



ENTREVISTA COM DRIES VAN DEN BERGH CROMAX BRAND MANAGER EUROPA, MÉDIO ORIENTE, ÁFRICA

P1. Qual é a sua visão para a Cromax® atendendo à sua função de Brand Manager para a Europa, Médio Oriente e África (EMEA)?

R1. A produtividade é o motor da marca Cromax e guia tudo o que fazemos. Pretendo tirar proveito dos nossos muitos anos de experiência no fornecimento de produtos, não apenas excelentes mas também inovadores, e ajudar as oficinas a tornarem-me mais produtivas e a economizar material e energia. De forma a poder concretizar isto, implementamos um programa sólido de desenvolvimento de produto, lançamento de novos produtos e uma gama excepcional de ferramentas digitais de cor. E contamos ainda, naturalmente, com os nossos programas de marketing abrangentes e iniciativas de apoio publicitário para as nossas oficinas.

P2. A Cromax possui uma intensa história. Foi dada continuidade a alguns dos aspectos deste legado, com a recente mudança de marca?

R2. Sim, sem dúvida. Beneficiámos igualmente da experiência da Axalta Coating Systems, a empresa por detrás da nossa marca, e que está no mercado das tintas há praticamente 150 anos. Na Cromax, continuamos a defender os quatro principais pilares do nosso legado. O primeiro pilar é a produtividade, baseada em tecnologia concreta. Os nossos sistemas de pintura utilizam a tecnologia mais avançada para serem rápidos e precisos e, deste modo, impulsionar a inovação que acelera os trabalhos de pintura com o objectivo de fornecer produtividade em cada etapa do processo de reparação. Mas, simultaneamente, conhecemos as oficinas e conhecemos o seu negócio, pelo que não faz qualquer sentido oferecer um trabalho rápido cujo resultado final reflecta uma qualidade inferior. E é por esta razão que o segundo pilar no qual assenta a nossa marca é a qualidade do produto. Os produtos da Cromax possuem uma qualidade excepcional graças à investigação e desenvolvimento de que têm sido alvo ao longo dos anos. O nosso foco em competência de cor, fornecido, nomeadamente, através de ferramentas digitais de correspondência de cor, constitui o nosso terceiro pilar e representa uma parte vital da nossa história. Uma das inovações de cor lançadas recentemente foi o ChromaWeb™, um poderoso software de gestão de cor baseado numa *cloud* que faz a ligação à base de dados de cor global da Cromax. E por último, o quarto pilar sobre o qual construímos a nossa marca, são os nossos sólidos programas de apoio de marketing direccionados para as nossas oficinas e que incluem a Garantia Vitalícia e a Reparação Express. Estas iniciativas estão no centro da nossa convicção de que a nossa marca é mais do que apenas tinta; existimos para ajudar os nossos clientes a impulsionar os seus negócios.

P3. O que representa a Cromax no mercado?

R3. Actualmente, e como marca verdadeiramente global, a Cromax é, na sua essência, produtividade. É o que impulsiona tudo o que fazemos, tudo o que desenvolvemos e tudo o que fornecemos. Compreendemos perfeitamente as pressões a que está sujeita atualmente uma oficina ativa nesta área geográfica e trabalhamos incansavelmente para fornecer soluções de forma a ajudá-las - dentro ou fora da cabina de pintura.

P4. Quais são os desafios do mercado que a Cromax enfrenta?

R4. O principal desafio que enfrentamos é que alguns mercados na nossa área de atividade estão sob pressão económica o que pode contribuir para um efeito redutor e afectar a nossa indústria: as oficinas podem sentir-se tentadas a adquirir produtos de menor qualidade. Contudo, estamos bem posicionados para enfrentar este desafio. Podemos demonstrar claramente às nossas oficinas que a Cromax é a escolha certa para eles. Em qualquer etapa do processo de reparação, podemos demonstrar os benefícios concretos dos nossos sistemas de pintura, de modo a ajudar as oficinas a economizar tempo, energia e produto. O resultado? É perfeitamente possível gerir uma oficina de forma viável utilizando material de pintura de elevada qualidade.

Outro desafio que enfrenta toda a indústria de reparação de veículos resulta das novas tecnologias que estão a ser integradas nos veículos. Refiro-me, nomeadamente, a sensores de estacionamento, travagem assistida e anti colisão. Estes sistemas de segurança, são, sem dúvida, algo de muito bom – conduzem a um menor número de acidentes – mas devemos reconhecer que também podem traduzir-se num menor volume de trabalho para as oficinas. É possível que, em última análise, algumas oficinas cheguem mesmo a desaparecer atendendo à redistribuição do trabalho.

O nosso terceiro desafio prende-se com o facto da região da Europa, Médio Oriente e África possuir um vasto mercado com exigências e expectativas extremamente variadas. As diferentes legislações ambientais, por exemplo, implicam que a Cromax deve continuar a desenvolver tantos os sistemas em base aquosa como em base solvente. E os diferentes mercados compreendidos na região EMEA estão em diferentes níveis de desenvolvimento – alguns são emergentes, outros totalmente desenvolvidos – o que requer da nossa parte diferentes tipos de apoio, serviços e gamas de produtos.

Por último, continuamos a construir o reconhecimento da marca em toda a região. Trata-se de um desafio positivo e empolgante para nós, atendendo que possuímos uma história tão longa e excecional, mas o nome da nossa marca pode, por vezes, continuar a ser associado apenas às nossas fantásticas bases bicamada aquosas. Temos progredido imenso na sequência do novo nome da nossa marca em Setembro de 2013, mas continuamos a trabalhar diariamente para reforçar os valores da nossa marca, aumentando o seu reconhecimento em geral.

