

AUTOMOTIVE



SOLUTIONS LLC

TELEPHONE: +1 (817) 293-3232

FAX: +1 (817) 887-0847

EMAIL: JVIVAR@AUTOMOTIVESOLUTIONSLLC.COM

2120 RIDGMAR BLVD., SUITE 206

FORT WORTH, TEXAS 76116 USA

WWW.AUTOMOTIVESOLUTIONSLLC.COM

BOLETIN DE VENTAS – MAYO 2015

Lo que sigue son un par de artículos cortos, pero interesantes, escritos por Bob Cooper, editor contribuyente de la publicación Parts & People, de las ediciones de Marzo y Abril, 2015

PIENSAS QUE TU NEGOCIO NO VA A CAMBIAR DRAMATICAMENTE? PIENSA OTRA VEZ!

Todas las grandes empresas tienen algo en común: Se dan cuenta que las industrias y consumidores necesitan cambio, así que éstas siguen a sus clientes. Como todos sabemos, cuando Apple empezó ellos eran una compañía de computadoras, pero cuando la industria empezó a declinar, Steve Jobs pudo ver que los clientes que él buscaba estaban invirtiendo en música. Es así como Apple Computers se convirtió en Apple Inc. y es el motivo del por qué ellos alcanzaron el nivel hace unos años atrás donde sus ventas de música en el internet excedían las ventas de computadoras, y es así que ahora ellos están en el negocio de aparatos móviles. En esencia, se transformaron para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Tu empresa no es distinta. A lo largo de las décadas el negocio de reparación de vehículos se transformó de un negocio donde “nosotros arreglamos todo y reparamos todo componente” hacia una industria que instalaba piezas restauradas ó remanufacturadas. Luego nos transformamos de una industria de reparos hacia una industria de mantenimiento. Si traes los carros híbridos y eléctricos a nuestra conversación, los cambios son aún más dramáticos. A medida que ésta progresión continúa, estarás viendo a tus clientes y reparando sus vehículos, mucho menos seguido. Lo que es interesante es que la mayoría de dueños de talleres piensan que lo único que tienen que hacer es aumentar sus esfuerzos de mercadeo para atraer más clientes nuevos. Desafortunadamente, hay un número finito de clientes potenciales en cualquier comunidad ó mercado, y tu competencia también tiene el mismo plan que tú. Así que, en vez de pelear los cambios inevitables, ó haciendo tus trabajos de la misma vieja manera hasta que tu negocio quiebre, aquí están mis recomendaciones:

Primero que nada, los dueños de talleres típicamente se diversifican por una ó dos razones: Lo hacen de desesperación ó lo hacen de inspiración. Los que lo hacen de desesperación dan este salto cuando están sufriendo para pagar las cuentas, y están aleteando para encontrar alguna manera de traer unos cuantos dólares más al negocio.

Aquellos que se diversifican por inspiración, ven los cambios en el aire, y toman los pasos necesarios para asegurar un continuo éxito.

Sin embargo, no hay un sólo camino el cual es indicado para todos. Si tu estás en el negocio de transmisiones ó suspensión, quién sabe podrías considerar una transición hacia reparos generales. Tu ya tienes la parte más importante, lo cual es tu cartera de clientes. Otra opción podría ser considerar el explosivo mundo de “infotainment” (juego de palabras de información – entretenimiento). Si entras a una sala de ventas de carros nuevos, verás que casi todo carro nuevo tiene una riqueza en características de entretenimiento, tanto como navegacional y de comunicaciones. Así que la pregunta es: No sólomente quién dará servicio a estos componentes, pero quién es el que ofrecerá actualizaciones é instalaciones de estos nuevos componentes que los dueños de viejos vehículos quisieran tener? Por qué no tu?

Se argumenta que en cierta ocasion, Bill Gates dijo: “Si los Ferrocarriles Santa Fé se hubiésen dado cuenta que estaban en el negocio de transportación, y no en el negocio de ferrocarriles, hoy en día tendríamos Lineas Aereas Santa Fé”. Este es un mensaje que deberíamos tomar en serio, porque nuestra industria va a pasar por muchos más cambios dramáticos. El primero que abraze esta realidad, y que haga los cambios necesarios, se convertirá en líder de la industria por muchas décadas.

GUIA DEL PROPIETARIO DE UN TALLER PARA MANTENERSE POR DELANTE DE LA COMPETENCIA

No hace mucho que era fácil ganar a tu competencia. Todo lo que necesitabas era más equipamiento, un presupuesto de propaganda y la habilidad de reparar el carro correctamente la primera vez. Pues bien, aquellos tiempos ya se fueron. Hoy día, los carros son fabricados mejor y requieren mantenimiento menos frecuentes, los clientes tienen muchas más opciones y pueden hacer una tremenda cantidad de investigación en el internet, ántes de levantar el teléfono. Aún más, ésta industria está experimentando una extraordinaria escasez de técnicos capacitados y los márgenes de ganancia están siendo apretados todos los días. Para colmo, el concesionario tiene su ojo en una cosa y una cosa únicamente: Tus clientes. Así que la pregunta es, durante este tiempo de muchos retos, cómo puedes estar por delante de tu competencia?

Ante todo, necesitarás tener tus metas claramente definidas y necesitas crear un plan para alcanzar tales metas. La meta correcta y un plan de acción te ayudará a hacer mejores decisiones de negocios, y mejorar tu productividad y tus ganancias.

Segundo, tu éxito será determinado por el calibre de la gente que trabaja contigo. No nos podemos olvidar de que cuando alguien compra un producto, siempre recordaremos el producto. Pero, cuando compran un servicio, ellos siempre recordarán a la gente ó persona que dió tal servicio. Cómo es que los dueños de talleres de mayor

éxito encontrarán y contratarán a las estrellas durante este año? Además de tener un programa de aprendizaje, también crearán un plan de reclutamiento el cual contiene un programa de compensación bien diseñado, y ellos mercadearán a las estrellas de la misma manera que ellos mercadean a sus clientes.

Los operadores tope también crearán planes de mercadeo que se enfocan en sus clientes ideales y también utilizarán el medio de publicidad correcto. Los dueños de talleres con éxito son “edificadores de marca” en vez de promotores de precio, y ellos invertirán de 4 a 6 por ciento de sus ventas totales, en sus programas de mercadeo. Ellos reconocerán que la Generación Y y los Milenios mantienen la clave de sus futuros, así que ellos invierten parte de sus presupuestos de mercadeo en campañas específicamente dirigidas a ellos.

Los dueños de talleres con éxito, en los próximos años, analizarán constantemente, con su personal, todo componente en el proceso de atender al cliente y crearán políticas y procedimientos, lo cual asegurará un servicio extraordinario en cada etapa del proceso. Ellos también abrazan la filosofía de que mantener a sus súper estrellas contentos, motivados, bien entrenados y productivos, depende de las habilidades gerenciales que ellos tengan. Ellos se dan cuenta que su marca es su gente, así que para desarrollar aún más estas habilidades, ellos invertirán en libros y cursos diseñados para gerenciar a sus empleados.

Y por último, en años venideros, los dueños de talleres con éxito no sólo conocerán sus números, sino que también sabrán lo que se necesita hacer para alcanzar cada una de sus metas.

En conclusión, si quieres crear un taller único en su género, tendrás que tener metas claramente definidas con un plan escrito, y tendrás que saber tus números. También necesitarás un equipo de súper estrellas y un plan de mercadeo bien diseñado y que te traiga los clientes ideales.

Automotive Solutions LLC
www.automotivesolutionsllc.com