



### José Moreno

director Vehículo Industrial  
de GAUE

jmoreno@groupautounion.es

# ¿Es posible vivir de una sola marca?

**En el mercado de la reparación de vehículo industrial, la respuesta a esta pregunta es rotundamente no. No es posible vivir de una sola marca y, de hecho, en gran parte de los talleres relacionados con los constructores intervienen vehículos de otras marcas. Incluso muchos reparadores especialistas en camión se ven obligados a diversificar hacia las furgonetas e incluso los turismos.**

**Actualmente, vivir de una sola marca** en el mercado de la reparación de vehículo industrial no es posible. Esta realidad se explica desde el perfil de las flotas y desde el volumen global del mercado. Son escasos los ejemplos de flotas monomarca, por lo que el modelo de negocio de los talleres especialistas en este segmento se orienta a responder a las necesidades multimarca de las flotas, evitando restricciones que induzcan al riesgo de perder el cliente. Además, el volumen global del parque y la fragmentación del mismo harían inviable (salvo excepciones) una propuesta comercial basada en una sola marca.



A esta situación estructural hay que añadir la derivada de la actual coyuntura, que afecta menos a los que diversifican más. De hecho, el impacto en la cuenta de resultados debido a la caída de la actividad en los talleres de V.I. les obliga a diversificar aún más su oferta de servicios para acceder a otros segmentos del parque, como las furgonetas e incluso los turismos.

**REQUISITOS BÁSICOS.** Ser multimarca significa haber tomado una decisión en términos de posicionamiento en el mercado. Sin embargo, para tener éxito, hay que garantizar el cumplimiento de una serie de requerimientos mínimos, entre los que



*Vivir de una sola marca en el mercado de la reparación de V.I. no es posible, debido al perfil de las flotas y al volumen global del mercado.*

destaca la cualificación técnica para reparar vehículos y tecnologías muy diversas. Esto es especialmente crítico como consecuencia de la creciente velocidad de penetración de la electrónica en la gestión de todas las funciones de los vehículos industriales actuales.

La complejidad derivada de la evolución tecnológica requiere también un soporte eficaz para ayudar en las intervenciones más difíciles. Es necesario disponer de una asistencia técnica que sea capaz de acompañar y dar apoyo al proceso de diagnóstico y reparación de los vehículos actuales. Esta asistencia debe estar orientada a ser un complemento de la formación, transformándose en la más eficaz acción de coaching que se puede brindar a los talleres.

No obstante, aunque la capacitación y el apoyo técnico son una condición necesaria, no es suficiente. Es necesario que los clientes actuales y, sobre todo, los potenciales, identifiquen a los talleres multimarca como profesionales de primer nivel, capaces de responder a sus necesidades más exigentes en

**Los clientes deben percibir que los profesionales de los talleres multimarca son capaces de responder a sus necesidades en eficacia, coste y plazo**

eficacia, coste y plazo. En definitiva, se trata de proyectar una imagen que atraiga a nuevos clientes.

El mayor desafío para cualquier taller reside en sus limitadas capacidades para desarrollar acciones de marketing. Es en este ámbito donde, de forma individual, es casi imposible realizar el despliegue mínimo necesario.

En este contexto, la red multimarca Top Truck nació hace siete años para dar apoyo a aquellos talleres de V.I. que querían estar preparados para competir en igualdad con los monomarca. Sus pilares son formación, información, imagen y marketing.

La cualificación técnica será la piedra angular sobre la que se generará la confianza de los clientes, a la que habrá que añadir la calidad de los recambios utilizados y la eficiencia operacional para garantizar la mejor relación calidad/precio. Este es el gran desafío de cualquier taller en el mercado y, para superarlo, éste tiene que invertir en las cuatro áreas mencionadas. ◀