

el Fanzine que tienes que leer para mejorar tus resultados

MONTHLY:

Número Especial Automoción



SOBRE COCHES DE SEGUNDA MANO, LIMONES Y MARKETING

El lápiz del Consultor, de Andrea Sánchez

5 IDEAS DE MARKETING PARA POTENCIAR TU POSTVENTA

El servicio del concesionario ya no acaba con la entrega del coche: es sólo el principio

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO: CLAVES PARA FIDELIZAR A TRAVÉS DEL MARKETING AUTOMATION

Este mes, con la participación de Salvador Vilalta, Customer Experience Expert.



EL LAPIZ DEL C.E.S

CONSULTOR

SOBRE COCHES DE SEGUNDA MANO, LIMONES Y MARKETING

El mercado de vehículos de segunda mano se asemeja mucho a un intrincado laberinto, plagado de decisiones cruciales tanto para compradores como para vendedores. La incertidumbre sobre la calidad de los vehículos y las experiencias negativas del pasado han sembrado la desconfianza en este sector. **La teoría del mercado de los limones**, del economista **George Akerlof**, explica por qué esta desconfianza es tan profunda y, al mismo tiempo, resalta la importancia de una estrategia de marketing sólida y de garantías confiables para combatirla.

En su artículo "**El mercado de los limones: calidad de los bienes y el mercado**", Akerlof describe cómo la asimetría de la información afecta las transacciones. En el contexto de los coches usados, esto significa que los vendedores conocen el estado real del vehículo, mientras que los compradores se encuentran a ciegas. La presencia de "limones" (vehículos de baja calidad) en el mercado afecta la percepción general y genera renuencia en los potenciales compradores a realizar transacciones.

La teoría del mercado de los limones se refleja claramente en la desconfianza que rodea la compra de coches usados. Los compradores temen invertir en un vehículo que pueda tener problemas ocultos, lo que limita el crecimiento del mercado. En este escenario, una estrategia de marketing bien definida se convierte en un elemento clave para generar confianza y disipar los temores inherentes al proceso de compra.

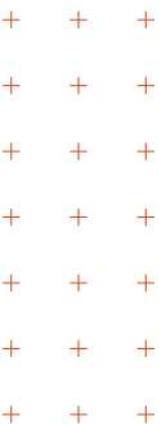
¿Cuáles son las claves para una estrategia de marketing infalible? Transparencia, Certificaciones y garantías, buenas reseñas y una asentada presencia online.

- **La transparencia es clave en el marketing de coches de segunda mano.** Compartir el historial del vehículo (accidentes, mantenimiento, reparaciones) genera confianza y disipa la incertidumbre del comprador. Posiciona al vendedor como fuente confiable de información.
- **Ofrecer certificaciones de calidad y garantías sólidas es una estrategia clave para tranquilizar a los compradores.** Estos elementos proporcionan una red de seguridad, asegurando a los potenciales clientes que están invirtiendo en un producto respaldado por el vendedor.
- **En la era digital, una presencia online efectiva es clave.** Usa plataformas de venta confiables y redes sociales para mostrar tu inventario, compartir contenido educativo sobre la compra de autos usados, interactuar con tu audiencia...Esto amplifica la visibilidad de tu marca, te permite interactuar con tus clientes y construye una comunidad online que respalda tu reputación.
- **Las experiencias positivas de tus clientes son oro.** Incorporarlas a tu estrategia de marketing aporta Credibilidad, Confianza y Realismo. Las historias de éxito son la mejor publicidad. ¡Aprovechalas!

Recuerda: la clave del éxito reside en construir relaciones de confianza con tus clientes. **Si quieres que tu negocio vaya bien, deja de vender limones.**



Andrea Sánchez
Consultor Junior Knossos



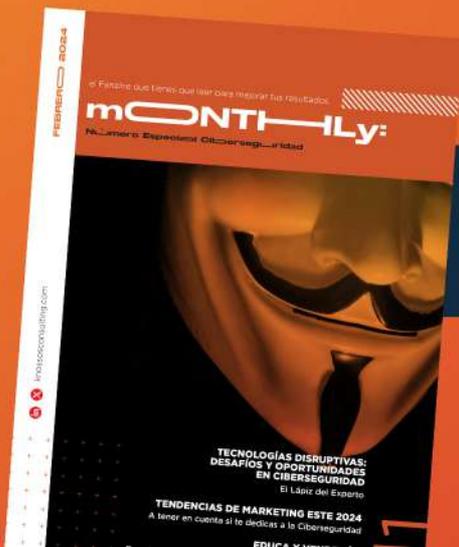


Ya no se lleva jugar al CANDY CRUSH cuando estás tirado en el sofá.

