



**Carlos Azofra**

editor  
de InfoCap

carlosazofra@infocap.es

# 10 consejos para el taller en época de crisis

**El sector de la posventa de automoción, afectado por la crisis económica, atraviesa momentos difíciles. La pérdida de poder adquisitivo de los consumidores coloca en una difícil situación a todos sus integrantes, desde talleres hasta fabricantes y distribuidores de recambios.**

**Según datos de InfoCap**, en 2011 el sector de la reparación en su conjunto cayó el 4% en valor. Las visitas al taller se mantuvieron estables, pero la factura media por visita bajó en torno al 7%. En este contexto, el empresario del taller debe reflexionar sobre su actividad para reinventarse y afrontar los desafíos del mañana. Una reinvención que pasa por aplicar estos diez consejos en época de crisis:

**1. No te quedes parado.** Muchos se limitan a lamentarse y quejarse de su mala suerte. No seas uno de ellos y actúa conforme a tu propio plan de

actuación. Las situaciones de recesión provocan la desaparición de quienes menos han hecho por adaptarse.

**2. Vigila tus costes, pero enfócate en la venta.** La situación obliga a optimizar costes laborales y las compras de recambios o maquinaria y utillaje, pero vigila la calidad de lo que compras, incluido el nivel de servicio que te ofrece tu proveedor. No pierdas tiempo en conseguir siempre el mejor precio sin valorar otras cuestiones que mejoran tu servicio al cliente.

**3. Ojo a la rentabilidad.** Tú marcas tu política de precios conforme a la estrategia, costes y servicios que

**En el actual contexto económico, el empresario del taller debe reflexionar sobre su actividad para reinventarse y afrontar los desafíos del mañana**



*La crisis obliga al taller a optimizar costes laborales y las compras de recambios y maquinaria.*

ofreces a los clientes. A veces conviene abandonar trabajos poco rentables para liberar recursos humanos que puedan enfocarse a otro tipo de actividades con mayor margen y/o proyección futura. Toma el bisturí y valora el coste de oportunidad.

**4. Reflexiona sobre tu relación con las aseguradoras.** Cada taller deberá determinar si "traga" con las imposiciones de algunas aseguradoras o empresas de renting. Todo depende de tus costes, estructura y estrategia, como decía el punto anterior. Conviene disponer de programas de valoración de siniestros (GT Motive, Audatex...) para proponer tu propio cálculo de las reparaciones.

**5. Haz más ruido que nunca.** En cuanto bajan las ventas, la mayoría de las empresas se asusta y rebaja

o elimina su presupuesto de publicidad y marketing, cuando deben hacer justo lo contrario: invertir un presupuesto estable y medir la efectividad de las acciones, para concentrarse en los soportes que de verdad llegan a su potencial clientela.

**6. Ten presencia online.** Ordenador y smartphone son hoy el centro de la decisión de compra. Los clientes buscan prestadores de servicios en la Red. Crea tu propia estrategia online o, como mínimo, tu página web para informar de tu oferta de servicios. Si te has quedado algo desactualizado en estos asuntos acude a algún curso y ponte al día. No prejuzgues lo que no entiendes, ni hagas gala de tu escepticismo hacia Internet.



Cada taller debe determinar si le compensa trabajar con las compañías aseguradoras.

### 7. Redes sociales, sí, pero antes entiéndelas.

Recuerda que sólo debes afrontar tu presencia en redes sociales (fundamentalmente, Facebook, Youtube y Twitter) si las entiendes y ya estás enganchado desde el punto de vista personal. Debes estar dispuesto a acometer una actividad que te quitará tiempo y, por tanto, dinero. No obstante, si consigues hacerlo bien, conseguirás estar más cerca de tus potenciales clientes y mejorarás tu imagen de marca.

**8. Infórmate de las tendencias de tu sector.** Marca cada día tu propia estrategia. El empresario del taller debe manejar la mejor información de hacia dónde va el negocio de la reparación, para tomar

## El empresario del taller debe manejar la mejor información de hacia dónde va el negocio de la reparación, para tomar decisiones acertadas para su empresa

decisiones acertadas para su empresa. Publicaciones como las de InfoCap Posventa de Automoción te pueden ayudar en este sentido.

**9. ¿Libre o en red? Decide lo mejor para ti.** Si eres un taller autorizado de marca, es posible que estés planteándote pasarte al bando multimarca, que se está defendiendo mejor de la crisis y no soporta las obligaciones de las marcas de vehículos. En los últimos años hemos asistido al boom de las redes de talleres multimarca. Sin embargo, no tiene sentido pertenecer a redes que no aporten valor añadido (servicios, formación, promociones, etc.). Los talleres deben exigir más, pero también ser conscientes de que probablemente han de pagar algo más. Deben ser los primeros interesados en que esa "comunidad de vecinos" funcione de verdad con una orientación real hacia el cliente.

**10. Forma siempre a tu equipo.** La evolución tecnológica de los vehículos obliga a estar al día desde el punto de vista técnico. En los próximos años asistiremos a la hibridación del parque de automóviles, por lo que es importante estar preparado para reparar este tipo de vehículos. Además, por ejemplo, cada taller debe disponer al menos de un profesional con carnet para manipular gases fluorados. ◀

# Programa de Iluminación Bosch. Dé luz verde a su negocio



**Todo el programa del mismo proveedor.** Faros principales, luces traseras, faros adicionales, lámparas, faros de trabajo y faros giratorios. Para su taller, la comodidad de disponer de un programa completo y para su cliente, la satisfacción de poderle ofrecer la respuesta técnica Bosch más innovadora a cualquier necesidad.

**Equipos, piezas y servicios: sólo es posible con Bosch.**



Innovación para tu vida