

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

Boletín de Ventas – Octubre 2014

El siguiente artículo es de la edición de Agosto 2014 de la publicación APRA Global Connection. Fué escrita por Dan Smith, de Arrowhead Electrical Products.

HARIAS NEGOCIOS CONTIGO?

Cúal es la imagen de tu negocio en tu comunidad?

- Cuando un cliente llega a tu negocio por primera vez, qué impresión recibe?
- Cómo se compara con su preconcebida idea de tu negocio?
- Lo primero que ven es un taller acogedor, limpio y profesional?
- El mostrador está limpio y sin cosas amontonadas sobre él?
- Tus letreros están conspicuamente colocados?
- Tienes tus tarifas claramente publicadas y mostrando tus cargos por hora, cobros de testeo, servicios especiales, tales como limpieza de piezas ó cambios de polea?
- Exhibes un cobro fijo por tu tiempo de consulta?
- Aceptas tarjetas de crédito y/o cheques?
- Tienes un letrero de no fumar, claramente ubicado?
- Tienes piezas originales (OEM) en sus cajas abiertas y mostrándolas?
- Muestras accesorios de marcas reconocidas en tu sala de espera?
- Muestras unidades ó componentes?
- Brindas oportunidades para agregar ventas ó generar compras de impulso?
- Muestras tus premios, diplomas ó placas de membresías en tu negocio?
- Zonas donde no se permiten a clientes están bien marcadas?
- Ofreces una sala de espera limpia y donde clientes se pueden sentar?
- Ofreces material de lectura ó música de fondo?
- Son tus empleados amigables y están bien vestidos?
- Artículos de reciclamiento ó basura están bien arreglados y fuera de vista ó tienes un cerro de basura atendido por un empleado sucio y grasoso?

Muchos talleres continúan trabajando como si estuvieran operando en los 1950. Esta era una época cuando pequeños talleres eran talleres de reparo. La clientela principal eran otros colegas, mecánicos ó aquellas personas que hacen sus cosas por sí mismos. Clientes femeninos casi no existían. En aquellos tiempos no competíamos con grandes tiendas ó con cadenas nacionales de refacciones para vender nuestros productos. Todo eso ha cambiado dramáticamente.

Cambia tu actitud cuando TU eres el CLIENTE? Qué es lo que buscas cuando requieres algún servicio? Qué es lo que te ayuda a confiar cuando visitas algún negocio por primera vez? Será la conveniencia ó algún valor agregado lo cual inflencie tu decisión? Compras basándote en precio únicamente?

Piensa sobre cómo te sientes cuando llegas a un taller todo descuidado:

- Te dá una buena impresión cuando ves cerros de basura ó desperdicios en el piso ó en el mostrador?
- Piensas que ropa sucia y manos grasosas transmiten profesionalismo?
- Te dá mucho más confianza cuando escuchas música a todo volumen ó language grosero en el taller?
- Tienes alguna idea sobre cuánto te cobrarán por piezas y servicio?
- Se ve que el negocio es próspero?
- Te dá plena confianza de que podrías reclamar si es que te hacen algún reparo y el problema continuara?
- Te sentirías comodo al enviar a tu esposa ó hija a este establecimiento? Se sentirían ellas comodas en tal lugar?

Ahora, aplica este proceso de pensamiento a tu negocio.

Hoy en día tenemos grandes tiendas que venden al menudeo. “Jiffy aquí” y “Quick allá” y todos éstos ofrecen una atmósfera tipo café y con conección gratis de internet y con bebidas. Los concesionarios colocan grandes pantallas de TV, ofrecen computadoras de préstamo para uso del cliente mientras esperan por el reparo ó servicio. Mujeres, en la actualidad, forman una porción significativa en el mercado de consumidor. Contra todo esto, la vieja mentalidad de “taller de reparación” no podrá competir.

Entra a cualquier tienda próspera de repuestos y verás docenas de muestrarios, letreros por todas partes, pisos y mostradores limpios y personal uniformado.

Talleres de lubricaciones rápidas y los concesionarios tienen muestrarios alabando las marcas de sus productos y servicios. Premios de excelencia y diplomas de entrenamientos colocados por todas partes. Los términos de pago, tipos de tarjetas de crédito que aceptas, tarifas; todo ésto claramente mostrado? Certificados, tales como, entrenamiento SAE son mostrados y colgados con orgullo, así como también tus membresías en asociaciones como BBB ó AAA, son visibles y al alcance de todos. La presentación visual es informativa, acogedora y muestra el orgullo en sus negocios, sus industrias y en sus empleados.