Ahora se lleva leer los números anteriores de

mONTHLYy:

el Fanzine que tienes que leer para mejorar tus resultados



¡Descarga ya el número de Febrero en nuestra web!

  knossosconsulting.com

KNOSSOS.

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO: CLAVES PARA FIDELIZAR A TRAVÉS DEL MARKETING AUTOMATION



Por *Salvador Vilalta*, Experto en CX y Autor de "VENDER MÁS EN 7 PASOS: Guía de Supervivencia en un mundo tecnológico".
salvadorvilalta.com

En el sector automovilístico, la experiencia del cliente (CX) juega un papel fundamental en la captación, venta y fidelización y por tanto en el éxito a largo plazo de la relación con nuestros clientes. Estos no solo buscan un vehículo, sino **una experiencia de compra personalizada y memorable**.

En este punto es donde el marketing automation se presenta como una herramienta poderosa para **construir relaciones sólidas con los clientes** a lo largo de todo el ciclo de vida, desde la captación hasta la fidelización.

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO: CLAVES PARA FIDELIZAR A TRAVÉS DEL MARKETING AUTOMATION

Veamos ahora cuáles son los momentos clave en la relación con el cliente que debemos tener en cuenta en todo su ciclo de vida



1. Captación de leads: Construimos nuestra “maquina de captación de leads”

- Formularios web y landing pages optimizadas para la conversión.
- Segmentación de leads por intereses y necesidades.
- Envío de emails personalizados con información relevante.



2. Maduración de leads (nurturing): Cuando realizas acciones de captación de leads, necesitas persuadir a estos para que te consideren como opción.

- Envío de contenido educativo y de valor sobre el sector y los vehículos.
- Newsletters con ofertas especiales y promociones.
- Invitaciones a eventos y webinars.



3. Apoyo en el cierre de la venta: Apoya a tu red comercial mediante acciones online

- Envío de emails recordatorios y seguimiento del proceso de compra.
- Ofertas personalizadas y soluciones de financiación.
- Programación de pruebas de conducción y visitas al concesionario.



4. Tiempo de espera hasta la entrega del vehículo: para que el cliente no desespere mientras espera la entrega de su vehículo.

- Comunicación constante con el cliente para mantener su interés.
- Envío de información sobre el estado del pedido y la fecha estimada de entrega.
- Ofrecer la posibilidad de personalizar el vehículo o adquirir accesorios.



5. Revisiones del vehículo: Facilita la vida a tu cliente para que realice los mantenimientos periódicos a tiempo

- Recordatorios automáticos de las fechas de revisión.
- Facilitar la reserva de cita online o por teléfono.
- Ofrecer descuentos en servicios de mantenimiento y reparación.

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO: CLAVES PARA FIDELIZAR A TRAVÉS DEL MARKETING AUTOMATION



6. Expiración del seguro del vehículo: Aporta valor y genera venta cruzada

- Informar al cliente sobre la próxima expiración del seguro.
- Ofrecer la posibilidad de renovar el seguro a través del concesionario.
- Comparar diferentes ofertas de seguros y recomendar la mejor opción.



7. Recompra del vehículo o cambio por uno nuevo: Genera upselling en tus clientes

- Evaluar el valor del vehículo usado y ofrecer opciones de recompra.
- Presentar ofertas personalizadas para la compra de un vehículo nuevo.
- Fidelizar al cliente con programas de recompensas y beneficios exclusivos.



8. Fidelización en base al Valor de Vida del Cliente (CLV): Identifica a los clientes de más valor y recompénsales

- Segmentar a los clientes según su CLV y ofrecer experiencias personalizadas.
- Premiar a los clientes más fieles con descuentos especiales y ventajas exclusivas en todo tipo de servicios y accesorios para su vehículo.
- Ofrecer la posibilidad de adquirir un segundo vehículo o uno de categoría superior a determinados clientes.
- Plantea a clientes satisfechos que te referencien en sus círculos de amistades y prémiale por ello.

