



## Informação à Imprensa

# Soluções para transporte aumentam a disponibilidade das novas linha F e VM

**As novas linhas F e VM lançadas recentemente pela Volvo do Brasil e que estão sendo exibidas na Fenatran 2011 chega ao mercado totalmente amparadas pelas soluções de transporte da marca. Oferecidos pela área de pós-venda, os produtos e serviços aumentam a disponibilidade dos veículos e a rentabilidade do transportador. “Nosso objetivo é fazer com que o caminhão fique o máximo de tempo rodando e aumentar a produtividade do veículo”, declara Carlos Pacheco, gerente de pós-venda da Volvo do Brasil.**

A área de pós-venda tem uma série de produtos e serviços no Brasil, desenvolvidos para facilitar a vida do transportador, para que ele possa se dedicar mais ao seu negócio: programas de manutenção, Voar (Volvo Atendimento Rápido), treinamento de motoristas, lubrificantes genuínos da marca, Reman (peças remanufaturadas Volvo), peças genuínas, serviço planejado Volvo, Seminovos Viking e a gestão de oficinas de clientes, entre outros.

Os programas de manutenção são oferecidos para garantir que o transportador não se preocupe com as manutenções do veículo. Estão disponíveis nas modalidades Branco (mão de obra), Verde (lubrificação básica), Azul (manutenção preventiva completa), Prata (manutenção preventiva e mais reparos do trem de força) e Ouro (manutenção completa, preventiva e corretiva). Com esta solução a Volvo demonstra seu objetivo de proporcionar maior disponibilidade para o veículo e melhor custo operacional para o transportador. “A manutenção é tratada em custo por quilômetro”, diz Pacheco.

## Contratos de manutenção

No Brasil a marca comercializa contratos de manutenção há mais de 15 anos, o que demonstra a enorme experiência da fábrica e rede de concessionários com o produto. Atualmente, são 15 mil contratos ativos. De cada dois caminhões vendidos, um sai de fábrica com contrato. A alta taxa de renovação dos contratos após o término, em torno de 85%, demonstra que os clientes também estão satisfeitos com esta modalidade de serviço. Estes números refletem uma percepção cada vez maior por parte dos clientes em relação aos benefícios dos produtos e serviços de pós-venda para os negócios. “O



transportador brasileiro está cada vez mais inclinado a concentrar-se no foco de seu negócio - transporte e logística - e menos na manutenção de veículos”, finaliza Pacheco.

São Paulo, 23 de outubro de 2011.

Mais informações,

*Newton Chagas - Volvo do Brasil*  
*Assessor de Imprensa – Comunicação Corporativa*  
*Tel.: +55 41 3317-8296 – Fax: +55 41 3317-7566*  
*E-mail: [newton.chagas@volvo.com](mailto:newton.chagas@volvo.com)*