OneDealer

Flujos de trabajo centralizados para el sector de la automoción en la era digital

Venta y posventa estandarizadas para importadores, redes de concesionarios y empresas de ventas nacionales

Con la transformación digital en pleno auge, es imprescindible que el sector de la automoción se adapte en consecuencia para no quedarse atrás. Esta transformación está reclamando que las redes de concesionarios evolucionen y pasen de ser entidades poco conectadas y en gran medida autónomas a convertirse en organizaciones unificadas en las que el importador pueda gestionar gran parte de los procesos de forma centralizada. Los clientes esperan recibir el mismo trato allá donde vayan, por lo que la estandarización de los flujos de trabajo entre concesionarios es esencial para garantizar una calidad coherente del servicio. OneDealer digitaliza los procesos de venta y posventa para las redes de concesionarios e introduce un enfoque estandarizado de la venta al por menor de automóviles para importadores. El resultado son unos flujos de trabajo simplificados, un acceso centralizado a los datos, sitios web y campañas, la creación de una lista de contactos más sólida y una experiencia de cliente mucho más satisfactoria.

Contenido

01 Introducción: la importancia de la transformación digital

02 Flujos de trabajo de venta y posventa digitales sincronizados para redes de concesionarios

03 Ventajas de la gestión centralizada de los datos

04 Gestión de sitios web y SEO

05 Gestión de campañas omnicanal

06 Monitorización del desempeño de la red de concesionarios

07 Conclusión

08 Acerca de nosotros

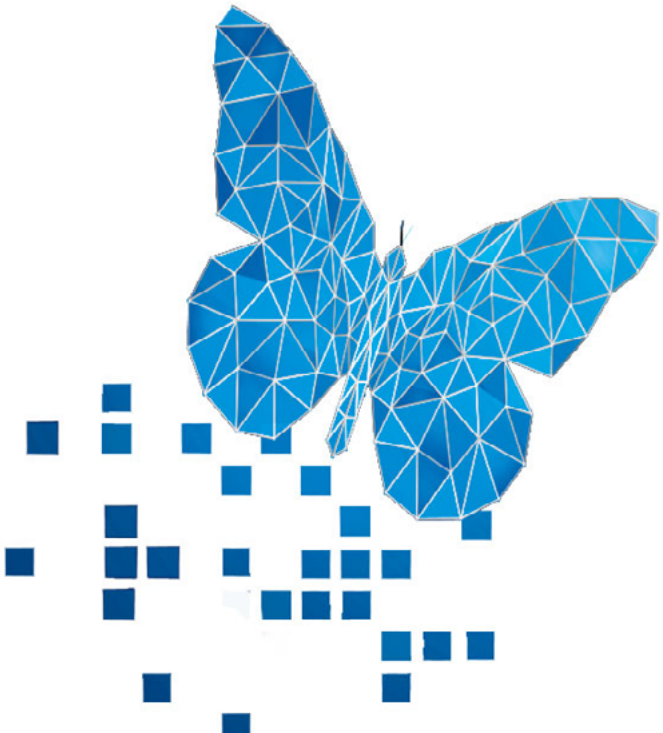
01 Introducción: la importancia de la transformación digital

A pesar de que la digitalización lleva en marcha desde hace más de una década, algunos sectores están tardando en adaptarse. Durante estos últimos años, la industria de la automoción ha seguido desarrollándose —lo cual incluye el uso de la IA, los avances en la conducción autónoma y la designación de responsables de la transformación digital para guiar el proceso—, por lo que es imperativo que los actores del mercado sigan aprovechando las oportunidades que les ofrece la digitalización si lo que quieren es aumentar las ventas y avanzar a al ritmo que la economía global. Esto es especialmente importante desde la pandemia de la COVID-19, ya que la paralización de la distribución, el cierre de fronteras, la suspensión de las operaciones logísticas y la ralentización de las ventas de vehículos han tenido consecuencias que aún se seguirán notando durante algún tiempo.