Cómo se compara tu taller? Las pequeñas cosas ayudan a crear la imagen de tu negocio.

- Un mostrador limpio dá una primera impresión muy acogedora y define el espacio donde puedes saludar al cliente y determinar su necesidad.
- Uniformes, ó por lo menos, ropa de trabajo limpia presenta una imagen profesional.
- Etiquetas con nombres ó insignias ayudará a nuevos clientes a saber con quién están tratando.

- Certificados de entrenamiento en exhibición inculca confianza.
- Piezas y unidades en exhibición dan la impresión de tener un buen inventario.
- Una tabla mostrando precios de mano de obra, cobros de pruebas ó sondeo y precios de consultas clarifica que valoras tu tiempo y que esperas ser compensado por tus habilidades.
- Letreros mostrando restricción de acceso a ciertas zonas del negocio, les dice a los clientes de que en ciertos lugares no te pueden seguir.
- Una asociación con grandes organizaciones dá la imagen de que el negocio está involucrado con la industria y no es simplemente un “taller de reparación”.

Asegúrate de destacar los aspectos ecológicos / verdes de tu negocio. Exhibe copias de artículos de la industria que muestran el impacto positivo de reciclar ó restaurar ó imprime tu propia descripción sobre cómo es que tu negocio trabaja para preservar el medio ambiente.

- Si ofreces una sala de espera, la debes mantener limpia.
- Asegúrate de tener literatura ó revistas para leer.
- Si tu empresa alguna vez ha recibido algún reconocimiento en el periódico y de un grupo local de la comunidad, exhibelo.
- Asegúrate que cualquier sonido ó ruido que se escuche en el mostrador ó sala de espera, que no sea ofensivo. Ten una política de language en el taller.
- Nunca dejes volantes promocionales de tus proveedores a fácil vista.
- Si ofreces servicios adicionales, asegúrate de exhibirlos.
- Mantén los baños limpios.

Una vez que tengas un mostrador y tienda que se vea profesional, puedes empezar a trabajar en tu imagen de la comunidad.

Los pequeños negocios no pueden afrontar grandes presupuestos de publicidad. Lo bueno es que puedes hacer una gran impresión con gastos limitados. Hay varias maneras de promocionar a bajo costo tu negocio y mejorar tu imagen. Edifica tu marca:

- Crea un logotipo ó imagen que se utilizará en todas tus comunicaciones y promociones.

Todos reconocen el logotipo UPS y saben que significa United Parcel Service. Gente en el campo automotriz reconocen el logotipo STP, pero muy pocos saben que significa Scientifically Treated Petroleum. La clave es la creación de una imagen que sea fácilmente reconocida y recordada. Esto no tiene que corresponder directamente al nombre de tu negocio. Esto puede ser tan simple como la representación del producto que vendes.

- Tu primera y menos costosa forma de hacer propaganda es tu tarjeta de presentación.

Trata de imprimir tarjetas informativas, gasta un poquito más é imprime en ambos lados y utiliza un color ó logotipo atractivo.

Imprime tarjetas de presentación para visitantes/compradores por primera vez con un cupón de descuento en el dorso, tómalas del cliente cuando hagas el trabajo y retórnale una nueva sín descuento. Estas se pueden utilizar en diferentes maneras.

Una simple copia de tu tarjeta de presentación colocada en los manteles individuales de restaurantes ó comedores frecuentados por trabajadores de construcción es muy barata y elije como objetivo a un segmento lucrativo de nuestro mercado.

- Tomando anuncios de patrocinio de programas de escuelas y deportes de chicos, edifica tu imagen como un involucrado miembro de la comunidad. Los padres apoyarán a negocios que apoyan a sus hijos.
- Cooperar con algún otro negocio que patrocine una noche de cruceo ó una exhibición de carros clásicos.

Cada uno de ustedes puede imprimir un grupo de volantes que promuevan el evento y el negocio de cada uno. Esto se puede usar con ó sin cupones de descuento. Tu distribuyes los de ellos y ellos distribuyen los tuyos.

Patrocina uno de los premios. Anda al evento y distribuye tus tarjetas a los dueños de vehículos. Utiliza tus tarjetas de primeros clientes y con descuento en esta ocasión.