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO: CLAVES PARA FIDELIZAR A TRAVÉS DEL MARKETING AUTOMATION

Importancia de la fuerza comercial offline

Es fundamental involucrar a la fuerza comercial en las estrategias de marketing automation. Los vendedores del concesionario son quienes tienen el contacto directo con los clientes y normalmente son los que pueden cerrar las operaciones de venta.

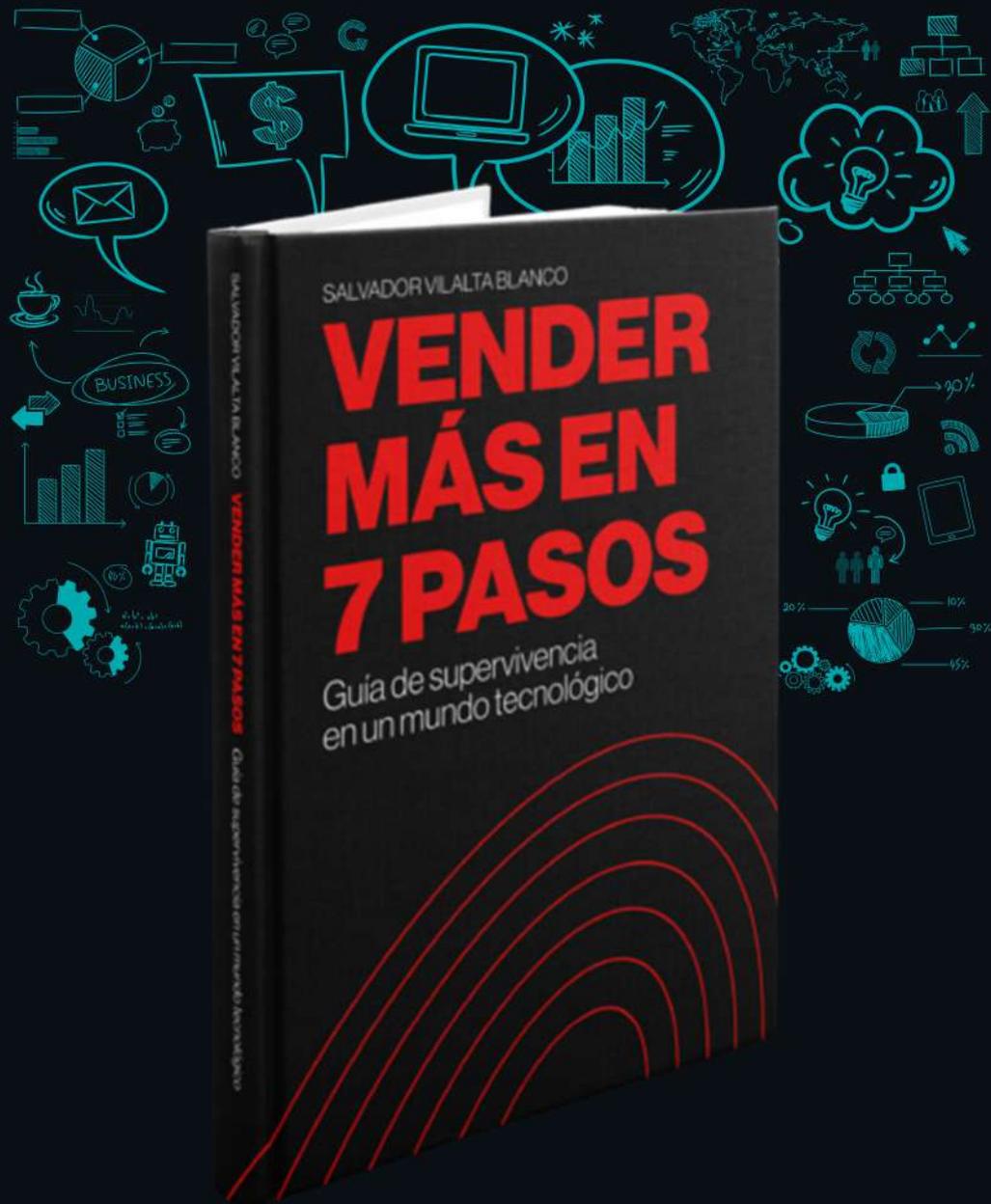
Beneficios del marketing automation para la CX:

- **Mejora la comunicación con los clientes:** Permite enviar mensajes personalizados y relevantes en cada momento del ciclo de vida.
- **Aumenta la eficiencia del equipo de ventas:** Automatiza tareas repetitivas y libera tiempo para que los vendedores se centren en cerrar ventas.
- **Incrementa la satisfacción del cliente:** Ofrece una experiencia de compra personalizada y memorable.
- **Fideliza a los clientes:** Fortalece la relación con los clientes y aumenta las posibilidades de que repitan la compra.



