



15,16 y 17 +
setiembre
19:00 a 22:00
horas

**+ CONGRESO
ONLINE**

**REVOLUCIÓN DIGITAL
DE MARKETING Y
VENTAS AUTOMOTRICES**



Encuesta Nacional de Asesores de Ventas

Agosto 2020



RG Loyalty

490 Sawgrass Corp. Pkwy
Suite 330
Sunrise, FL 33325 – USA
www.RGLoyalty.net



18 Years of sustained growth



El objetivo del estudio es conocer el comportamiento del mercado en los últimos cuatro meses desde el punto de vista de los Asesores de Ventas. (como esta pensando el cliente).

Durante la época COVID-19 se planteó que a partir del cierre de los pisos de ventas, la comercialización de unidades a través de canales digitales sería el nuevo normal en la industria. Se vio una aceleración muy fuerte en la venta digital.

La encuesta se realizó a 556 asesores de ventas, enfocado en las siete áreas económicas representativas del país: (la mejor muestra en volumen de respuestas).

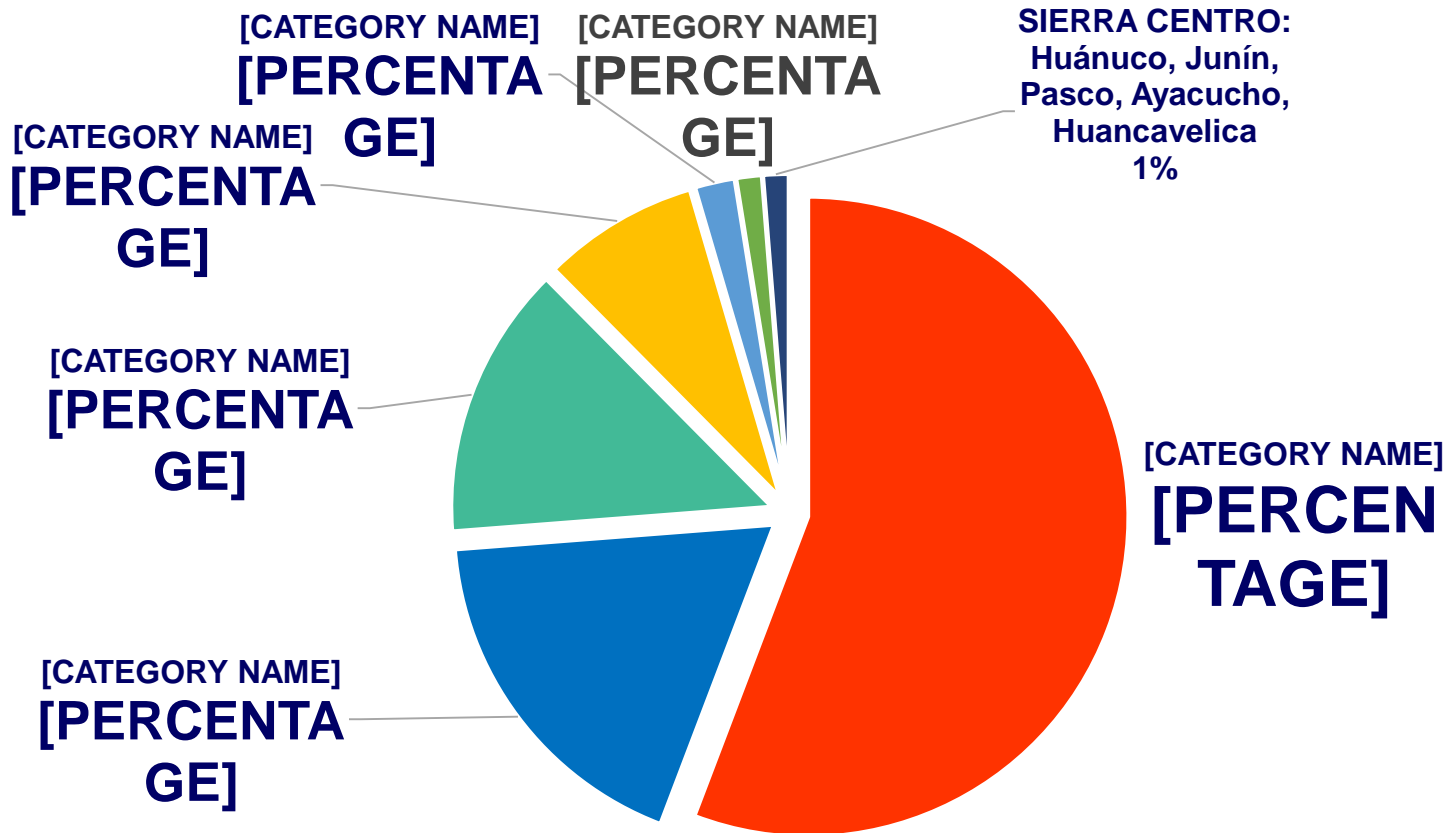
COSTA CENTRO - COSTA NORTE - COSTA SUR

SIERRA CENTRO - SIERRA NORTE - SIERRA SUR – SELVA

Distribuidores deben de ajustar sus “Customer Journey” para reflejar como el mercado esta reaccionando a la estrategia digital. Hacer cambios en su “Modelo de Gestión:.