> OneDealer es una herramienta versátil que ofrece ventajas a todos los actores de una red de concesionarios“

Por suerte, nos espera un futuro plenamente digital con todos los beneficios que eso conlleva. Utilizar las tecnologías digitales de formas específicas permite dar una nueva forma a las operaciones de fabricación, a los sistemas de ventas y a la logística de las cadenas de suministro, con lo que será más fácil que nunca que el consumidor busque, modifique, pida y maneje los vehículos. Al mismo tiempo, a los importadores se les presenta una gran oportunidad de reducir los costes, minimizar sus inventarios, optimizar la prestación de servicios y gestionar los riesgos. Estas medidas ayudarán a afianzar su posición de liderazgo en su relación con los distribuidores, lo cual es fundamental dado que las estructuras de poder tradicionales ya no son seguras.

Para los importadores y los responsables de la transformación digital encargados de implementar estos cambios, el futuro consistirá en revisar los procesos operacionales e introducir unas prácticas uniformes en las redes de concesionarios. OneDealer es la respuesta: como sistema de gestión integral, OneDealer digitaliza los procesos de venta y posventa para las redes de concesionarios e introduce un enfoque estandarizado para la venta al por menor de automóviles. OneDealer es una herramienta versátil que ofrece ventajas a todos los actores de una red de concesionarios, ya que facilita los flujos de trabajo y proporciona un acceso centralizado a los datos, a los sitios web optimizados para SEO y a las campañas, entre otros. Accesible desde cualquier dispositivo y lugar, combina la tecnología en la nube con unos costes reducidos de mantenimiento, convirtiéndose así en un producto de transformación digital y en un propulsor de la misma.



> Una gran oportunidad de reducir los costes, minimizar sus inventarios, optimizar la prestación de servicios y gestionar los riesgos“

02 Flujos de trabajo de venta y posventa digitales sincronizados para redes de concesionarios

OneDealer crea una experiencia omnicanal en toda la red de concesionarios. El sistema de gestión —diseñado para utilizarse principalmente a nivel nacional— tiene un efecto cascada: cualquier nueva configuración o innovación que se introduzca en el flujo de trabajo principal de venta o posventa estará disponible de inmediato para todos los concesionarios de una red, con lo que se mejorará la eficiencia y se facilitarán las operaciones. Así no será necesario ni escalar ni crear mapas de ruta para un lanzamiento más amplio, como tampoco encontrar la manera de combinar las estrategias específicas de los concesionarios, ya que el proceso completo estará estandarizado.