P5. O que torna a Cromax uma marca de pintura global?

R5. Desde que procedemos à mudança de marca em Setembro de 2013, reunimos todos as regiões, a nível mundial, nas quais a Cromax opera, visando alinhar os nossos valores, o carácter da marca e a forma como falamos e apresentamos a nossa marca. E isto contribuiu em grande medida para nos tornar de facto numa sólida marca global. Esta abordagem foi exercida igualmente a nível do produto. A Base Bicamada Cromax Pro, a nossa oferta de base bicamada premium, encontra-se disponível, praticamente, em qualquer parte do mundo. É uma base aquosa, com baixo COV e altamente produtiva, que possui uma gama quase ilimitada de cores. Uma outra razão pela qual somos tão fortes a nível global é o nosso departamento, internacional e transfronteiras, de investigação e desenvolvimento. Um bom exemplo disto é o primário UVA, desenvolvido nos EUA e que será implementado globalmente no fim de 2015. E ainda o ChromaWeb, o nosso recém-lançado software baseado numa *cloud*, acessível a partir de qualquer lugar com ligação à Internet, e que estabelece a conexão a uma maciça base de dados global de fórmulas de cor e de informação. Penso que não é possível alcançar maior globalidade.

P6. O que é mais importante para uma oficina Cromax pertencente à região EMEA?

R6. É muito simples, duas coisas: produtividade e a qualidade dos nossos produtos e dos nossos serviços. Conhecemos as nossas oficinas, pelo que nos esforçamos para desenvolver, a um nível de excelência, os produtos, serviços e ferramentas de que necessitam. E definimo-los tendo como essência a produtividade. Preocupamo-nos ainda profundamente com o tipo de relacionamento que as nossas oficinas têm com os nossos importadores e distribuidores – pretendemos elevados níveis de qualidade e que a nossa dedicação à produtividade perdure ao longo da cadeia, a partir de nós até o utilizador final.

P7. Que tipo de apoio e formação está disponível para as oficinas Cromax e qual a importância disto?

R7. A formação é, obviamente, muito importante, e é a única maneira de garantir que os produtos da Cromax são utilizados de forma adequada. Quanto utilizados correctamente, os resultados são excelentes, e os benefícios, em termos de produtividade, são imensos. Através da formação podemos assegurar que as oficinas utilizam a quantidade certa de produto e que trabalham seguindo as etapas de reparação da forma mais rápida e precisa possível. O Cromaplus engloba todos os nossos serviços e apoio para além dos compreendidos numa embalagem de produto. A filosofia da marca Cromax baseia-se na produtividade e isto encontra-se sintetizado no nosso lema de ser mais do que apenas tinta. Desenvolvemos programas que estão abrangidos no âmbito do Cromaplus, de forma a ajudar as nossas oficinas a impulsionar os seus negócios – quer seja através das mais recentes ferramentas digitais de cor ou através de formação prática de gestão empresarial. Oferecemos os nossos cursos de formação abrangentes de diversas formas. Temos mais de 50 Centros de Formação Cromax espalhados pelo mundo, onde os pintores podem aperfeiçoar os seus conhecimentos, independentemente de, por exemplo, estarem apenas no início da sua atividade ou do seu objetivo ser aprender uma técnica de aplicação especializada. Recentemente introduzimos o e-CTC, uma solução de formação interativa e baseada na web, que permite aos pintores desenvolver as suas competências sem sair da oficina, eliminando, deste modo, a necessidade de se ausentar do seu posto de trabalho e

as despesas associadas às viagens e deslocações. Os módulos simples tornam os assuntos interessantes, garantindo que os conhecimentos adquiridos serão facilmente retidos, e o formando poderá aceder aos mesmos sempre que lhe for conveniente.

P8. Pode indicar-nos algumas das novas ofertas da Cromax?

R8. O CC6700 Verniz Energy Ultra Performance é um verniz baseado numa patenteada tecnologia de resina da Axalta Coating Systems. Este produto seca extremamente rápido, o que significa que vai ajudar as oficinas a trabalhar de forma mais ágil, e ainda vão poder economizar energia, enquanto obtêm um resultado extraordinário, com uma retenção de brilho excelente e durabilidade. Gostaria de mencionar novamente o ChromaWeb, pois é um grande avanço na correspondência de cor, uma vez que liga, através da Internet, os pintores a uma base de dados de cor global e maciça. É uma vantagem fantástica, principalmente para as oficinas de maior dimensão e redes oficiais, pois dá a oportunidade aos pintores de aceder às fórmulas geradas por outros pintores ou por outras oficinas pertencentes à rede, independentemente do local.

P9. Quais os próximos passos para a Cromax?

R9. No futuro, e graças à sua capacidade de criar sistemas de pintura ainda mais produtivos, a Cromax continuará a desenvolver a sua tecnologia de secagem rápida aplicando-a ao seu portefólio de produtos. Atendendo a que a cor é uma competência essencial para a Cromax, estamos comprometidos com o contínuo desenvolvimento dos nossos espectrofotómetros, ChromaVision e ChromaVision Pro, e gostaríamos que estivessem ainda mais acessíveis para os nossos clientes. Queremos ainda garantir que continuaremos receptivos às tendências de cor OEM, mesmo que tal signifique cores com pigmentos especiais. Isto é crucial porque precisamos introduzir bases rapidamente para que as nossas oficinas possuam os corantes e as fórmulas necessárias para efectuar imediatamente uma correspondência a uma nova cor OEM.



Baixar artigo de imprensa oficial (pdf | 344.18 KB)

http://www.axaltacoatingsystems.com/content/cromax_pt/pt_PT/about-us/news/press-releases/entrevista-com-dries-van-den-bergh-cromax-brand-manager--europa-.print.html