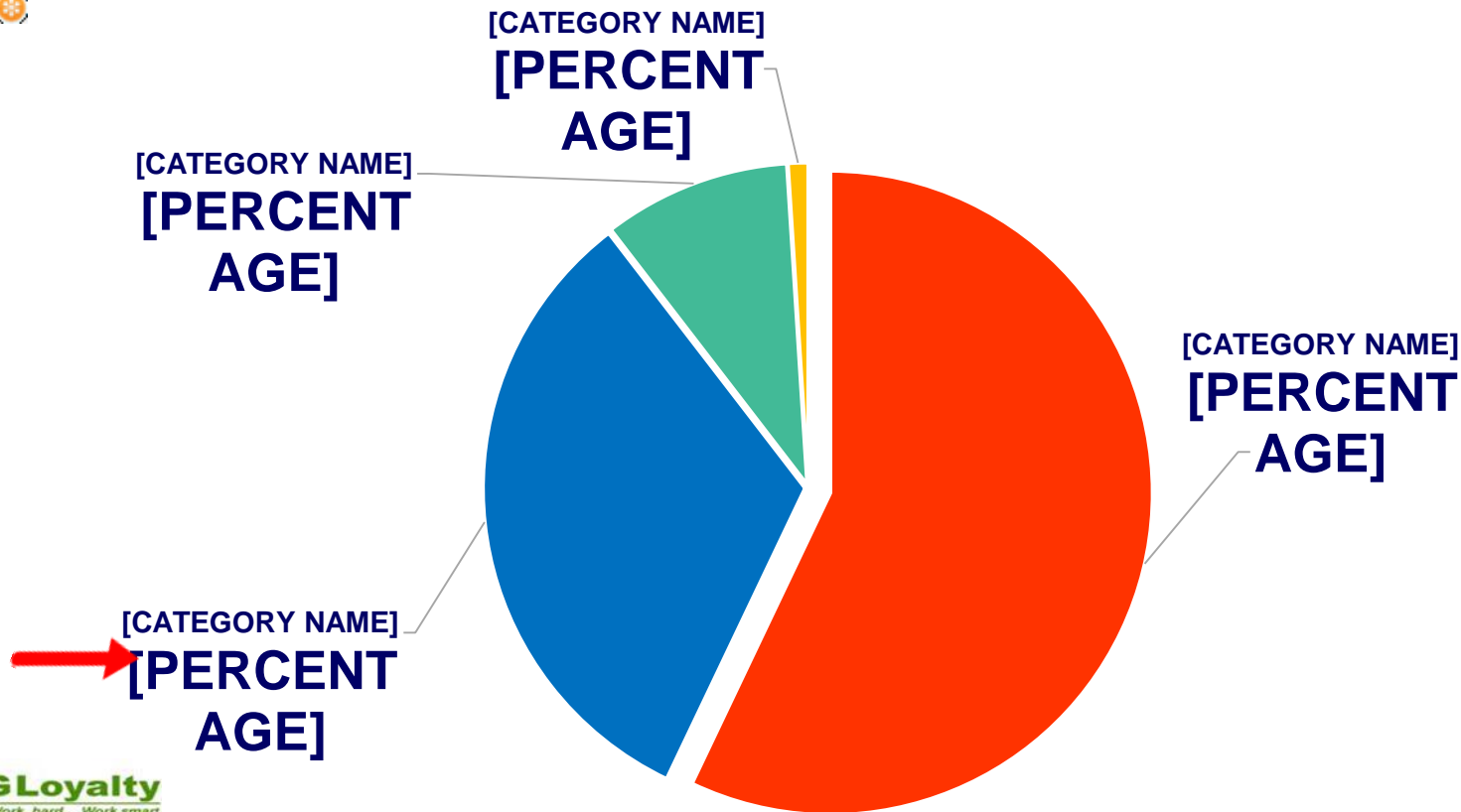


Distribución de la muestra (universo 556 asesores)

