



Juan Navarro

director de Márketing
de Grupo PPG Automotive Refinish

jnavarro@ppg.com

Gestionar tu negocio en cambios de época

No estamos ante una época de cambios, sino ante un cambio de época. No es una frase mía, pero reconozco que cuando un compañero me comentó que la había escuchado en una conferencia del sector de la reparación, no pude estar más de acuerdo. Estamos entrando en una nueva época, a la que el taller de carrocería debe adaptarse cuanto antes.

Hace ya más de una década, en el año 2000, tuve la suerte de poder conocer varios talleres en Norteamérica. Fue una experiencia que marcó mi forma de ver el sector. Pude compartir vivencias con gerentes de talleres, participé en mesas redondas donde escuché sus preocupaciones e iniciativas para ser competitivos y rentables, y pude comprobar que los talleres españoles estaban bastante evolucionados a nivel técnico, tanto en productos y tecnología como en equipos y herramientas. Sin embargo, lo que me impactó fue su propuesta comercial: su orientación

al cliente, su actitud negociadora con compañías de seguros, flotistas, vecinos, administraciones, particulares, etc., su sensibilidad comercial y, sobre todo, su búsqueda de la excelencia en la gestión y de la plena satisfacción de sus clientes.

En ese momento pensé: "Esto es lo que va a ocurrir en España en breve. Vamos a cambiar de época y a dar un salto cualitativo importante en el estilo de gestión del taller de reparación". Sin embargo, aunque es verdad que hemos avanzado desde entonces, aún tenemos un largo recorrido por delante y grandes oportunidades de mejora.



La satisfacción de los clientes debe ser la prioridad número uno de cualquier negocio. De lo contrario, éste morirá en la mente del consumidor

Es conocido que los americanos son los reyes del márketing. Cuando compras un caramelo, te hacen una encuesta (¿Te gusta el color, el sabor, el tamaño, el envoltorio, la gama de sabores? ¿Qué es lo que no te gusta? ¿Qué propones mejorar?). Preguntar es importante para conocer a tus clientes y sus preocupaciones. Saben vender lo que hacen y lo que harán, saben reinvertirse en momentos difíciles, orientar sus esfuerzos hacia el coste total, identificando despilfarros y eliminando lo que no añade valor al cliente. La satisfacción de los clientes debe ser la prioridad número uno de cualquier negocio. De lo contrario, éste morirá en la mente del consumidor.

PREGUNTAS NECESARIAS. Los talleres de reparación también deberían hacer un planteamiento similar y hacer preguntas a sus clientes. ¿Por qué vienen a reparar su coche a tu taller? ¿Por ubicación? ¿Por recomendación de los empleados? ¿Porque lo envía su compañía de seguros? ¿Por precio? ¿Por servicio? ¿Porque sus familiares siempre van a tu taller? ¿Por tus campañas de publicidad? ¿Porque tienes una web atractiva y eficiente? ¿Por qué?.

Ser capaces de conseguir más clientes que quieran llevar el coche a tu taller, facturar más, reparar de forma más rápida y eficiente, no es algo que caiga del cielo ni que puedas conseguir simplemente por la ubicación de tus instalaciones, sino algo mucho más complejo, que supone un gran esfuerzo. Esto implica salir de la zona cómoda, identificar preocupaciones,



El gerente de un taller debe pasar de pensar y actuar como reparador a ejercer de auténtico empresario.

orientarte a la satisfacción total del cliente, introducir cambios en la gestión del negocio, pasar de actuar y pensar como reparador a empezar a ejercer de auténtico empresario, comprometido con el negocio. En definitiva, tomar medidas que te permitan ser uno de los talleres que sigan existiendo durante la próxima década.

En este sentido, para ayudar a los gerentes y propietarios de talleres de carrocería a ser más competitivos y trabajar a medio y largo plazo, PPG Refinish pone a su disposición su Escuela de Management. Entre sus cursos destacan temáticas como "Gestionar de forma eficiente: el taller del siglo XXI", "Metodología Lean Six Sigma" o "Atención al cliente en talleres de carrocería". ◀