



### Ana Martín

Trade Marketing Manager  
de Philips Automotive

ana.belen.martin.ruiz@philips.com

# Más prestaciones, eje de la compra inteligente

**La mentalidad del consumidor a la hora de comprar está cambiando. Más racional, su convencimiento en el momento de venderle un producto pasa por el valor que éste le genere. En este contexto, el taller debe adoptar el rol de prescriptor para informarlo correctamente.**

**La situación económica que nos envuelve** tiene claros efectos en nuestra conducta cuando decidimos qué productos elegimos. Es indudable que el precio es una de las variables que antes aparece, pero ¿es lo único que importa?

**PHILIPS**  
sense and simplicity

En un contexto de recursos limitados, observamos que las decisiones de los consumidores son más meditadas y un producto nos convence no sólo por el producto en sí, sino por las prestaciones y el valor que podemos obtener de él.

Los talleres deben afrontar este reto de una manera inteligente. Si nos basamos en los datos de mercado, observamos un progresivo envejecimiento del parque móvil español, que alcanza ya los nueve años. Además, vemos que el uso del automóvil se ha venido reduciendo, por lo que podemos concluir que nuestro parque es más viejo y hace menos kilómetros.

Si no reaccionamos contra esto, estaremos contribuyendo a un estancamiento en las ventas, cuando no a un retroceso más agudizado. La clave para invertir esta tendencia es informar y demostrar in situ las prestaciones de los productos. Por tanto,



**La clave para invertir la tendencia hacia el estancamiento de ventas es informar y demostrar in situ las prestaciones de los productos**

*La iluminación del vehículo es un elemento clave para la seguridad.*

el taller debe adoptar un rol prescriptivo y necesita fomentar la compra inteligente.

**DISTINTAS NECESIDADES.** En el ámbito concreto de las lámparas para automóvil, no debemos perder nunca de vista que la iluminación es un elemento clave para la seguridad en el vehículo y, por tanto, no se debe descuidar.

Sin embargo, esto no significa que exista un único producto para todos los consumidores. Algunos buscan un mayor nivel de iluminación. Otros, por el contrario, se muestran claramente interesados por el acabado estético en su vehículo (por ejemplo,

buscando un efecto más azulado). También están aquellos que buscan obtener las mejores prestaciones durante el mayor tiempo posible.

Desde Philips estamos convencidos de la importancia de mostrar las prestaciones de los productos de la mano de los talleres. Esto pasa por la utilización de luxómetros antes y después del cambio de las lámparas, para que el usuario pueda apreciar claramente la diferencia entre un producto estándar y otro que ofrece mayores prestaciones y, por tanto, más seguridad en carretera. ◀