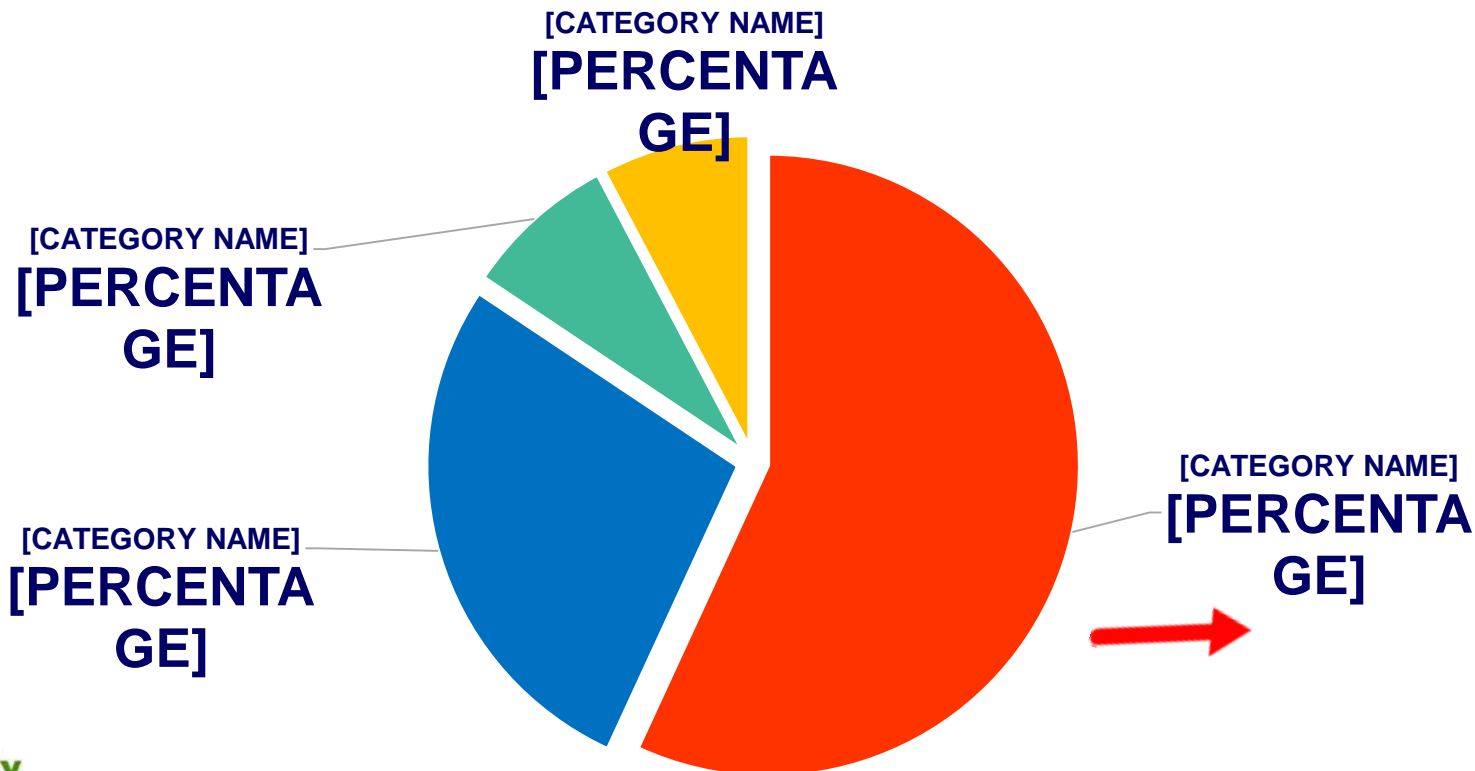




En los últimos 4 meses, ¿Cuál fue tu experiencia con las ventas digitales? (Ventas por Internet)?

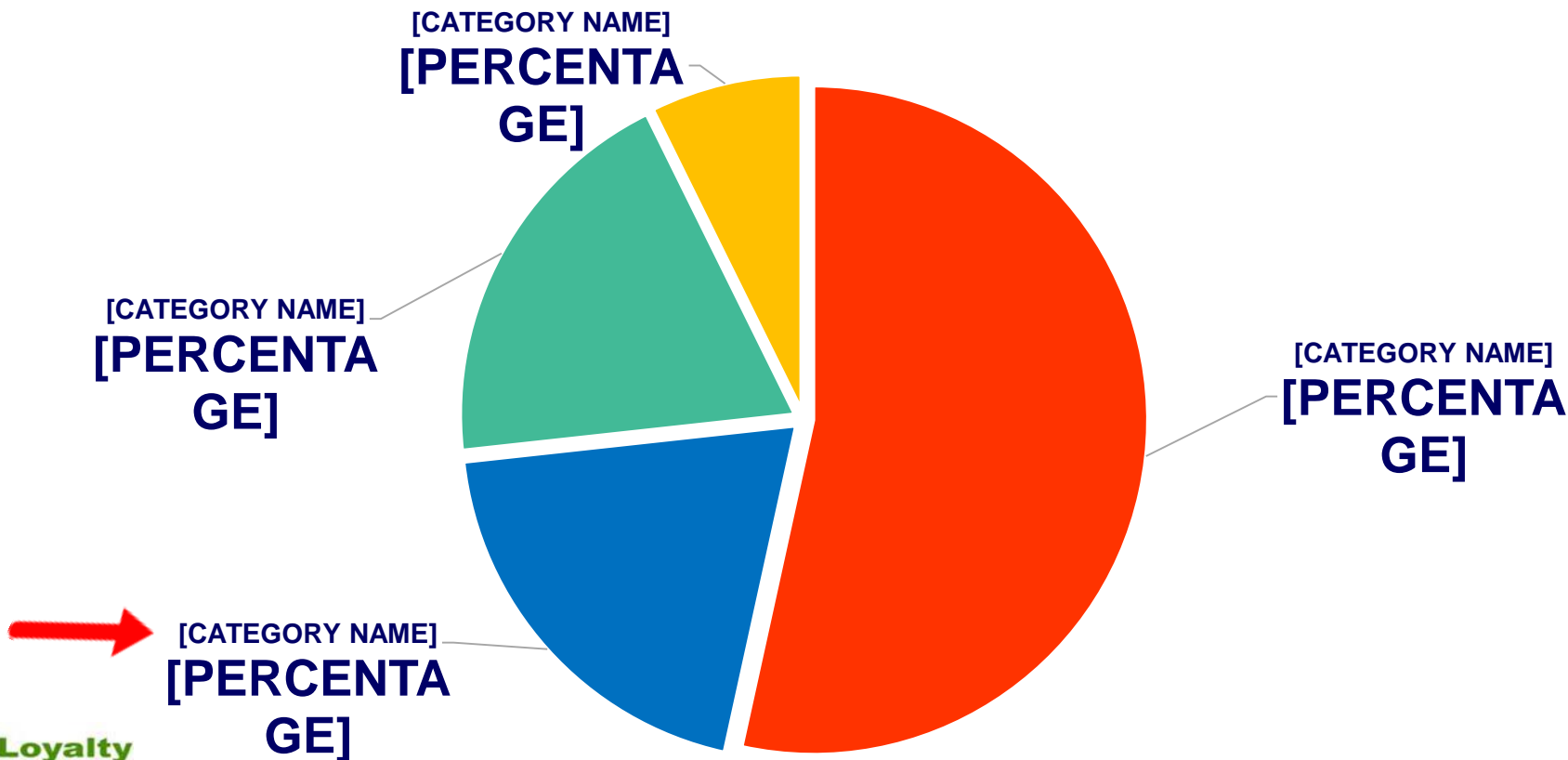


Sobre el tema de la entrega a domicilio en la entrega del vehículo
¿Qué opinas de esta práctica?



