



Juan Domingo Muñoz

responsable comercial para vehículo industrial de Eurofren Brakes

jdomingo@roadhouse.es

Multiplicar el esfuerzo para seguir mejorando

Aunque el sector del vehículo industrial atraviesa un momento difícil, el canal independiente sigue muy activo. Es precisamente ahora cuando las empresas de este sector deben esforzarse más que nunca por ser flexibles y adaptarse a las necesidades de sus clientes.

Me alegra bastante comprobar que el mundo del vehículo industrial aparece en las noticias de los medios de comunicación, pero ya no para informar de la bajada de las matriculaciones, de la subida del combustible, de la cantidad de flotas que están paradas, etc.

Ya es momento de dejar de pensar únicamente en los malos datos. La situación económica es la que es, y poco podemos hacer individualmente para cambiar de fase del ciclo económico. Se requieren acciones gubernamentales y del sector financiero que no es el momento de analizar.



Estos momentos, como todos, precisan estar muy encima del cliente (sea distribuidor, taller, flota o usuario), ser flexibles y adaptarnos a sus necesidades. Bien es cierto que, para conseguir los resultados de ejercicios anteriores, el trabajo y esfuerzo se multiplican, con infinidad de presupuestos, consultas, llamadas, visitas, negociación de precios, etc.

BUENAS NOTICIAS. No quiero caer en un optimismo estúpido ni quedarme en frases grandilocuentes como "las crisis nos hacen más fuertes y son generadoras de oportunidades". Pero creo que el canal independiente del sector del vehículo industrial, afortunadamente, sigue muy vivo.



A pesar de la difícil situación económica, muchos talleres de vehículo industrial están adquiriendo nueva maquinaria o ampliando instalaciones.

Para vender más no son imprescindibles grandes inversiones. Hay que pensar dónde queremos llegar y los recursos que tenemos y diseñar una estrategia para conseguirlo

A pesar de la difícil situación económica, distribuidores de recambios están aumentando sus instalaciones, incluso abriendo nuevas tiendas. Algunos talleres independientes también han decidido ampliar sus talleres o invertir en nueva maquinaria para realizar trabajos que no podían llevar a cabo antes. Asimismo, otros distribuidores o talleres están aumentando su oferta de productos para poder incrementar sus ventas en los próximos ejercicios.

Algunos pueden pensar que éste no es momento de invertir, pero para intentar vender más no es imprescindible acometer grandes inversiones. Partiendo de un sencillo planteamiento que responda a la pregunta de dónde queremos llegar, teniendo en cuenta lo que tenemos y los recursos de los que disponemos, debemos obtener nuestra estrategia

para conseguir nuestros objetivos. En algunos casos, la respuesta será comprar una máquina para realizar un trabajo determinado que no tenía; en otros, será ofrecer, por ejemplo, un servicio de mantenimiento integral a unas determinadas flotas a un precio cerrado o abrir un punto de venta donde antes no podía llegar.

En resumen, la definición o consolidación de la estrategia, el trabajo y el esfuerzo extra que requieren momentos de menor actividad económica como el que estamos viviendo afianzan la posición en el mercado de aquellos que "hacen los deberes", como decimos en términos coloquiales. Sin duda, la mayoría de nuestro sector lo está haciendo. ◀