Autos) do mês de abril, o Renegade permaneceu na 10ª posição.

Compass

No acumulado de janeiro a abril de 2020 comparado ao mesmo período de 2019, o Compass teve queda de 26,46% no volume de emplacamentos, mas ainda assim manteve a liderança da sua categoria, com um crescimento de

participação de mercado de 2,05 pontos percentuais.

Analisando apenas o mês de abril, o Compass continuou mantendo a 1ª posição da categoria, com 1.095 unidades emplacadas e market share de 67,43%. No comparativo a março de 2020 houve queda de 64,20% no volume de emplacamentos, mas um crescimento de 14,45 pontos percentuais de participação no segmento.

Com relação às Vendas Diretas (VD), o Compass, em abril de 2020, teve 896 unidades emplacadas, o que representou 81,82% de participação sobre o total da categoria.

No ranking de emplacamentos da indústria (autos) do mês de abril, o Compass ficou em 11º lugar, seis posições acima em relação a março de 2020.

Desempenho Jeep

A marca Jeep encerrou abril de 2020 com 24,42% de participação na somatória dos seus dois segmentos competitivos. No mesmo período de 2019, a marca apresentava 27,25% de market share. Ou seja, a sua participação encolheu 2,83%. Sobre as Vendas Diretas dos modelos Jeep, em abril de 2020, elas corresponderam a 75,02% das vendas totais da marca, exatamente igual a março de 2020.

Evolução Mercado Total e SUV

