



Joan C. Ferré

director comercial AM
de TMD Friction España

jferre@tmdfriction.es

Recoger lo sembrado

La crisis económica que se está viviendo a nivel internacional preocupa a todos los sectores. Sin embargo, la posventa multimarca puede aprovechar este momento para recoger los frutos del esfuerzo realizado en los últimos años tanto en cuestión de política de precios como de atención al cliente y formación.

Desde el verano pasado, venimos asistiendo a una reducción de las matriculaciones en nuestro país, que se convirtieron en la antesala de la crisis de la que todos hablamos ahora. No es extraño, ya que las matriculaciones y las variaciones del parque siempre han sido un termómetro fiable que, de forma anticipada, nos avisa de la situación económica en nuestro país.

Hace un año, algunos hablaban del ascenso de la posventa oficial en el mercado, pero la realidad es que, el año pasado, la posventa multimarca (nuestro mercado de posventa independiente) creció más que el canal oficial, manteniendo su liderazgo en los servicios de mantenimiento de los vehículos, sin duda gracias a un esfuerzo por invertir la tendencia de los últimos años.

Pero, como pasa siempre, una crisis no afecta por igual a todos los canales de mantenimiento (oficial, multimarca, servicios rápidos y do-it -mantenimiento hecho por el propio usuario-), ni de forma homogénea a todos los miembros de un canal.

PREMIO AL ESFUERZO. En lo que se refiere a la posventa multimarca, esta crisis puede significar una gran oportunidad, ya que ahora recogerá lo que ha sembrado con mucho esfuerzo en los últimos años. Por un lado, me refiero a la revolución en cuanto a precios que el taller lleva tiempo haciendo, prestigiando su propio trabajo (mano de obra), acercándolo al de otras redes y aplicando los precios de las piezas en competencia con el resto.

También es destacable su esfuerzo en acondicionar sus instalaciones y participar en cursos de formación

5. Los circuitos de prestación Frecuentación de los prestatarios - Evolución

- Se confirma el cambio de tendencia observado ya el año pasado de recuperación del taller multimarca



GIPA

Fuente: Gipa.

La posventa multimarca está en mejor disposición que nadie para sacar partido de las oportunidades que la crisis económica va a generar

de carácter técnico, de producto o técnico-comerciales, y su confianza en fabricantes de primer nivel, capaces de poner al servicio de la posventa multimarca los mismos productos que suministran para el primer montaje de los fabricantes de vehículos.

En el caso de TMD, esto se manifiesta en decisiones como la de Lexus, la marca de lujo de Toyota, que ha decidido utilizar nuestros materiales de fricción para todos los modelos producidos en Europa en su eje delantero, reconociendo la calidad y tecnología de la que como fabricantes líderes disponemos.

Además, el taller se ha preocupado por mejorar la atención al cliente, facilitando el acceso a las instalaciones y explicando al detalle las reparaciones

a efectuar o efectuadas al usuario para que no tenga dudas, entre otras acciones. Muchos de los profesionales y empresas de mantenimiento han encontrado en las redes promovidas por grupos de distribución una vía para avanzar en todos estos aspectos, aprovechando las ventajas y la experiencia de estas redes.

Sin duda, con todas estas mejoras que se han ido introduciendo y que ya han empezado a dar su fruto en el último año, la posventa multimarca está en mejor disposición que nadie para sacar partido de las oportunidades que la actual crisis económica va a generar. Además, cuenta con el apoyo de fabricantes y distribuidores para conseguir ese objetivo. ◀