

LIQUIGÁS



Liquigás Distribuidora S.A.
Av Paulista 1842 3º andar
01310-923 São Paulo SP Brasil
Tel 55 11 3703 2000

Conexão Procap

—

Programa de treinamentos com foco na capacitação da revenda no formato de lives.

CATEGORIA: GESTÃO

**Prêmio GLP de
Inovação e Tecnologia
Edição 2020**

Sinopse

O Procap - Programa de Capacitação de Revendas Liquigás completou, em 2020, 10 anos. Este programa tem a premissa de promover e colocar em prática as convicções da Companhia no âmbito de gestão da revenda e no que se refere ao atendimento de excelência ao consumidor.

Ao longo dessa trajetória foram mais de 54 mil treinamentos aplicados pelas equipes comerciais, além da aplicação sem a presença do consultor que aumentam ainda mais o alcance do programa. Os treinamentos são personalizados para o segmento de GLP e dedicados a capacitação não só dos proprietários das revendas, como também de toda equipe.

São diversos módulos em mais de 50 treinamentos num formato que possibilita o revendedor replicar o conteúdo para sua equipe, por meio das apostilas do instrutor. Contudo, devido ao novo coronavírus neste ano, diante do cenário, foi preciso mudar o formato e evoluir os treinamentos para o mundo digital. Assim, em resposta a necessidade de isolamento e distanciamento social, a Liquigás inovou desenvolvendo o Conexão Procap.

Essa nova versão do Procap trouxe uma série de treinamentos exclusivos e com temas novos sobre o marketing digital, legislação e outros. Foi explorado a tecnologia de live - transmissão ao vivo - dando continuidade à capacitação das equipes e revendas de todo o Brasil.

Neste material iremos apresentar as estratégias usadas para inovar em meio à crise, usando da oportunidade de oferecer conteúdo de forma digital, mas com um jeito diferenciado da Liquigás.

Liquigás Distribuidora S.A.

A Liquigás Distribuidora S.A. é uma sociedade anônima de capital fechado que atua no engarrafamento, distribuição e comercialização de Gás Liquefeito de Petróleo, também conhecido como GLP. Está presente em 23 estados brasileiros (exceto Amazonas, Acre e Roraima) e no Distrito Federal, o que representa uma ampla cobertura nacional e constitui uma vantagem competitiva para a empresa.

Fundada em 1953, a Liquigás foi adquirida pela Petrobras Distribuidora S.A. em agosto de 2004 e, em novembro de 2012, após uma reorganização societária, passou a ser subsidiária direta da Petrobras S.A. Desde a integração ao sistema Petrobras, a Liquigás consolidou sua liderança no mercado de botijões de 13 kg - o mais utilizado em residências para o cozimento de alimentos - e sua posição como uma das maiores distribuidoras de GLP no país. A empresa conta atualmente com 3.250 funcionários.

A empresa atende mensalmente mais de 26 milhões de consumidores residenciais com soluções que abrangem desde variados tamanhos de embalagens, como os botijões de 5, 8 e 13 kg, para o gás de uso doméstico (área de GLP envasado) até o fornecimento de produtos e serviços sob medida aos mais diversos setores da indústria, comércio, agricultura, pecuária, aviários, condomínios, hotéis, entre outros (área de GLP granel). É importante destacar que a distribuição do segmento envasado é feita via revendedor, um empresário independente que abre uma empresa para vender seus produtos.

A Liquigás conta com 23 centros operativos, 16 depósitos próprios, uma base de armazenagem e carregamento rodoviário, três operadores logísticos e sete unidades de envasamento em terceiros e uma rede com aproximadamente 5.000 revendedores autorizados, além de sua sede, em São Paulo (SP).

Desde julho de 2009, opera sob a bandeira única Liquigás. As marcas Tropigás e Novogás, anteriormente usadas nas regiões Norte e Nordeste, foram substituídas. A unificação das marcas teve como objetivo tornar a imagem da companhia ainda mais conhecida e confiável para o consumidor, reforçando os conceitos de modernidade, compromisso com a qualidade e segurança conferidos pelo endosso da Petrobras à marca da Liquigás.

Problemas e oportunidades

No começo do ano, já tínhamos eventos de treinamentos presenciais marcados em mais de 15 cidades voltados à rede de revendas Liquigás, inclusive em alguns locais já estávamos trabalhando as divulgações, o que gerou muita expectativa.

Com a pandemia do coronavírus, o COVID-19, o Brasil enfrenta um período difícil e a necessidade de implementar medidas de isolamento social para a contenção da transmissão se fez presente em todo o Brasil. A Liquigás atuou na prevenção do novo coronavírus, para garantir um ambiente seguro para todos, de forma que reuniões e encontros presenciais foram cancelados, uma vez que as pessoas foram orientadas a permanecerem em suas residências. Esta foi uma das diversas medidas que foram tomadas para preservar a saúde da nossa equipe comercial e de toda equipe da revenda.

