



## ZF Aftermarket lance une campagne de jeux vidéo à destination des membres existants et futurs du programme ZF [pro]Points

- Une nouvelle campagne de jeux vidéo destinée aux réparateurs VL et PL, clients de ZF Aftermarket
- Les membres du programme de fidélité ZF [pro]Points ont la possibilité de gagner un iPhone 12 Pro et peuvent remporter tous les jours des Points de fidélité
- Cette campagne se déroulera en France du 1<sup>er</sup> au 21 février en France, Espagne et au Royaume-Uni

Dans le cadre de sa nouvelle campagne de jeux vidéo en ligne, ZF Aftermarket offre à ses clients réparateurs de véhicules légers et de poids lourds la possibilité de remporter un iPhone 12 Pro. Pour participer au jeu rendez-vous sur [www.zf-propoints-lagrandcourse.fr](http://www.zf-propoints-lagrandcourse.fr).

Parallèlement, ils peuvent gagner quotidiennement des Points de fidélité. Le jeu se déroulera en avant-première en France du 1<sup>er</sup> au 21 février, avant d'être déployé dès le mois de mars, en Espagne et au Royaume-Uni. Il sera ensuite étendu à d'autres pays. Les ateliers souhaitant prendre part au programme de fidélité ZF [pro]Points ainsi qu'à la campagne sont invités à se rendre sur <https://www.zf-propoints.com/fr-FR/>.

Alors que le troisième anniversaire du programme ZF [pro]Points arrive à grand pas, ZF Aftermarket lance une campagne de jeux vidéo à destination de la France, de l'Espagne et du Royaume-Uni. Cette initiative s'adresse aux ateliers indépendants VL et PL, clients de son vaste portefeuille de produits de direction, suspension, embrayage et freinage, des marques Lemförder, Sachs et TRW.

Tous peuvent participer à la première manche du jeu. Il s'agit d'une course en ligne qui met à l'épreuve les aptitudes en matière de vitesse des participants, en comptabilisant le nombre de logos ZF qu'ils



**PRESSE-INFORMATION**  
**COMMUNIQUE DE PRESSE**

Page 2/3, 01.02.2021

peuvent récolter en 60 secondes. Le tout, en évitant les différents obstacles. Lorsqu'un participant membre du programme ZF [pro]Points réalise un score, il est immédiatement inscrit au tirage au sort pour tenter de remporter un iPhone 12 Pro. Il peut également participer à la deuxième manche de jeu avec, à la clé, une attribution quotidienne de Points de fidélité. Ces derniers peuvent ensuite être échangés contre un large choix de récompenses.

Pour participer, il suffit d'aller sur la page [www.zf-propoints-lagrandecourse.fr](http://www.zf-propoints-lagrandecourse.fr). Le jeu sera également accessible via les réseaux sociaux et notamment sur le compte Facebook [@zfaftermarket.global](https://www.facebook.com/zfaftermarket.global) ou via les publications sponsorisées. Les joueurs pourront alors participer une fois par jour, tout au long de la campagne.

« Le jeu est l'une des premières formes de communication », affirme Susanne Wilhelm, Responsable marketing réparateurs chez ZF Aftermarket. « Au-delà d'attirer de nouveaux abonnés, nous voulions trouver un moyen de communiquer de manière ludique avec les membres de ZF [pro]Points. La mise en place d'un jeu vidéo en ligne nous semblait être un choix évident, contribuant ainsi à la dynamisation de la notoriété de ZF Aftermarket tout en rappelant aux ateliers l'importance du programme de fidélité. Ce dernier donne la possibilité d'accumuler des Points pour chaque produit acheté. Il s'agit d'une expérimentation stimulante que nous espérons rapidement étendre à d'autres pays membres. »

En France, les membres du programme ZF [pro]Points seront prochainement informés, par courriel et via la Newsletter, de cette campagne inédite.

Pour plus informations concernant le programme de fidélité ZF [pro]Points ou le jeu vidéo en ligne, veuillez cliquer sur le lien suivant : <https://www.zf-propoints.com/fr-FR/>.

Photo : ZF



**PRESSE-INFORMATION**  
**COMMUNIQUE DE PRESSE**

Page 3/3, 01.02.2021

Légende : ZF Aftermarket lance une campagne de jeux vidéo à destination des membres existants et futurs du programme ZF [pro]Points.

**ZF Friedrichshafen AG**

ZF est un équipementier leader et présent dans le monde entier, qui fournit des systèmes de mobilité pour le secteur automobile, les véhicules industriels et des applications industrielles.

ZF permet aux véhicules de voir, penser et agir. Dans les quatre domaines technologiques que sont le contrôle des mouvements du véhicule, la sécurité intégrée, la conduite automatisée et la mobilité électrique, ZF offre des solutions globales aux constructeurs automobiles établis et aux nouveaux fournisseurs de services de transport et de mobilité. ZF électrifie différents types de véhicules. Avec ses produits, l'entreprise contribue à la réduction des émissions et à la protection du climat.

ZF, qui a racheté WABCO Holdings Inc. le 29 mai 2020, compte aujourd'hui 160 000 employés dans le monde entier, avec environ 260 sites dans 41 pays. En 2019, les deux sociétés alors indépendantes ont réalisé un chiffre d'affaires de 36,5 milliards d'euros (ZF) et de 3,4 milliards de dollars (WABCO).

Avec des solutions intégrées et la gamme complète de produits ZF, la division Aftermarket de ZF Group 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 automobile.

Pour plus de visuels et d'informations, veuillez-vous rendre sur : [www.zf.com/press](http://www.zf.com/press).



**ZF Friedrichshafen AG**  
ZF Aftermarket  
Communications  
97424 Schweinfurt  
Germany  
[press.zf.com](http://press.zf.com)