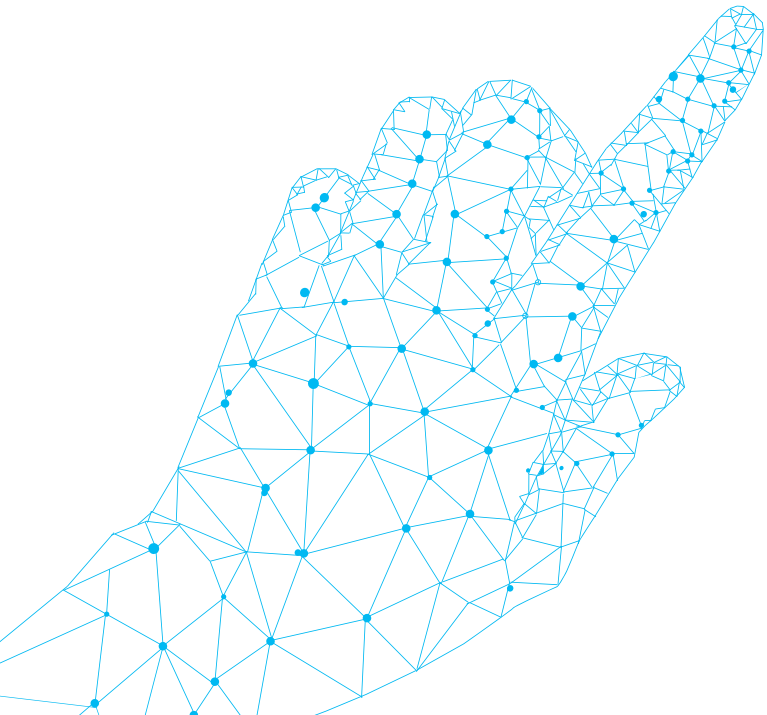
Pero no solo eso: también se puede conectar OneDealer con facilidad a los sistemas centrales existentes empleados para fabricantes de equipos originales (OEM) e importadores con el fin de crear una experiencia de compra sin fisuras que tienda un puente entre los elementos online y offline —esto es especialmente conveniente, ya que hay compradores que prefieren adquirir su coche de los OEM—. De esta manera, se sientan las bases para introducir los procesos estandarizados de los OEM en las redes de concesionarios, ya que los concesionarios podrán ver rápidamente las recomendaciones (por ejemplo, acuerdos especiales de servicio, instrucciones sobre cómo hacer un seguimiento de los clientes potenciales, etc.) e implementarlas según corresponda.
Al mismo tiempo, la sincronización integral entre los equipos de venta y posventa en toda la red garantiza que todos los datos relevantes siempre estarán disponibles. Gracias a ello, se obtiene un valor añadido durante la experiencia de cliente y se garantiza que no se pasará por alto a ningún cliente potencial o existente ni ninguna oportunidad. Imaginemos, por ejemplo, que un importador ha diseñado una campaña trimestral sobre una herramienta para recordar que deben realizarse actividades de servicio e informar automáticamente a los clientes sobre los intervalos de mantenimiento importantes para su vehículo. Esta campaña pueden desarrollarla de forma descentralizada todos los concesionarios de la red. El valor añadido para el importador es que la red de concesionarios puede hacer una recopilación de todos los clientes potenciales de la posventa surgidos de la campaña para contactar con ellos en el momento oportuno. No quedará ningún cliente potencial sin aprovechar, la campaña tendrá un rendimiento máximo y tanto los concesionarios individuales como los clientes se beneficiarán, a partes iguales, de un flujo de trabajo más ágil.
Es importante tener en cuenta que las redes de concesionarios van a experimentar un descenso de los ingresos durante la próxima década debido a la calidad de los vehículos actuales: habrá menor desgaste de las piezas y una menor demanda de accesorios destinados al confort, puesto que los vehículos ya los llevan incorporados. Todo esto hace que ahora sea mucho más importante reestructurar los formatos de posventa existentes con el fin de que los equipos de posventa puedan aprovechar cualquier oportunidad que se presente de obtener beneficios.
Conviene deshacerse de los folletos impresos, del personal desinformado y de la falta de ventas adicionales. A cambio, hay que introducir en los equipos de posventa de los concesionarios los medios necesarios para que puedan llevar a cabo esas ventas adicionales de accesorios, recambios, vehículos nuevos o seminuevos y demás elementos. Con OneDealer, las redes de concesionarios cuentan con las herramientas que se precisan para convertir sus estrategias de posventa en lucrativas fuentes de beneficios. Por ejemplo, pueden configurar una herramienta de seguimiento del servicio (comparable con las páginas de seguimiento de envíos de las empresas de paquetería) que permita a los clientes introducir un número de seguimiento y ver el estado de las reparaciones de su vehículo en tiempo real. Esto genera confianza y seguridad, y allana el camino para que los equipos de posventa puedan dar lo mejor de sí.

03 Ventajas de la gestión centralizada de los datos

OneDealer almacena todos los datos en una ubicación individual y centralizada en la nube. Las ventajas de este tipo de sistema son innumerables en comparación con las estructuras separadas de datos locales. Por una parte, mejora la integridad de los datos y reduce su redundancia, con lo que se garantizan unos perfiles de cliente uniformes en toda la red de concesionarios, así como una distribución y una supervisión continuas de los clientes potenciales. Esto es esencial para proporcionar un servicio coherente a nivel nacional.