El marketing automation es una herramienta indispensable para mejorar la experiencia del cliente en el sector automovilístico. Permite construir relaciones sólidas con los clientes a lo largo de todo el ciclo de vida, desde la captación hasta la fidelización. Al integrar la fuerza comercial offline en las estrategias de marketing automation, los concesionarios pueden aumentar las ventas, mejorar la satisfacción del cliente y construir una marca fuerte y reconocida.

No es una solución mágica, sino una herramienta que debe utilizarse de forma estratégica. Para obtener buenos resultados es imprescindible personalizar los mensajes y las ofertas para cada cliente. Recuerda medir los resultados para optimizar esta y cualquier otra estrategia de marketing



Un libro excelente para los profesionales que quieran abordar los procesos de adaptación al nuevo entorno digital.

Joaquin D. - Lector Amazon

...."Si te atreves a entrar", he aquí una guía clara, concisa y de completa confianza - escrita por un gran profesional, pionero Digital, profesor, pensador y creativo que te puede servir de "sherpa" (como los famosos guías tibetanos personales).

Paul F. - Lector Amazon

Hazte con él en
salvadorvilalta.com

Salvador **Vilalta**
Cx Expert

Solo unas pocas empresas tendrán éxito al tener el precio más bajo, por lo que la mayoría necesitará una estrategia que incluya servicios al cliente.

A ver, que esta frase no es de nuestro CEO.
Es de Bill Gates, el de Microsoft.
Sí, el de las gafas. Ese.

Así que fíate de su consejo.

Y si no sabes por donde empezar, danos un toque
(esto no lo dice Bill,pero seguro que estaría de acuerdo)

knossos.