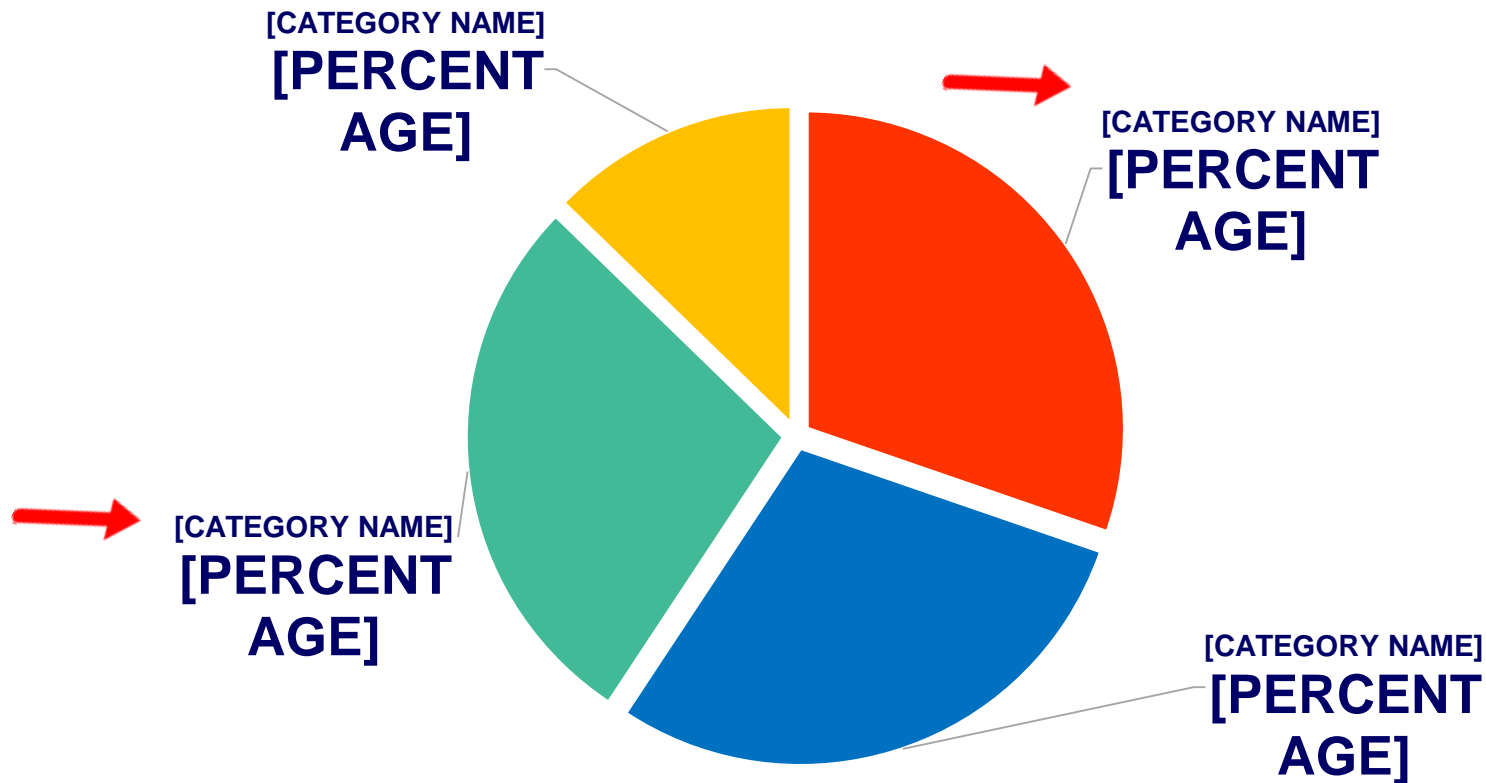


Después del COVID-19 ¿Qué crees que sucederá con tu número de ventas?



