



Miguel Egido

director de Marketing
de Spies Hecker

miguel.egido@spieshecker.com

Ser o no ser de una red de talleres

La nueva realidad del mercado nos depara un escenario de caída de negocio y cambios en las relaciones comerciales. A pesar de este contexto, existen oportunidades para los talleres que quieren afrontar el futuro comprometidos con la mejora continua. El objetivo: ser el mejor.

“El mercado tal y como lo conocemos hoy en día tiene muy poco que ver con lo que vivimos hace diez años”. Si no estás de acuerdo con esta afirmación es mejor que no sigas leyendo este artículo.

Para empezar, el número de siniestros ha caído en picado, lo que hace que la tarta de las reparaciones a repartir entre los talleres sea tan pequeña que a muchos no les quede más remedio que abandonar a mitad la celebración.

Luego están los clientes, que ya no son tampoco los que eran. A veces cuesta hasta ponerse de acuerdo

en quiénes son realmente los clientes del taller. Los particulares, que antes centraban la atención de los talleres, ahora están en serio peligro de extinción, y, por el contrario, las compañías aseguradoras, con las que antes algunos se negaban a negociar, ya controlan de principio a fin todo el proceso de la gestión del siniestro.

Para terminar, está el coste medio de reparación que el taller tiene que controlar constantemente, a la vez que se esfuerza por incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios.

PLANTEAMIENTO. Con todo este panorama, los gerentes decididos a afrontar los retos del mercado

Con el panorama actual, los talleres deben plantearse si es mejor afrontar los retos del mercado solos o acompañados



La última tecnología en pintura, una de las ventajas de estar en una red.

se pueden plantear el dilema de si es mejor afrontar esta nueva realidad solos o acompañados. La cuestión es si ser o no ser... parte de una red de talleres.

El taller debería valorar qué estrategia adoptar para el futuro. Una opción es optar por ser “el único” (opción generalmente difícil y más aún desde que hay grúas) o ser “el más barato” (aunque siempre uno vendrá diciendo que lo reparará a un menor precio) o, por último, “ser el mejor”.

SER EL MEJOR. Esta opción es probablemente la única que ofrece garantías de futuro. Pero está claro que esto no se consigue de un día para otro.

Para lograrlo hay que recorrer un camino que en realidad nunca se acaba, en el que cada paso en la dirección correcta cuenta y donde tener a los mejores compañeros de viaje siempre es garantía de éxito.

Aspectos como la última tecnología de pintura, procesos eficientes, ahorro de costes, gestión de recursos humanos, sinergias de grupo, formación continua, visibilidad en el mercado, marketing, certificación y contactos con proveedores de trabajo, etc. Estos son algunos de los pasos que el proyecto de una red puede ofrecer a los talleres de chapa y pintura. ◀