- Has una pequeña presentación de mantenimiento de aire acondicionado y ofrece presentarla a grupos como carros clásicos, equipo de trabajo pesado, ATV (vehículos de todo terreno) y/ó maquinarias.
- Ferias locales y mercados de agricultores son buenos puntos donde encontrar el mercado agrícola. Nuevamente, éste es un buen lugar para presentarte y distribuir tus tarjetas.
- Todos los meses hay artículos en nuestras publicaciones de industria sobre problemas específicos y cómo arreglarlos. Utiliza esta información para imprimir tu propia información mensual de "Consejos Técnicos".
- Coloca éstos en tu mostrador, pásalos a todos tus clientes, crea una lista de correo electrónico y envíaselos mensualmente juntamente con alguna otra promoción del mes.

Este contacto constante é información gratis que tu provees, edifica confianza de tus habilidades y ayuda a que te mantengan en mente cuando la necesidad de servicio aparesca.

- Si brindas trabajo de mantenimiento remotos, promociona ésto en cada oportunidad que tengas. Si no lo haces, entonces podrías considerar unirte con un buen taller instalador ó diagnosticador. Intercambia cupones con ellos y coloca un letrero en tu negocio y en el de ellos. Utiliza una declaración simple como: "NOSOTROS RECOMENDAMOS A XYZ PARA TODAS SUS NECESIDADES DE RESTAURACION" o "RECOMENDAMOS EL GARAGE ABC PARA TODAS SUS NECESIDADES DE DIAGNOSTICOS E INSTALACIONES"
- Asegúrate de presentarte y conocer a los gerentes de tiendas de refacciones en tu zona. Es especialmente importante conocer a aquellos que no compran de tí en la actualidad. Ofréceles tus servicios ó déjales un pequeña cantidad de tus tarjetas para que las pasen a sus clientes de acuerdo a las necesidades.
- Esta es una propocisión Ganadora / Ganadora. Aumentas el tráfico en tu taller y el gerente se gana la confianza de sus clientes porque les brindó un descuento al ir a tu taller.

- Si hay una publicación regional y mensual que promuevan empresas y servicios, vé si puedes colocar un anuncio y cambiarlo por lo menos cada dos meses. Utiliza ésto como para aumentar el tráfico durante tiempos bajos ó de temporada.
- Si tu presupuesto lo permite, imprime calendarios ó cuadernos para notas, promocionando tu negocio ó cualquier especial que tengas en ciertos meses.
- Hay muchas maneras simples y de bajo costo para mejorar diferentes zonas de tu negocio.
- Puedes aparentar tener un gran inventario al mantener cajas vacías, pero limpias, en tus estantes de exhibición.
- Mantén piezas destrozadas, como compresores, válvulas de expansion, poleas quemadas, las cuales pueden ser utilizadas como “muestras” del posible daño que cierta situación puede causar.
- Utiliza tu conocimiento y has preguntas cuando evalúes el problema.
- Solenoides descoloridos y poleas quemadas son oportunidades para vender cables, correas y terminales.
- Corrosión en el solenoide de arranque, por ejemplo, abre las puertas para vender relevos adicionales ó IMS.
- Ofrece un chequeo gratis de la batería con cada venta de un alternador ó marcha. Esto te ayuda a saber si tu unidad sobrevivirá. Si la batería está débil, puedes vender una batería u omitir la garantía de tu batería.
- Pregunta el kilometraje del vehículo cuando un alternador viene con una polea de embrague. Siempre recomienda un replazo cuando hay más de 50,000 millas en la unidad.
- Si vendes unidades nuevas, ofrece deshacerte del nucleo bajo ningun costo. Un simple letrero indicando que todos los alternadores y marchas contienen plomo y que deberían de ser desacartados correctamente puede animar al cliente a que deje su viejo nucleo contigo para su deshecho. Esto puede sumar hacia una buena cantidad de utilidad de nucleos a lo largo del tiempo.

Como puedes ver, hay muchas maneras de mejorar la imagen y crear confianza en tu negocio. Tu competencia trabaja todos los días en atraer a tus clientes y clientes potenciales. Tu tienes que trabajar igual. No temas utilizar una idea de algún otro negocio. Si ves algo que funciona, toma esta idea y modificala para que concuerde con tus necesidades. Lo más importante es no estancarse. Siempre busca maneras de mejorar lo que haces. Si edificas un negocio fuerte, bien reconocido y respetado, tendrás una posesión de valor y para vender, cuando se presente la oportunidad. Si nada más manejas un “taller de reparo”, cuando te vayas, también se irá. La elección es tuya.

Automotive Solutions LLC
www.automotivesolutionsllc.com