A persistência para não interromper nosso objetivo de levar conhecimentos aos nossos revendedores e suas equipes foi o combustível para transformar nossos treinamentos, do formato pessoal para o digital, agregando valor e novas experiências. Afinal, o botijão de gás é um produto essencial, sendo primordial para as atividades cotidianas das pessoas e fundamental para a sobrevivência digna dos brasileiros. Dessa forma sabemos que temos uma função e trabalho importante a ser desempenhando, principalmente neste momento, e manter o fornecimento com a qualidade de sempre é o que nos move.

Assim, surgiu a oportunidade de fazer à distância, mas queríamos manter a essência de participação e receber bem a revenda e nos relacionar com ela. Além do desafio de transformar tudo o que foi planejado previamente, estávamos num novo ambiente - online, no qual o público (revendedor e seus funcionários) não estavam acostumados com recursos como chat e inscrição prévia, buscando encontrar o melhor horário do dia e duração para que o conteúdo fosse realmente aprendido.

Com o início da pandemia, diversas lives começaram a ser realizadas. Em meio a inúmeros conteúdos disponíveis na internet em plataformas de compartilhamento de vídeos e redes sociais, nos deparamos com um cenário de uma configuração muito similar, aonde havia pouca atratividade e por isso muitas vezes a live nesse formato acaba tendo duração de apenas 1 hora, uma vez que o participante não se sente motivado a participar.



Imagens do formato das lives que começaram a ser realizadas amplamente durante a pandemia.

Com isso, enxergamos a oportunidade de inovar e oferecer um conteúdo no formato que fosse mais assertivo, tanto no diferencial para prender a atenção, quando nos temas

LIQUIGÁS



escolhidos. Assim, combinamos o modelo de live (transmissão ao vivo) com toda a estrutura de um estúdio e produção de programa de TV, ampliando a possibilidade de mais conhecimento com toda a segurança exigida pelo momento.

Estratégia, objetivos, plano de ação e metas

Tendo em vista a continuidade dos treinamentos à rede de revendas Liquigás, no formato digital, desenvolvemos um planejamento de acordo com os seguintes pilares:

Estratégia

- Levar os conhecimentos dos nossos parceiros por meio de novos treinamentos exclusivos, atendendo a necessidade de distanciamento social e trazendo um modelo diferenciado de lives, em que os participantes pudessem interagir e tirar suas dúvidas.

Objetivos

- Buscar formas para dar continuidade no programa de capacitação dos revendedores da Liquigás.
- Criar um novo modelo de transmissão ao vivo para deixar os treinamentos estimulantes e dinâmicos, gerando interação e participação para prender a atenção do revendedor, uma vez que estavam trabalhando ainda mais devido a pandemia.
- Trazer novos temas em linha com as novidades do mercado e do setor de GLP.
- Preparar o revendedor para o uso de ferramentas digitais e redes sociais para alavancar as vendas e possibilitar o fortalecimento do relacionamento entre o revendedor e o consumidor final.
- Proporcionar informações sobre as novidades no setor em relação a legislação do GLP e normas (compliance).
- Trazer o maior número de revendedores para participar, de forma simples para maior adesão.

Plano de ação

- Explorar temas que sejam exclusivos e pertinentes ao GLP, trazendo novidades.
- Oferecer um conteúdo de fácil aplicação dando exemplos de boas práticas realizadas por outras revendas.
- Capacitar os revendedores no mundo digital, apresentando conceitos e ferramentas para os diversos níveis de conhecimento do tema.
- Criar formas de gerar a interação dos participantes durante as transmissões ao vivo, trazendo dúvidas e comentários, dando assim o dinamismo que aconteceria presencialmente.

Metas

- Oferecer uma nova experiência aos revendedores por meio da participação nas lives, muitos nunca tinham participado deste formato via Youtube, com interação no chat.
- Pesquisar a possibilidade de novos conhecimentos num novo formato.
- Buscar formas de envolver os participantes.
- Iniciar aqueles que ainda não estão no digital.

- Buscar um espaço que possa proporcionar um cenário para garantir a concentração dos participantes.

Implementação

Desde 2008, com o PROSEG (Programa Sebrae de Competividade para Empresas de Gás), a Liquigás busca oferecer treinamentos e insumos para a profissionalização dos seus revendedores. Neste primeiro programa, em parceria com o Sebrae, realizamos um programa presencial com mais de 56 horas por revenda, com visita de consultores para um planejamento individualizado. Foram 2 mil formados, representando mais de mil revendas.

A busca por uma rede de revendas mais profissional e qualificada deu origem ao Procap - Programa de Capacitação de Revendas Liquigás, em 2010. O programa oferece uma gama de treinamentos gratuitos e personalizado para apoiar e ajudar no aperfeiçoamento das revendas Liquigás. Os treinamentos sempre foram disseminados pelas equipes comerciais, mas ao longo do tempo os revendedores também puderam multiplicar o conteúdo, a partir de materiais de fácil entendimento e direcionamento adequado, assim foi possível aumentar a eficiência e o alcance do programa.