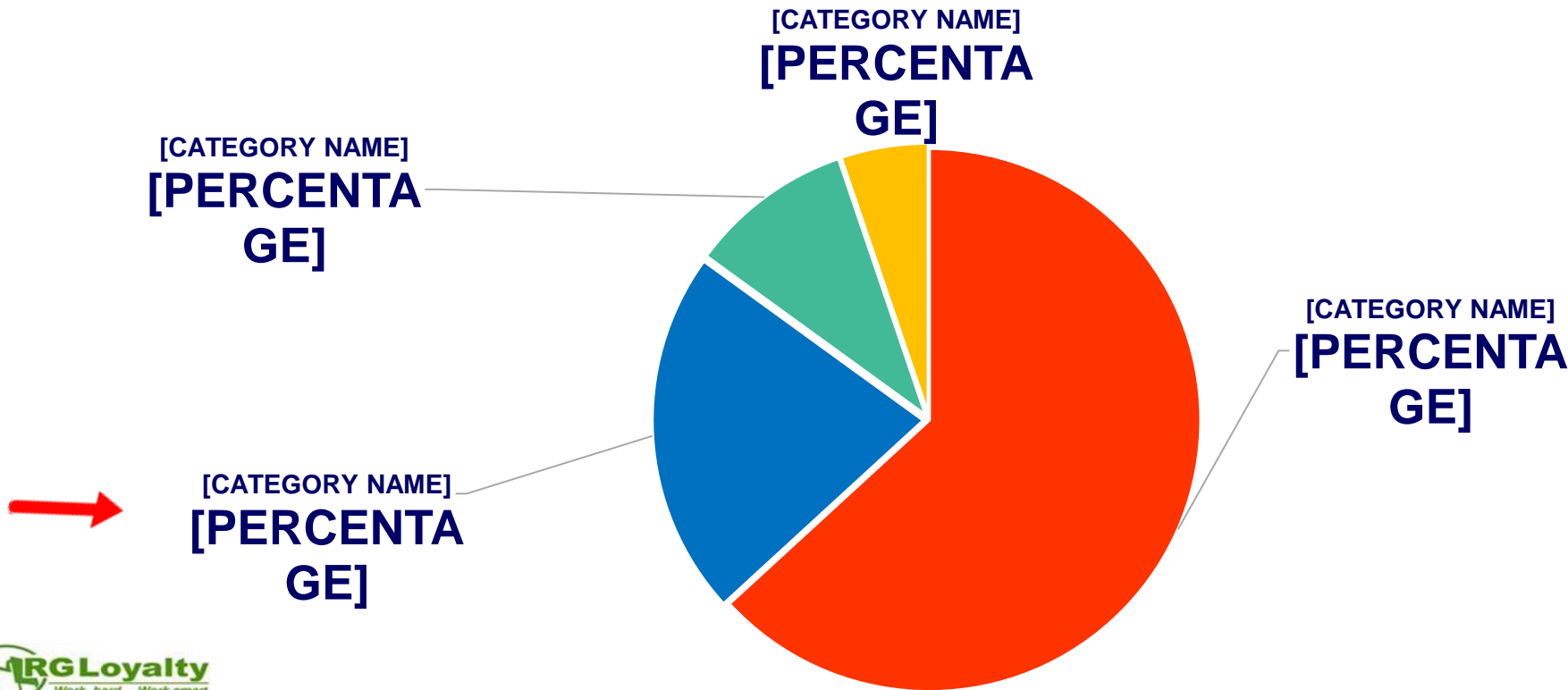


Sobre la prueba de manejo a domicilio ¿Cuál es tu opinión?