> En cuanto un concesionario de la red firma la política del RGPD, todos los demás concesionarios pueden acceder a ella y adaptarla rápidamente para poder usarla“

El acceso centralizado a los datos también reduce el tiempo que los equipos locales necesitan para observar las buenas prácticas, mantener los estándares de importadores y marcas, y garantizar el cumplimiento de la legislación, permitiéndoles así dedicar ese tiempo a cuestiones más importantes. Veamos, por ejemplo, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) que entró en vigor en 2018: el importador puede establecer un mecanismo de consentimiento del RGPD —específico, detallado, de adhesión, documentado, fácil de revocar, etc.— al que deben responder los concesionarios individuales de la red. En cuanto un concesionario de la red firma la política del RGPD, todos los demás concesionarios pueden acceder a ella y adaptarla rápidamente para poder usarla, con lo que el tiempo de gestión de este tipo de tareas se reduce al mínimo. El importador también puede realizar controles periódicos con respecto al cumplimiento del RGPD, con lo que se mejora la reputación de la marca y la confianza entre los clientes.



De una manera similar, un sistema de gestión centralizado permite publicar incentivos de venta y posventa en toda la red de concesionarios. Gracias a la capacidad de comparar cifras y rendimiento, se fomenta la competitividad entre concesionarios y se garantiza que el personal siga motivado para ofrecer el mejor servicio a los clientes en todas las etapas de su experiencia.

Por último, la gestión centralizada de los datos ofrece información en tiempo real acerca de la disponibilidad de existencias entre los importadores y las redes de concesionarios. La gran ventaja recae directamente en los equipos de posventa, cuya actividad principal abarca la provisión y venta adicional de recambios y accesorios. En el puesto de trabajo de ventas digital de la red puede integrarse un configurador avanzado, que el cliente puede utilizar para configurar sus modelos (paquetes de equipamiento, extras, etc.). Como los inventarios de los distintos importadores y concesionarios son compartidos, los extras demandados pueden obtenerse de inmediato, lo que elimina los embotellamientos en el suministro.

> En el puesto de trabajo de ventas digital de la red puede integrarse un configurador avanzado, que el cliente puede utilizar para configurar sus modelos (paquetes de equipamiento, extras, etc.)“

04 Gestión de sitios web y SEO

Todos los concesionarios tienen su propio sitio web, aunque la mayoría no tiene los medios para optimizar su web con terminología SEO o para garantizar que el contenido actualice con regularidad. OneDealer se encarga de la gestión del sitio web en su totalidad mediante la creación de plantillas de sitios web a nivel nacional, que podrán emplear los concesionarios individuales. Al igual que los demás elementos de OneDealer, las plantillas y las medidas de SEO se gestionan de manera centralizada.
De esta manera se impulsa el posicionamiento en Google de los concesionarios individuales, lo cual significa un mayor tráfico al sitio web y un incremento en el número de clientes potenciales.

> Será posible lanzar un banner promocional estandarizado para 25 concesionarios activos en un mercado nacional concreto, diseñado automáticamente para añadirse a la plantilla“

