

# Genebra



**Período da Campanha:**

**Outubro a Dezembro/14**

## **45 Redes**

**Peças - volume:** 3 (os maiores volumes de cada Divisão)

**Peças – cresc.:** 25

**Lubs – volume:** 7

**Lubs – cresc.:** 3 (1 de cada divisão)

**Acessórios – volume:** 5 (adicional)

**Top 10 Peças 2014 (ranking individual) – cresc:** 2 (adicional)

## **Regulamento – Rede Chevrolet**

**Período da Campanha:** Outubro a Dezembro/2014

**Base de Comparação:** Distribuído de Janeiro a Setembro/14 (9 meses)

### **Elegibilidades - Geral:**

- Valor Distribuído mínimo de 100% do Objetivo de Peças no período Outubro a Dezembro/2014;
- Só para Peças: a média simples do Valor Distribuído no período da campanha deve ser no mínimo igual a média simples do Valor Distribuído do período entre Janeiro a Setembro/14;
- Caso o Valor Distribuído de um dado mês seja inferior ao Objetivo deste mesmo mês, será considerado o objetivo do mês como base de comparação.
- Não-elegível se Classificado como “D” no Franchise Meeting 2013 (pessoal: no caso de Grupo, não poderá viajar o funcionário da concessionária avaliada como “D” no Franchise Meeting 2013).

### **Distribuição dos Prêmios**

| GRUPO-PECAS                    | VAGAS | Pacotes de viagem por Ganhador | Obs*  |
|--------------------------------|-------|--------------------------------|---|
| Volume                         | 3     | 1                              | O maior de cada divisao   |
| Grupo A - Crescimento          | 16    | 1                              | > R\$ 800.000,01 mil  |
| Grupo B - Crescimento          | 6     | 1                              | de R\$ 400.000,01 até R\$ 800.000,00  |
| Grupo C - Crescimento          | 3     | 1                              | de R\$ 150.000,00 até R\$ 400.000,00  |
| TOPTEN - 2014 (VAGA ADICIONAL) | 2     | 1                              | Vagas Adicionais - O Ranking do TOPTEN será Individual - Arquivo publicado em Janeiro de 2015 |
| TOTAL DE PREMIO                | 30    | 30                             | Se a Concessionaria ganhar por Volume e Crescimento, viaja por Volume.                        |

| GRUPO-LUBRIF     | VAGAS | Pacotes de viagem por Ganhador | Obs*  |
|------------------|-------|--------------------------------|---|
| CRESCIMENTO      | 3     | 1                              | O maior crescimento de cada divisao. Maior que o volume de 2,5 mil litros por mes no periodo de Outubro a Dezembro/14 |
| GRUPO A - Volume | 4     | 1                              | Historico de compra maior que 35 mil litros/mes no periodo de Outubro a Dezembro/14                                   |
| GRUPO B - Volume | 2     | 1                              | Historico de compra maior do que 15 mil litros/mes no periodo de Outubro a Dezembro de 2014                           |
| GRUPO C - Volume | 1     | 1                              | Historico de compra maior que 2,5 mil litros ate 14.999 litros/mes no periodo de Outubro a Dezembro de 2014           |
| TOTAL DE PREMIO  | 10    | 10                             | Se a Concessionaria ganhar por Volume e Crescimento, viaja por Volume.<br>Se ganhar Pecas e Lub viaja por pecas       |

| GRUPO-ACESSÓRIOS      | VAGAS  | Pacotes de viagem por Ganhador | Obs*  |
|-----------------------|--|--------------------------------|---|
| VOLUME                | 2  | 1                              | Vagas Adicionais - Compra media acima de R\$ 300.000,00 no periodo da Campanha de Outubro a Dezembro de 2014. |
| TICKET MÉDIO NACIONAL | 3  | 1                              | Maior ticket médio nacional   |
| REGRAS                | Concessionárias/grupos que não atingirem 100% de performance em peças não serão elegíveis em acessórios. |                                |   |

## Sequência das premiações!

- Se a concessionária ganhar Peças e Lub, ela viaja por Peças;
- Se a concessionária ganhar em Crescimento e em Volume no caso de Peças e Lubs, **viaja por Volume**;
- Top Ten 2014 – Individual: as vagas são **adicionais** as premiações acima;
- Acessórios: as vagas são **adicionais** as premiações acima.

Alterado

## Observações!

O Grupo em que o concessionário estiver enquadrado no início da campanha, permanecerá congelado/inalterado até o final da mesma, sendo proibida a migração para outra categoria.

- Em Lubrificantes:
  - ✓ Conta para Lubrificantes os itens comercializados no sistema DSO – Peças Genuínas e ACDelco, independente do mix, e faturados pela GM.
  - ✓ A conc./grupo deve realizar no mínimo 100% do objetivo de peças do período da campanha;
  - ✓ O volume mínimo de compras no período da campanha deve ser de 7.500 litros.
  - ✓ **Peso 1** em todos os meses da campanha.
  - ✓ Histórico de compras de lubrificantes ACDelco e Genuíno superior a 2.500 litros/mês no período entre Janeiro e Setembro/14, ou seja, 22.500 litros de compra neste período.
- Em Acessórios:
  - ✓ **Peso 1** em todos os meses da campanha

- Top Ten de Peças:
  - ✓ Relação dos Top Ten (individual) referente ao Ranking de 2014 (publicado em 01/Jan/15)
  - ✓ São os dois maiores crescimentos do Distribuído: (Jan a Set/14) vs. (Out a Dez/14)
  - ✓ 2 vagas, adicionais as premiações acima
  - ✓ **Peso 1** em todos os meses da campanha

### **Pesos**

| Mês         | Peças | Lubs | Acessórios | Top Ten 2014 |
|-------------|-------|------|------------|--------------|
| Outubro/14  | 3     | 1    | 1          | 1            |
| Novembro/14 | 4     | 1    | 1          | 1            |
| Dezembro/14 | 4     | 1    | 1          | 1            |