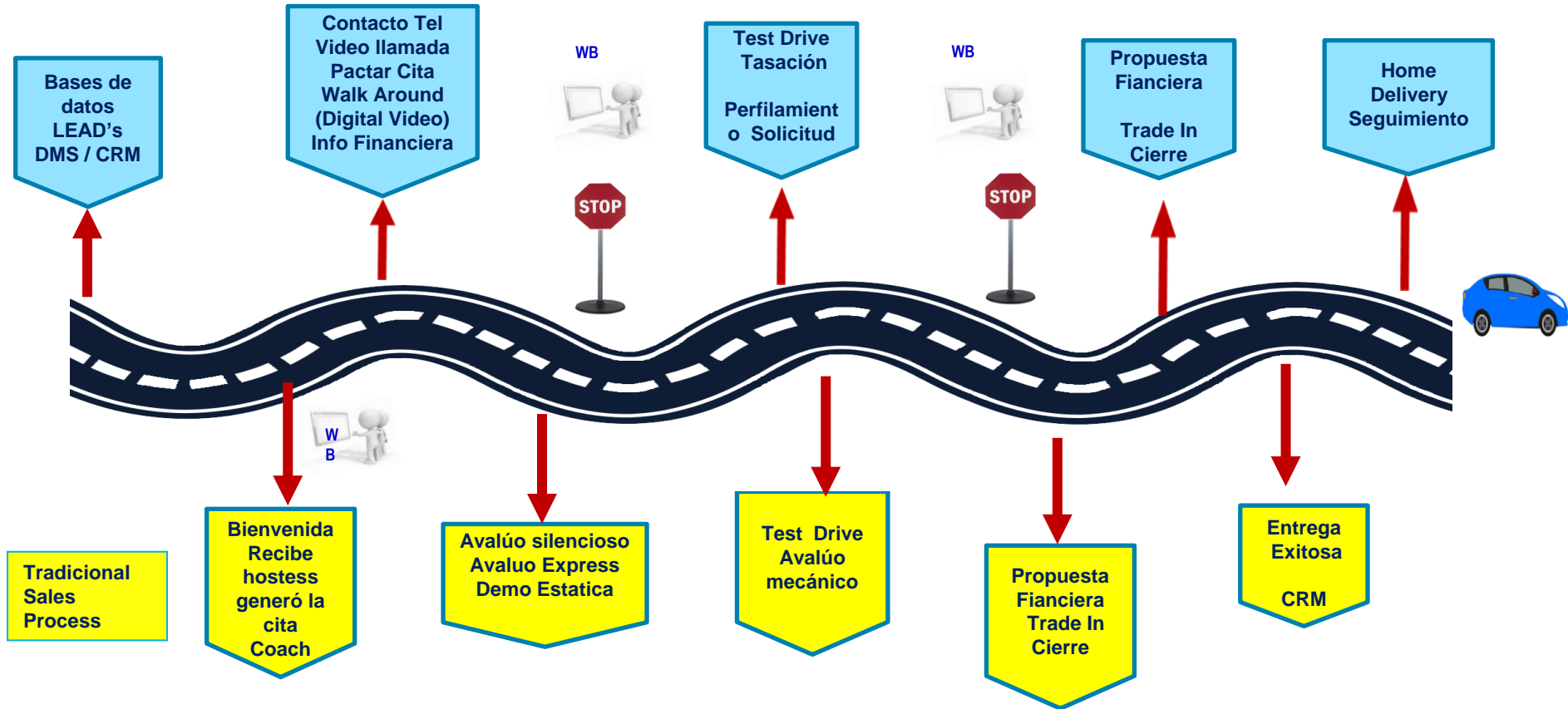


Ahora pensemos en la demostración del vehículo a través de medios electrónicos (Tablet, laptop, etc.)



