



TRW lance un nouveau volet de sa campagne « Vraiment Authentique »

- **Nouvelle campagne européenne « Vraiment Authentique » de TRW**
- **Elle est axée sur l'offre « Corner Module » – freinage, direction & suspension**
- **Avec ses salariés au cœur de la campagne, elle rappelle au marché que TRW est une marque de choix pour ses pièces de rechange de qualité première monte**

ZF Aftermarket annonce la prochaine étape de sa campagne multimédia TRW « Vraiment Authentique ». Dans ce nouveau volet, TRW met en avant les avantages techniques, technologiques et commerciaux qu'apporte le « Corner Module » de TRW à travers son offre de freinage, de direction et de suspension.

Des salariés TRW vraiment authentiques

La nouvelle campagne « Vraiment Authentique » met en scène Chris Kollar, Chef de Produits chez TRW aux Etats-Unis, joueur passionné de hockey sur glace au sein de l'équipe de Spitfires.

Une courte vidéo et autres supports on et offline racontent de quelle façon Chris s'investit dans sa passion et comment il doit gérer plusieurs compétences pour exceller dans son sport favori et les mettre au service de son équipe ; de la même façon que TRW met en œuvre son savoir-faire pour concevoir, développer et commercialiser son offre « Corner Module ».

Afin de découvrir l'histoire de Chris Kollar, cliquez sur ce lien :
<https://www.trwaftermarket.com/fr/cornermodule>



Une offre « Corner Module » unique

L'offre « Corner Module » a été lancée sur le marché européen de la rechange en 2011. Outre la qualité d'origine des pièces TRW et les avantages commerciaux dont bénéficient les professionnels en s'approvisionnant auprès d'un fournisseur unique pour l'ensemble des pièces concernées, la campagne explique de quelle manière les systèmes et pièces de TRW sont conçus pour fonctionner ensemble afin de garantir une sécurité et des performances optimales. Le « Corner Module » a été déployé dans le monde entier et est aujourd'hui spontanément associé à la marque TRW.

Neil Fryer, Vice-Président Senior IAM, OES, Marché et Produit, ZF Aftermarket, explique : « Avec la participation de plus de 4 000 scientifiques, concepteurs et ingénieurs automobiles et s'appuyant sur une expertise de plus de 100 ans, nous injectons tout notre savoir-faire et notre capacité d'innovation technique en première monte, dans le développement de nos pièces de rechange.

« Les pièces sont conçues pour travailler en harmonie les unes avec les autres et au sein du système « Corner Module ». Cela se traduit par un ajustement parfait, une sécurité et une performance de conduite optimales ».

Destinée à tous les acteurs de la rechange indépendante, cette campagne a été lancée en 2014 et comprend une série d'aventures « Vraiment Authentiques » dont les salariés de ZF Aftermarket sont les protagonistes. Ces histoires parlent à tous, aux distributeurs, réparateurs et aux consommateurs. L'objectif est d'accroître la notoriété de la marque et de passer les messages à tous les niveaux de la chaîne.

« À travers une communication sur mesure et ciblée pour parler à tous les acteurs de la chaîne, le message central est que les automobilistes du monde entier peuvent se fier aux pièces et systèmes de la marque TRW », ajoute Neil Fryer.



« Aux distributeurs, nous expliquons comment ils peuvent booster leurs ventes en stockant et en commercialisant des pièces de qualité première monte, fabriquées par une marque mondialement reconnue. Aux réparateurs, outre les messages de qualité et d'excellence en ingénierie, nous transmettons les messages de profondeur et de largeur de gammes et communiquons sur la facilité et la rapidité pour approvisionner et installer les pièces. Puis nous nous adressons au consommateur final via un message de confiance dans la sécurité des pièces de la marque TRW ».

Pour accompagner son offre, ZF Aftermarket propose des modules de formations pratiques et théoriques afin d'aider les différents acteurs dans la commercialisation de l'offre « Corner Module ». Les sessions de formations comportent des formations sur les produits, ainsi que sur les technologies existantes et à venir, y compris sur les véhicules électriques, ou encore sur la digitalisation des garages. Nous souhaitons ainsi aider à préparer les réparateurs aux défis de demain.

Plus de 12 000 personnes ont participé aux programmes de formation ZF Aftermarket en 2016. Avec son nouveau centre de formation au sein du ZF Forum à Friedrichshafen, en Allemagne, le nombre de participants devrait encore croître en 2017. De plus, la société propose des packs de formation sur site permettant aux réparateurs ayant des plus petites structures de bénéficier de sessions sans devoir se déplacer.

Légende Visuel :

La nouvelle campagne « Vraiment Authentique » met en scène Chris Kollar, Chef de Produits chez TRW aux Etats-Unis, joueur passionné de hockey sur glace.



ZF Friedrichshafen AG

ZF est un leader mondial du marché des technologies de transmission et de châssis, ainsi que des technologies de sécurité active et passive. La société emploie près de 137 000 personnes réparties sur environ 230 sites dans 40 pays. En 2016, ZF a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 35 milliards d'euros (chiffres provisoires). Chaque année, ZF investit près de 5 % de son chiffre d'affaires dans la recherche et le développement afin de pérenniser son succès grâce à la conception et à l'élaboration de technologies innovantes. ZF est l'un des plus grands équipementiers automobiles au monde.

ZF permet aux véhicules de voir, penser et agir. Ses technologies ont pour but d'atteindre la « vision zéro », un monde sans accident et sans émissions polluantes. ZF met l'ensemble de ses solutions au service du progrès dans les domaines de la mobilité et des services pour le secteur de l'automobile, du poids lourd et des applications industrielles.

Avec des solutions intégrées et la gamme complète de produits ZF, l'organisation ZF Aftermarket garantit une exploitation efficace et rentable des véhicules tout au long de leur cycle de vie. Grâce à ses marques de produits établies, ses innovations numériques, ses produits et services sur mesure, et son réseau de service présent sur toute la planète, ZF est devenu un partenaire très apprécié et le numéro deux sur le marché mondial de la rechange.