



## Miguel Ángel Alonso

gerente  
de Marketing Automoción

gerencia@marketing-automocion.es

# ¿Para qué necesitamos marketing?

**Una adecuada estrategia de marketing nos permitirá aumentar la eficacia de nuestras acciones comerciales y promocionales. Para ello, es fundamental disponer de un plan anual que describa las principales líneas de actuación. Si esta cuestión es tan importante para nuestra empresa, ¿por qué permitimos que el día a día y las urgencias nos impidan planificar nuestras acciones?**

**El mercado de posventa de automoción** lleva varios años a la baja. Esta caída ha sido más acusada en las redes oficiales (concesionarios) que en los talleres multimarca. Los resultados de 2012 no han sido mejores, continuando esta tendencia bajista. Ante esta difícilísima situación de mercado, es fundamental que dejemos de tomar decisiones cortoplacistas de simple supervivencia y empecemos a definir la estrategia de nuestra empresa y la posición que queremos ocupar en unos años, cuando cambie la tendencia de

este ciclo. Y, dentro de esta estrategia, un papel importante debe ocuparlo el marketing.

**¿POR DÓNDE EMPEZAR?** Es necesario que cualquier empresa disponga de su pequeño plan de marketing anual, en el que se establezcan las principales acciones (comerciales, organizativas y de marketing) a desarrollar. Los cambios constantes del mercado obligan a un dinamismo comercial sin límites. Es fundamental dedicar tiempo a conocer nuestro sector y a nuestros clientes, porque lo que esperan de nosotros y de nuestro servicio cambia. Sus expectativas y exigencias de hoy no son las de



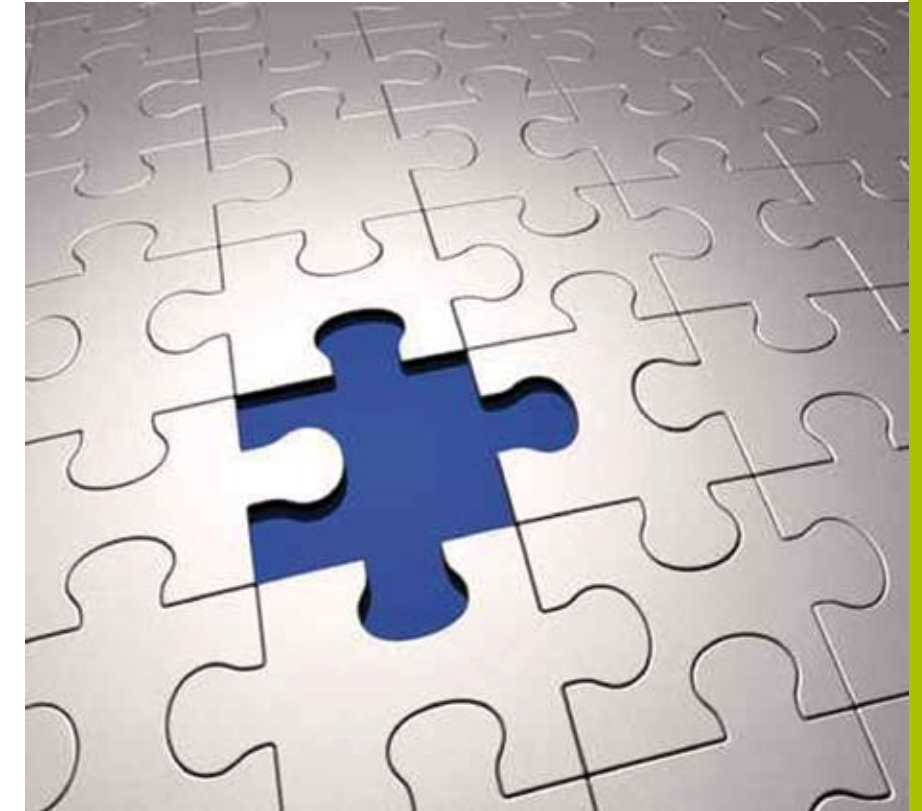
**Hasta hace pocos años, si no eras un gran concesionario o taller era casi imposible plantearte acciones de marketing: eran costosas y con resultados comerciales muy cuestionables**

hace unos años y hay empresas competidoras que están sabiendo entenderlo y adaptar su oferta.

Un capítulo especial de nuestro plan de marketing deberán ocuparlo las acciones de marketing online, que nos permiten llegar a nuestros clientes de manera "económica" y eficaz. Hasta hace pocos años, a no ser que fueras un gran concesionario o taller, era casi imposible plantearse acciones de marketing por lo costosas que resultaban.

Diseñar un catálogo o folleto, hacer mailing postal, poner un anuncio en radio o prensa... era demasiado caro para la mayoría de los negocios. Además, sus resultados comerciales eran muy cuestionables.

Sin embargo, gracias al marketing online, hoy podemos comunicarnos con nuestros clientes de forma sencilla y directa, a través de nuestra página web, blog, email, SMS, redes sociales... Si utilizamos con inteligencia los diferentes soportes y creamos sinergias entre ellos obtendremos resultados comerciales a medio plazo y generaremos una comunicación interactiva con nuestros clientes.



*El marketing es una pieza fundamental para los resultados de cualquier empresa.*

No debemos lanzar un par de acciones y esperar el milagro de resultados espectaculares, sino crear una estrategia a medio y largo plazo, con constantes acciones comerciales y promocionales que nos irán consolidando en la mente de nuestros clientes. Porque lo fundamental es que, cuando el cliente tenga la necesidad de nuestros productos o servicios, se acuerde de nosotros y acuda a visitarnos. ◀