knossosconsulting.com/es/



ESTE MES, EN LA BICI DE RUEDINES: LAS REDES SOCIALES

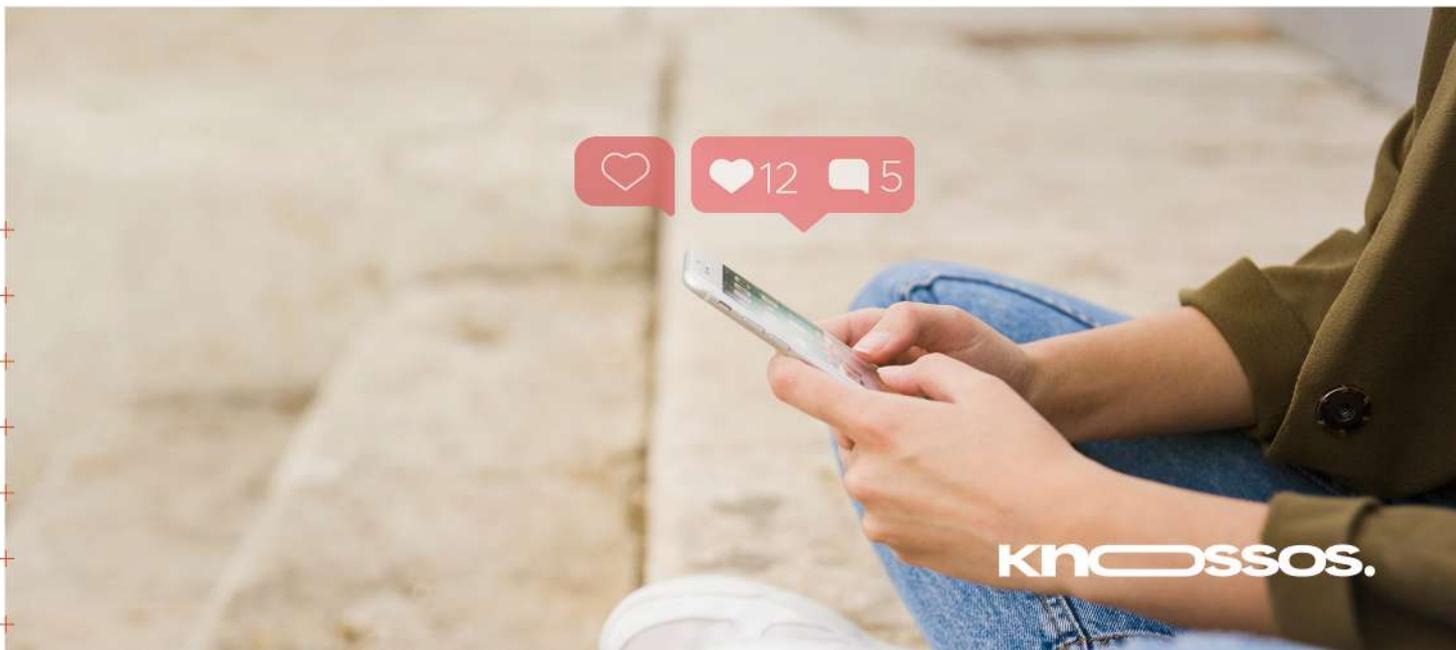


En el mundo en el que nos movemos, las Redes Sociales son una herramienta indispensable para cualquier empresa que desee prosperar. Y las empresas de compraventa de coches no son una excepción.

De hecho, desaprovechar su potencial, *"infrausándolas"* sería un error garrafal.

¿Por qué? Las razones son varias:

- ✓ **1. Alcance sin precedentes:** Las plataformas sociales te permiten llegar a un público amplio y segmentado, atrayendo potenciales clientes que no solo buscan un vehículo, sino que también se interesan por tu marca e historia.
- ✓ **2. Interacción y confianza (la clave de tu negocio...es la palanca que lo mueve todo ya que el cliente, desconfía de cualquier cosa que tenga ya una matrícula puesta y por tanto no sea nuevo):** Las Redes Sociales te permiten interactuar directamente con tus clientes, respondiendo a sus dudas, ofreciendo información personalizada y generando una relación de confianza que es fundamental para cerrar una venta.
- ✓ **3. Marketing efectivo:** Puedes crear campañas altamente segmentadas, con anuncios personalizados que se ajustan a las necesidades e intereses de tu público objetivo.
- ✓ **4. Visibilidad y branding:** Una presencia activa en las Redes Sociales te permite dar a conocer tu marca, aumentar tu visibilidad y construir una imagen sólida y profesional (vuelve a leer el punto 2, que tiene mucho que ver con esto).
- ✓ **5. Reputación online:** Las opiniones y comentarios de tus clientes en las Redes Sociales son oro puro. Te permiten conocer su percepción de tu negocio, mejorar tu atención al cliente y construir una reputación online impecable.



3

IDEAS DE MARKETING PARA POTENCIAR LOS SERVICIOS POSTVENTA

El sector del automóvil es uno de los más competitivos del mercado, y los concesionarios deben buscar constantemente nuevas formas de diferenciarse de la competencia. Una de las mejores maneras de hacerlo es **potenciar los servicios postventa, ya que estos pueden generar un alto porcentaje de los ingresos del negocio.**

1. Crea contenido de valor para tus clientes:

En la actualidad, los consumidores son más exigentes que nunca y buscan información antes de tomar una decisión de compra. Por ello, es fundamental que crees contenido de valor que ayude a tus clientes a tomar decisiones informadas sobre el mantenimiento de su vehículo: un Blog con consejos útiles sobre mantenimiento de su vehículo, videos con tutoriales sobre la presión de los neumáticos...

2. Implementa un programa de fidelización:

Un programa de fidelización es una excelente manera de recompensar a tus clientes por su confianza y fidelidad. Puedes ofrecer descuentos y promociones especiales a los clientes que contraten servicios postventa en tu concesionario, así como crear un sistema de puntos que los clientes puedan canjear por regalos o servicios gratuitos.

3. Personaliza la experiencia del cliente:

Los clientes valoran sentirse valorados y escuchados. Por ello, es importante que personalices la experiencia del cliente en tu taller. Debes utilizar un CRM para recopilar información sobre los hábitos de compra y las preferencias de tus clientes, y así poder ofrecerles un servicio más personalizado.

Te esperamos con más **mONTI—ILy**: el próximo mes
y con más contenido aquí

  [knossosconsulting.com](https://www.knossosconsulting.com)

KNOSSOS.