Para este ano, esperávamos dar continuidade nos treinamentos nesse formato, mas todos fomos surpreendidos pelo novo coronavírus e com ele a exigência de distanciamento para a prevenção da proliferação da doença. A partir disso, damos início ao projeto Conexão Procap. Em paralelo, iniciamos os treinamentos feitos por vídeo chamada realizados pela equipe comercial junto à sua carteira de revendas - a capacitação da Rede de Revendas não parou.

Projeto teste

Para familiarizar os participantes no ambiente de live, o primeiro passo foi fazer um projeto teste. Então convidamos um parceiro para fazer uma transmissão ao vivo exclusiva para a Liquigás, em um link fechado. O tema foi as mudanças que ocorreram e que estão ocorrendo no nosso mercado, cuidados durante uma fiscalização do Procon sobre preços e a prevenção ao COVID-19 na Revenda de Gás.

O formato foi bem aceito e concluiu seu propósito, além disso a partir desse piloto pudemos ter novas ideias e seguir com os aperfeiçoamentos necessários para o projeto em si.

Diferenciais

Buscamos uma empresa que pudesse transformar uma simples live em algo mais completo para que nosso treinamento, no formato digital, tivesse sua capacidade maximizada. Desde uma apresentadora que pudesse fazer a mediação, o tratamento dos participantes e a recepção dos convidados até um cenário que trouxesse o conforto e a dedicação do empenho em cada detalhe foi providenciado.



Imagens do estúdio de gravação.

Escolhemos que as transmissões aconteceriam via YouTube, a plataforma de compartilhamento de vídeos mais conhecida e segura em termos de conexão.

Além disso, buscamos temas que pudessem, não só atualizar os conhecimentos dos nossos revendedores, mas também que potencializasse a perseguição por novidades do segmento digital.

Após reuniões com a equipe comercial, que apoiou e concordou em manter os treinamentos no formato online, além de pesquisas, ajustamos os conteúdos dos eventos que até então seriam presenciais para os temas da primeira temporada de lives, buscamos os melhores horários e fizemos uma sequência de apresentações para marcar a estreia deste projeto. Os temas foram:

- Compliance;
- Legislação do GLP;
- Revenda Digital.



Imagens dos palestrantes.

Desenvolvemos caminhos para realizar o convite de cada evento de forma exclusiva, sem que fosse aberto ao público externo e de maneira assertiva levando em conta cada tema. Sendo assim, os revendedores Liquigás foram convidados a participar das lives trazendo suas dúvidas, comentários e ideias, que foram estimuladas pelo chat e por meio da apresentadora para que assim fosse possível ampliar a troca de experiências neste novo formato.

Indicadores de desempenho

A cada sessão de transmissão ao vivo aplicamos uma pesquisa de avaliação, sendo voluntária e anônima.

Nossa primeira pergunta aos participantes foi sobre a avaliação geral em relação a live, 67% responderam que a live superou suas expectativas e mais de 97% informou que é muito provável participar de novas lives promovidas pela Liquigás. Além disso, 75% respondeu estar muito satisfeito com a estrutura/cenografia e o conteúdo apresentado.

Apesar de algumas lives/temas terem sido fechados para um grupo exclusivo de revendedores, as lives renderem um total de mais 8,5 mil visualizações, mesmo ficando apenas 7 dias disponíveis após a realização do evento.

Geralmente, as lives no formato comum tem duração de 1 hora, mas as lives do Conexão Procap tiveram a duração de até 3 horas seguidas, com um público se mantendo durante toda a transmissão.

Durante a transmissão ao vivo



Gráfico mostra a permanência dos participantes durante uma live do Conexão Procap.

Conclusão

—

Em resposta ao isolamento, tivemos que agir rápido, foi necessário cancelar os eventos marcados presencialmente e seguir com o formato online. Porém, buscamos e alcançamos oferecer eventos diferenciados do que estava sendo realizado no mercado.

Além disso, os conteúdos das transmissões ao vivo foram transformados em materiais que iremos usar para continuar capacitando novos revendedores.

A partir da adversidade criamos algo novo, um formato que será cada vez mais explorado, pois mesmo ao fim da pandemia iremos manter o formato de live do Conexão Procap, dando a possibilidade de revendedores de todo o Brasil receberem mais conhecimento e sem a necessidade de sair de suas casas, além disso a troca de experiências entre revendas, agora, é sem limites.

Autores

Vilma Hitomi Tatekawa

Gerente de Desenvolvimento e Comunicação

+55 11 3703-2483

vtatekawa@liquigas.com.br

Liquigás Distribuidora S.A

Bruna Batista Olimpio

Gerência de Desenvolvimento e Comunicação - GDC

+55 11 3703-2825

bbolimpio.FUNCIONALRH@liquigas.com.br

Liquigás Distribuidora S.A.