Esta función se incluye en la gestión de campañas de venta y posventa para redes, que se realiza mediante un panel de control específico del importador. Supongamos que una plantilla web se distribuye entre 50 concesionarios en una red internacional: será posible lanzar un banner promocional estandarizado para 25 concesionarios activos en un mercado nacional concreto (segmentación por concesionarios), diseñado automáticamente para añadirse a la plantilla. Los concesionarios ya no tendrán que cargar el banner individualmente o lidiar con problemas de lenguaje o de formato. En cuanto a los importadores, pueden confiar en que la promoción se lanzará adecuadamente. Además, los concesionarios tendrán la libertad de añadir contenido específico cuando lo deseen. OneDealer ofrece a los usuarios la posibilidad de observar el rendimiento de las promociones en línea en tiempo real. Esto incluye todos los procesos, desde la comunicación de marketing inicial —ya sea a través del centro de atención telefónica, anuncios en redes sociales, boletines informativos u otro canal— hasta la compra real por parte del cliente y el proceso de posventa. El seguimiento de los ingresos generados por cada promoción puede realizarse fácilmente, con información sobre la efectividad global y con indicaciones sobre dónde pueden hacerse mejoras de cara al futuro.

Y, por supuesto, la gestión de sitios web no se limita a las promociones y al SEO. Con OneDealer, el sitio web de un concesionario se transforma en una sala de exposición virtual de vehículos nuevos y de segunda mano. Esta función permite a los clientes comprobar todos los modelos disponibles, consultar los precios, ver los extras y navegar por los inventarios con la ayuda de un representante del concesionario. Los importadores pueden presentar a toda su red salas de exposición virtuales con todos los modelos, lo cual se traducirá en la creación de una red más sólida de clientes potenciales, en sesiones de usuario de mayor duración y en unas tasas de conversión más altas.

> Los importadores pueden presentar a toda su red salas de exposición virtuales con todos los modelos, lo cual se traducirá en la creación de una red más sólida de clientes potenciales, en sesiones de usuario de mayor duración y en unas tasas de conversión más altas“

05 Gestión de campañas omnicanal

Los clientes esperan disfrutar de una experiencia de compra omnicanal, a pesar de su creciente tendencia a comprar coches en línea. Desde los canales digitales, como el correo electrónico, los mensajes de texto, de WhatsApp, las redes sociales y las búsquedas de Google, hasta el material impreso y la comunicación en los concesionarios, las campañas tienen que adaptarse a cada uno de los puntos de venta y orientarse correctamente a los clientes. Las estrategias de marketing tradicionales ya no sirven, por lo que el hecho de no perfeccionar y no actualizar el material digital solo perjudicará a la marca asociada. ¿Y cuál es el problema? Que gestionar las campañas de todos los canales de manera activa y adaptar el contenido es un trabajo a jornada completa para todo un equipo, lo cual es un lujo para las redes de concesionarios.

> La gestión de campañas omnicanal OneDealer permite a los usuarios “configurar y olvidarse”: el contenido se configura solo una vez y se envía en función de lo que seleccione el gestor de la campaña“

