

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 PREMIOS	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 PREMIOS	10	10	Se a Concessionaria ganhar por Volume e Crescimento, viaja por Volume. 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!

Alterado

- 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.

Observações!

- 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