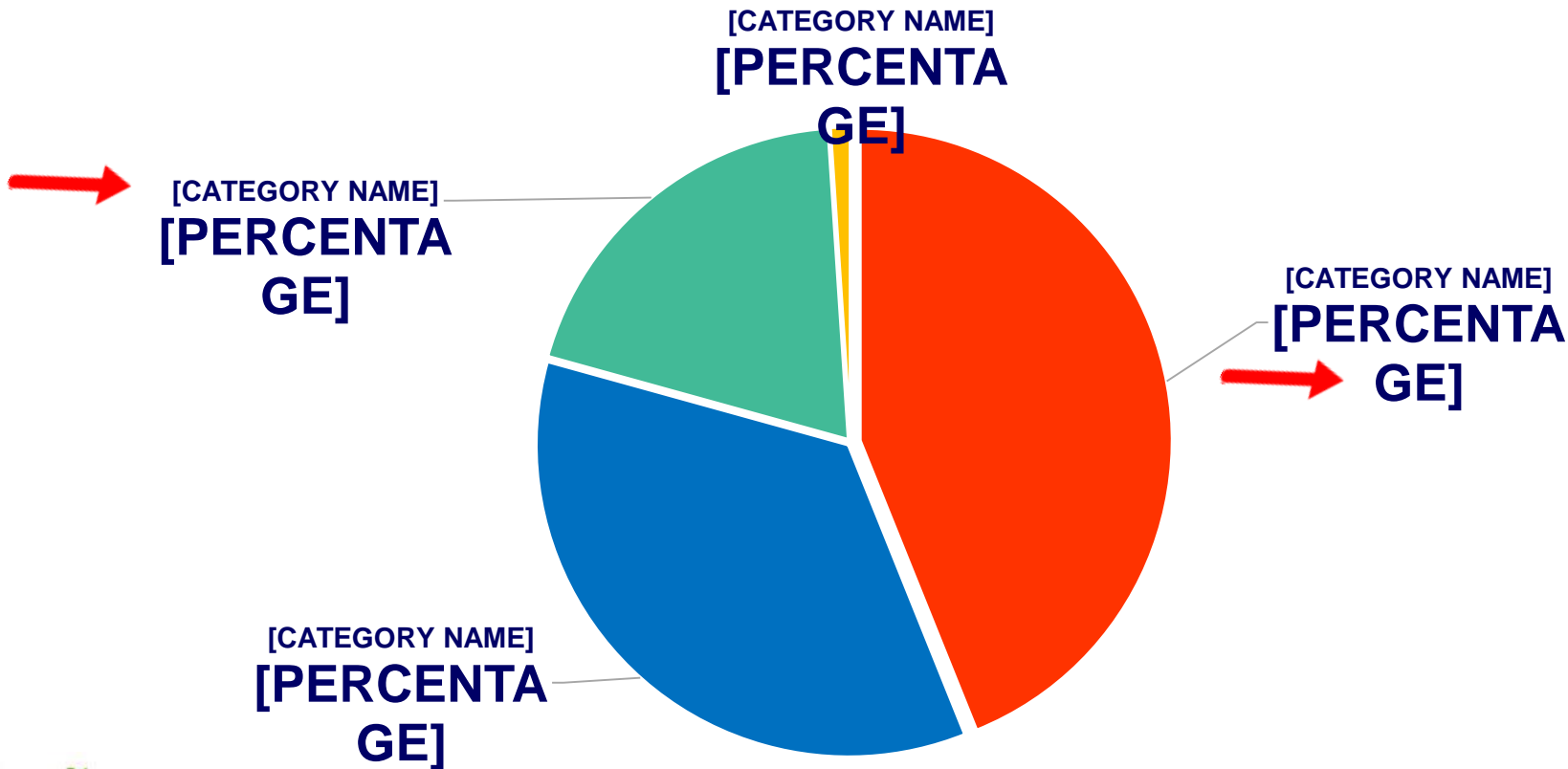


Customer Journey - Digital & Tradicional



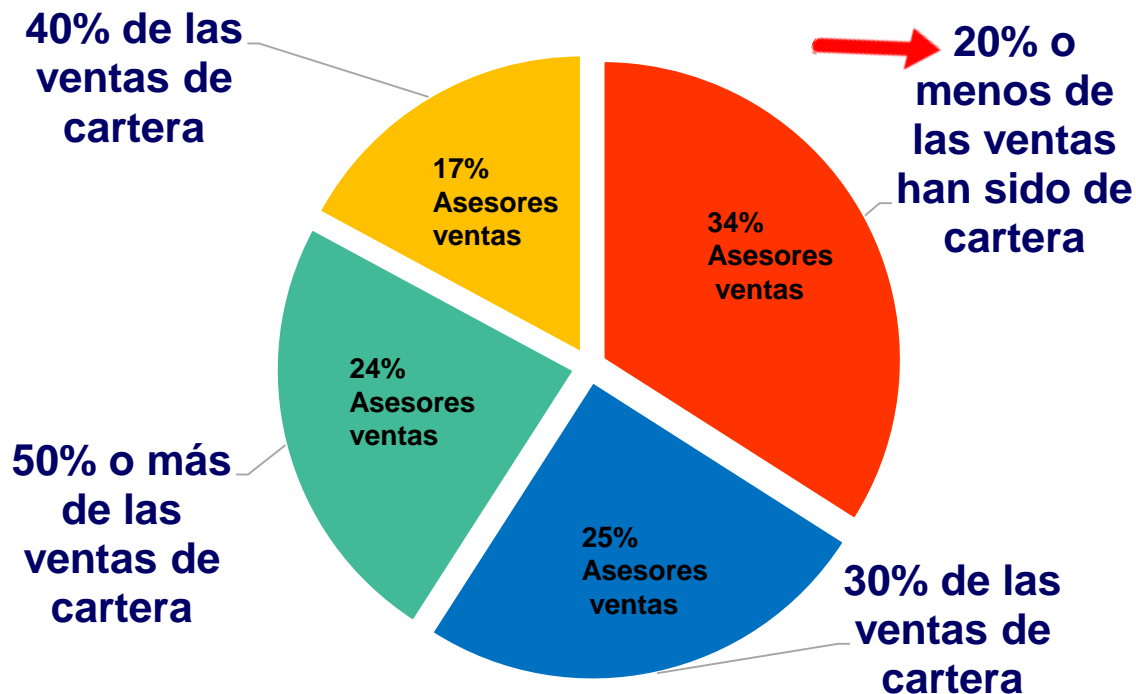


¿Qué opinas sobre la nueva normalidad de las ventas por Internet (Digitales)?



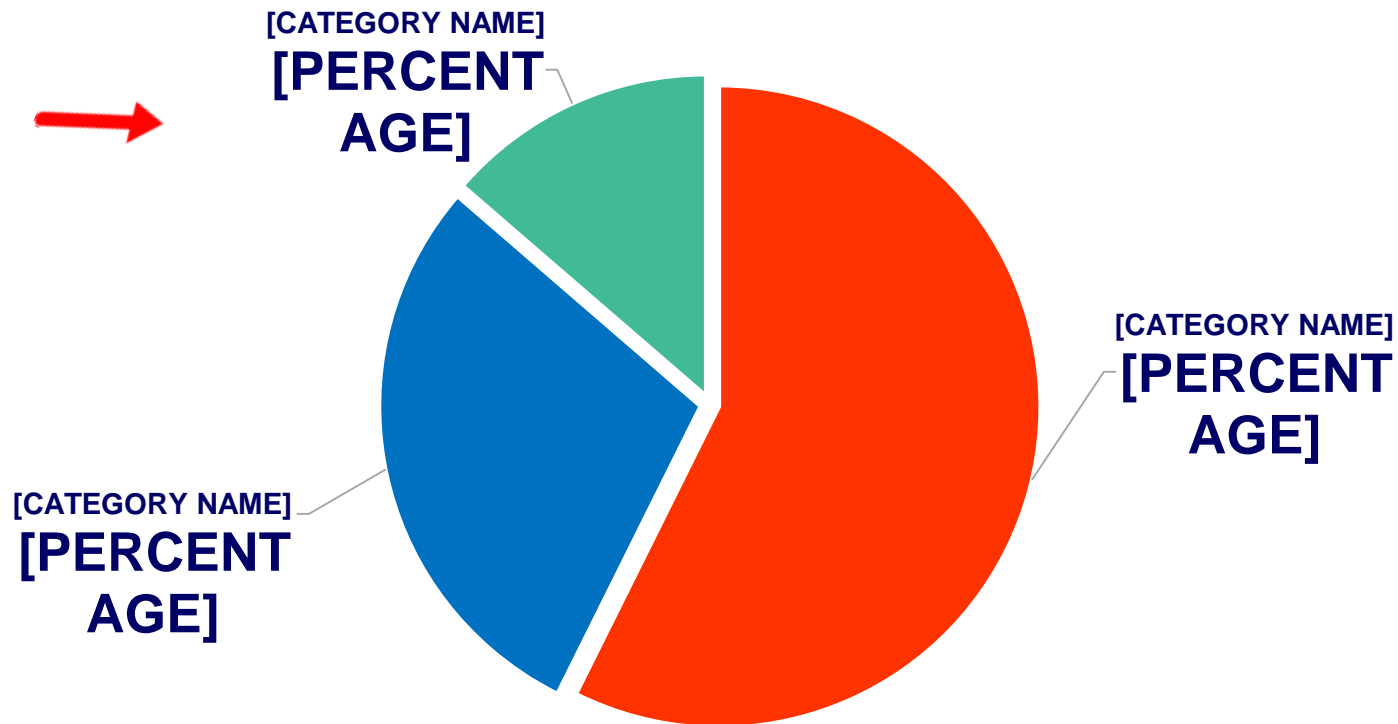


En los últimos meses ¿Qué % de tus ventas han sido de cartera / bases de datos? (Farming Bases de datos)





Una vez que la situación actual haya sido superada:
¿Crees que el tema digital seguirá tomando fuerza o regresaremos a la modalidad presencial?