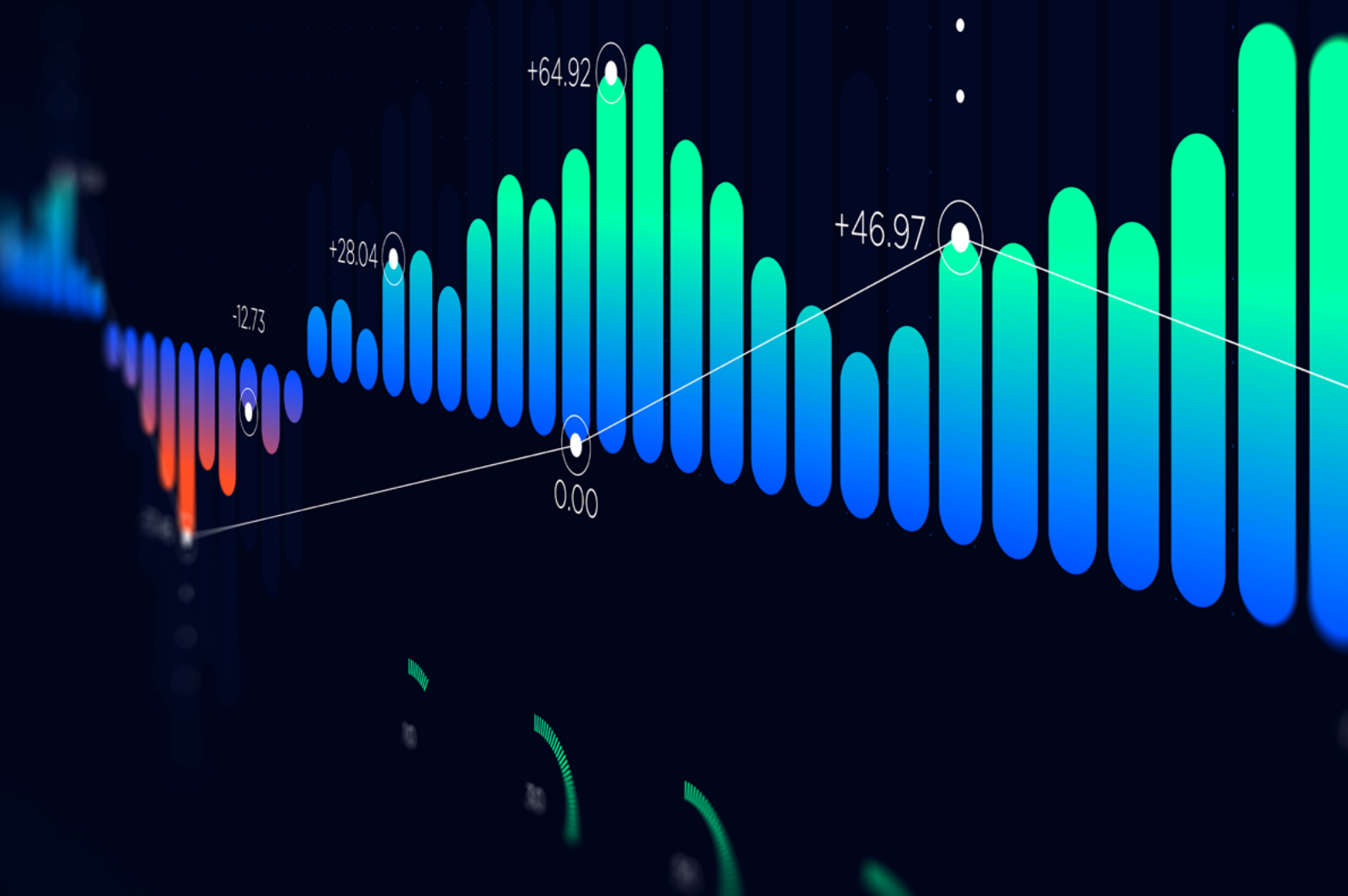
Y aquí es donde OneDealer ofrece otra ventaja clave: permite que todas las campañas de venta y posventa de la automoción se gestionen automáticamente desde una ubicación centralizada, de manera que los lanzamientos omnicanal serán más sencillos que nunca. El elemento automático de la gestión de campañas omnicanal OneDealer permite a los usuarios «configurar y olvidarse»: el contenido se configura solo una vez y se envía en función de lo que seleccione el gestor de la campaña. Todas las comunicaciones están personalizadas, son relevantes y acordes al momento, por lo que aumentarán la oportunidad de que un cliente potencial se convierta en un consumidor.

Y no solo eso, una campaña piloto que le haya funcionado a un concesionario en todos los canales podrá implementarse para todos los demás concesionarios de la red, lo cual supone un enorme ahorro de tiempo a la hora de perfeccionar el enfoque de marketing. Si, por ejemplo, un concesionario en València experimenta un auge significativo por una serie de mensajes animados de marketing enviados por WhatsApp, tales mensajes podrán reenviarse a través de OneDealer al resto de la red de concesionarios para que todos se beneficien.

