

nowych sposobów wspierania naszych klientów, by zarabiali więcej pieniędzy. Po wystaniu produktu nie mówimy „ok, teraz radźcie sobie sami”, lecz prowadzimy szkolenia techniczne i dostarczamy niezbędnych narzędzi warsztatowych. To jest naszym największym atutem wynikającym z sześćdziesięcioletniego doświadczenia.

– **Jakie są Państwa oczekiwania związane z potencjałem polskiego rynku środków smarnych?**

– Mamy już w Polsce mocną pozycję na rynku *heavy duty*, teraz zamierzamy ją poprawić poprzez zwiększenie sprzedaży produktów zarówno podstawowych, jak i tych z najwyższej półki. W dziedzinie samochodów osobowych szukamy partnera, który pomoże nam osiągnąć w przeciągu dwóch lat 2-3% udziału na rynku środków smarnych w Polsce dla naszych dwu marek: Wolf i Champion.

– **Jakie w związku z tym planujecie działania marketingowe?**

– Generalnie strategia marketingowa przewidziana dla Polski nie będzie znacząco odbiegać od tej, jaką realizujemy na całym świecie. Weźmiemy jednak poprawkę na specyfikę polskiego rynku, a mianowicie skupimy się na wsparciu naszych profesjonalnych klientów. Głównym celem na najbliższe miesiące i lata będzie zwiększenie rozpoznawalności naszych marek.

– **W jaki sposób polskie warsztaty i serwisy motoryzacyjne mogą już teraz zapoznać się praktycznie z zaletami produktów marki Wolf Oil?**

– Najłatwiejszym sposobem będzie odwiedzenie naszej często aktualizowanej strony internetowej www.wolflubes.pl dostępnej w języku polskim. Jest to także platforma komunikacyjna, poprzez którą można zadawać pytania. Dzielimy się tam także naszymi doświadczeniami z działalności na innych rynkach, a to może być źródłem przydatnej wiedzy.

ZF



Na targach Automechanika firma ZF Aftermarket przedstawiła nową strategię rozwoju jej marek Sachs, Lemförder, TRW, Boge i Openmatics. Wzrost ma być generowany przez innowacyjne produkty i usługi oraz fachową wiedzę w zakresie rozwiązań systemowych. Jako druga pod względem wielkości firma na światowym rynku części zamiennych ZF Aftermarket poszerza swój globalny zasięg, oferując nie tylko produkty, lecz także kompleksowe rozwiązania. Dzięki przewadze technologicznej Grupy

ZF oraz integracji z TRW Aftermarket znacznie poszerzona została oferta produktów i unikatowych usług wybiegających w przyszłość.

Na Automechanice 2016 firmowe stoisko miało powierzchnię ponad 1400 metrów kwadratowych. Prezentowano na nim bogatą ofertę produktów przeznaczonych na rynek części zamiennych, a obejmującą układy przeniesienia napędu, elementy podwozia, technologii

bezpieczeństwa i układów kierowniczych. Firma potwierdza również swoje kompetencje w zakresie rozwiązań systemowych, dostarczając swoim partnerom biznesowym pokaźny pakiet usług. Dzięki swemu asortymentowi produktów firma ZF jest w stanie pokryć około 35% dziennego zapotrzebowania warsztatu na części zamienne. W skład tej oferty wchodzi teraz również, składające się na koncepcję Corner Module, elementy układów hamulcowych, kierowniczych i zawieszek marki TRW. ■

WE LIKE CARS

OLEJE SILNIKOWE

OLEJE SILNIKOWE



FLUIDY HAMULCOWE

OLEJE PRZEKŁADNIOWE



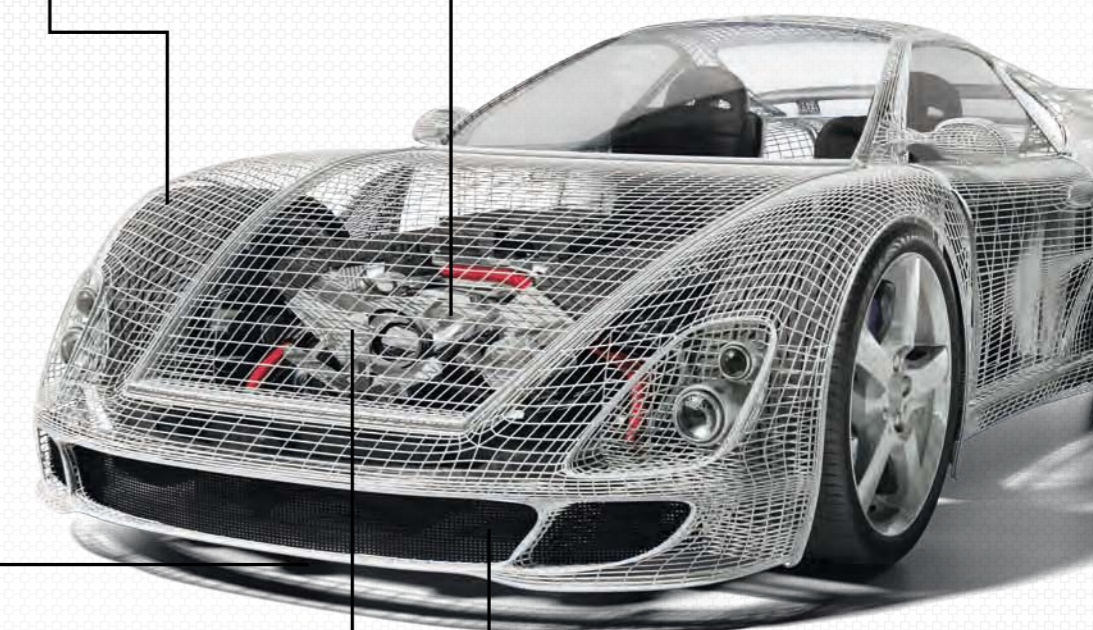
OLEJE HYDRAULICZNE



KONSERWACJA I PIELĘGNACJA



FLUIDY DO CHŁODNIC



Odwiedź stronę:

www.e-autonaprawa.pl

- aktualności i produkty
- sprawozdania z imprez branżowych
- publikacje techniczne i ekonomiczne
- prezentacje firm
- encyklopedia motoryzacyjna
- bieżący i archiwalne numery *Autonaprawy*
- księgarnia internetowa WKŁ

Zamów bezpłatną prenumeratę e-wydań miesięcznika *Autonaprawa*