Costa Centro



Considero que el mercado está reaccionando favorablemente, la gente está comprando carros por seguridad y por trabajo



Creo que hay herramientas digitales importantes y que refuerzan la compra, pero aún existen muchos clientes conservadores o tradicionales que antes de pagar el vehículo necesitan subirse al carro.

La nuevas generaciones están acostumbrados a usar los dispositivos digitales, por lo tanto este tipo de ventas va en aumento



El futuro es digital, pero se deben implementar plataformas en las cuales el cliente sienta la confianza de comprar su unidad, además que esta debe contar con todas la herramientas necesarias para resolver todas las inquietudes que podría tener el comprador.



La compra de vehículos es una necesidad más que un lujo, y la venta seguirá teniendo un crecimiento paulatino conforme la economía se vaya recomponiendo.

Costa Norte



Es tiempo de adaptarse a los cambios y ver las nuevas oportunidades de desarrollo. Sobre el futuro pienso que las personas han notado la necesidad de trasladarse teniendo en cuenta su seguridad y la de su familia, lo que hace que tengamos oportunidad de crecimiento dentro de la industria.



Considero que el COVID19 hizo que varias empresas aceleren sus procesos digitales, en cuanto al sector automotriz seguirá en crecimiento ya que las personas preferirán usar sus propios autos por seguridad

Costa Sur



Es un momento difícil y lleno de cambios, las ventas digitales son difíciles por el momento, por el tipo de sociedad y costumbres que tenemos, el temor a la estafa es constante, el cliente desea palpar lo que esta comprando, sin embargo creo que poco a poco esto será más fácil.

Selva



Lamentamos mucho lo sucedido a nivel mundial y nos es bastante difícil el poder sobrellevar la situación dado que las restricciones en los bancos ahora han aumentado y hay poco personal para la evaluación de los créditos, aunado a ello el banco es mucho mas exigente en la documentación para la aprobación de los créditos

La pandemia a cambiado los procesos de compra tradicionales pero en el caso de los vehículos siempre es necesario ver la unidad físicamente. Los medios digitales ayudaran pero siempre es necesario el trato directo del asesor con el cliente.

Sierra Centro



La industria seguirá manteniendo su avance, siempre y cuando se generen herramientas adecuadas de ventas, como son financiamientos más accesibles, subvenciones del estado con programas de reactivación económica y apoyo a las MYPES. En general el panorama es un tanto difícil, pero enfocando bien los objetivos y herramientas se puede mantener un buen avance.

La situación actual nos está sirviendo para crear nuevas ideas y aplicar nuevas estrategias en todos los sectores

Sierra Norte



La pandemia está haciendo que los clientes compren más unidades para uso personal. La industria automotriz seguirá creciendo sobre todo los vehículos híbridos

La situación es difícil en todos los sectores, pienso que se saldrá adelante pero de forma paulatina, ya que la economía se paralizó por mucho tiempo. Espero que todo vaya superándose .

Sierra Sur



El mercado se contrajo un poco, los clientes no irán en familia como antes a ver las unidades y nos ayudaría mucho tener un catalogo virtual en el cual el cliente pueda ver el vehículo de todos los lados e incluso el interior de acuerdo a la versión resaltando los beneficios de nuestra marca lo cual ayudaría a que en familia pueda tomar la decisión en conjunto desde casa.



Tendencias en el modelo de Gestión en las Américas. (los últimos 4 meses)

Antes de COVID - 19

1. Cliente buscaba información con el AdV
2. Cliente pasaba buen tiempo en el showroom
3. Tentativas para citas 2 - 3 llamadas.
4. Promedio ventas 8 / 10 por mes por AdV
5. Rentabilidad coche nuevo estaba bajando
6. Mercado Seminuevos secundario, (poco + \$)
7. Equipo ventas demasiado vendedores baja productividad.

Después de COVID - 19

1. Cliente súper informado: redes sociales, videos vendedores, reseñas, plataforma digital plantas OEM.
2. Menos tiempo showroom (viene Cerrar)
3. Cliente acepta citas rápido / Videos muy efectivos
4. Promedio ventas 12 / 14 por mes por AdV (20)
5. Rentabilidad coche nuevo ha incrementado
6. Mercado Seminuevos buenísimo. (+ rentable)
7. Equipo ventas mas chicos alta productividad.



Plan de acción:

1. Identificar los ajustes que necesitas hacer para la nueva normalidad.
2. Diagnostico de la fuerza de ventas
3. Tener su TEAM preparado para implementarlo (rápido)
4. Hacer ajustes cada 30 días. Tener “feedback” constante.
5. Medir, medir, medir, los KPI's cada semana, (moving target).

RG Loyalty

490 Sawgrass Corp. Pkwy
Suite 330
Sunrise, FL 33325 – USA
www.RGLoyalty.net



18 Years of sustained growth



Preguntas? Comentarios?

RG Loyalty

490 Sawgrass Corp. Pkwy
Suite 330
Sunrise, FL 33325 – USA
www.RGLoyalty.net



18 Years of sustained growth