> Todas las comunicaciones están personalizadas, son relevantes y acordes al momento, por lo que aumentarán la oportunidad de que un cliente potencial se convierta en un consumidor “

06 Monitorización del desempeño de la red de concesionarios

Al igual que en la supervisión de gestión de campañas, OneDealer ofrece un análisis en tiempo real de los datos de venta —informes, venta potencial a venta cerrada, etc.— categorizado por importador en las redes de concesionarios. Los especialistas analíticos, como los responsables de la transformación digital, pueden consultar las estadísticas registradas en una base de datos centralizada que compara el rendimiento de la red de concesionarios con el fin de obtener una idea clara del progreso y de los ámbitos en los que se puede mejorar.



> Podrá mostrar al concesionario dónde está exactamente su deficiencia en el flujo de trabajo y cómo solucionarla“

La posibilidad de comparar los concesionarios es esencial para difundir las buenas prácticas por toda la red. OneDealer ofrece a los importadores todas las herramientas que necesitan para lograrlo y, gracias al efecto cascada del sistema de gestión, las medidas para mejorar el rendimiento pueden implantarse en los concesionarios individuales fácilmente. La velocidad de implementación de estos cambios también es una ventaja: si, por ejemplo, un importador usa OneDealer para identificar en su red un concesionario cuyo progreso de «venta potencial a venta cerrada» sea ineficaz, podrá mostrar al concesionario dónde está exactamente su deficiencia en el flujo de trabajo y cómo solucionarla. El resultado será una experiencia de cliente mucho más completa, una facturación más sólida y una cadena sin eslabones débiles.

> La posibilidad de comparar los concesionarios es esencial para difundir las buenas prácticas por toda la red. OneDealer ofrece a los importadores todas las herramientas que necesitan para lograrlo“

07 Conclusión

Con una configuración sencilla y un uso intuitivo, OneDealer es una solución con la que todos salen ganando: importadores, redes de concesionarios y empresas de venta nacionales. Sincronizar los flujos de venta y posventa garantiza unos procesos estandarizados, así como la cooperación entre todas las partes —además, prepara el camino para lograr una experiencia de cliente coherente—.

La gestión centralizada de los datos permite a todos los usuarios acceder, comparar y utilizar los datos requeridos, minimizando el trabajo administrativo y garantizando el cumplimiento legal. Al mismo tiempo, con una gestión coherente del sitio web combinada con unas estrategias de SEO optimizadas, se aumentará el perfil de concesionarios individuales y se estimulará la creación de clientes potenciales y de ventas en toda la red. Todo esto se complementa con la monitorización del desempeño de la red de concesionarios y con análisis en tiempo real de los datos de venta de los concesionarios, lo que fomenta la adopción de las buenas prácticas y la conformidad con los estándares de OEM.

Infórmese sobre cómo integrar OneDealer en su organización hoy mismo: póngase en contacto con OneDealer International GmbH y empiece su viaje hacia un futuro digitalizado.

> OneDealer es una solución con la que todos salen ganando: importadores, redes de concesionarios y empresas de venta nacionales“

08 Acerca de nosotros

Con sede en Alemania y oficinas en Grecia y Austria, OneDealer International GmbH se fundó en el año 2015 con un objetivo claro: ayudar a las empresas minoristas de la automoción a prosperar en el mercado digital actual.
La plataforma OneDealer Automotive Retail ayuda a concesionarios de cualquier tamaño (importadores, distribuidores y tiendas de servicio técnico y reparación, entre otros) a gestionar sus negocios de una manera mucho más eficaz, gracias a la combinación de las oportunidades que ofrece el mundo en línea con los puntos fuertes ampliamente demostrados de los canales tradicionales de los concesionarios. OneDealer, que ya se ha ganado la confianza de las principales marcas automovilísticas del mundo, ayuda a los clientes a alcanzar el éxito a gran velocidad y sin salirse del presupuesto, todo con el apoyo de la innovadora tecnología de SAP.

OneDealer

Datos de contacto

Contact info@onedealer.com

Visit www.onedealer.com

Follow

Buy Available on SAP Store