



# INCREMENTA TUS VENTAS

A TRAVÉS DE INVENTARIOS  
MULTIMEDIA Y MULTICANALIDAD

# EN LA ATENCIÓN COMERCIAL ONLINE



# INTRODUCCIÓN



*Los compradores tienen más información a su disposición, y mayores expectativas de vivir una experiencia relevante y personal cuando hacen una compra. Ofrecerles una experiencia relevante, personal y “satisfactoria” que es impulsada por sus necesidades y que sucede en su tiempo es de lo que se trata el enfoque de atención comercial online de ventas”.*

**- Brian Halligan**

Un servicio de atención comercial online extraordinario no se limita a dar respuesta a las dudas o quejas de los usuarios; es más bien uno de los canales más importantes para conocer y fidelizar a tus clientes.

Además, con la situación actual, el servicio que brindas después de la venta es uno de los principales motivos por el que un usuario tiende a inclinarse por tu concesionario automotriz y no por tu competencia.

En un artículo especializado en el tema, leíamos que debemos alentar a los clientes que se encuentran insatisfechos a reclamarnos, pero, eso sí, debemos estar dispuestos a resolver sus reclamaciones.

Nos parece muy certera esa frase. Puede ser que en tu lista de clientes, exista uno que se encuentre insatisfecho con el producto o servicio, pero si le ofreces una buena atención y gestionas bien su reclamo, puedes convertir a ese cliente insatisfecho en un usuario fiel.

Con la competencia actual y lo muy parecidos que tienden a ser los vehículos y servicios entre sí, adquiere un valor muy especial la buena atención. La mayoría de las veces, las compensaciones no económicas son las que marcan la diferencia a la hora de ser leal a una marca.

Es por eso que, como la web de una empresa es el centro de comunicación de su ecosistema digital, es de suma importancia que un potencial comprador de autos tenga la facilidad de poder comunicarse con tu concesionario para poder disponer de un servicio ágil, adecuado y amigable que sea lo suficientemente persuasivo para lograr tu objetivo principal: una venta.

No basta con tener un correo de atención al cliente y agregar un número telefónico en algún lugar ilocalizable de tu sitio web. Debes ser consciente de la importancia y la utilidad de los diversos canales de atención al cliente online porque, en realidad, es el único momento en el que tendrás contacto directo con el cliente.

En este ebook te hablaremos no solo de la importancia de contar con una estrategia de atención comercial a través de inventarios multimedia y multicanalidad, sino también de cómo usarlas para generar los prospectos deseados.





## ¿CÓMO ES, CÓMO SE COMPORTA Y QUÉ ESPERA EL COMPRADOR DE AUTOS DE HOY?

Esta es una de las preguntas más difíciles de responder para muchos ejecutivos de ventas, sobre todo en esta época del marketing digital como generador de leads.

La venta de autos en la actualidad va mucho más allá que solo promover las características de un modelo en particular y convencer a un comprador de que el vehículo realmente vale lo que cuesta. Se trata, más bien, de crear una relación personalizada con el prospecto; es convertirse en su asesor y poner a su disposición todas las herramientas tecnológicas para que la compra sea toda una experiencia.

Hoy en día, la mayoría de los compradores de autos realizan de forma previa una investigación y toman la decisión de compra incluso antes de visitar una agencia automotriz, es por eso que es básico que logres entender su comportamiento.



El comprador de autos de hoy es impaciente y no quiere repetir sus necesidades cada vez que entre en comunicación con tu agencia automotriz. Espera que ya tengas conciencia de ello y que le proporciones nuevos datos y complementes su información a lo largo de la conversación.

De la misma forma, espera encontrar en tu sitio web un canal de comunicación instantánea con respuestas inmediatas, herramientas que le permitan agregar accesorios al modelo que desea, actualizaciones de precio, calculadoras de financiamiento y de seguros; e incluso, formularios con los que tenga la oportunidad de avanzar algunos pasos de papeleo que le harían perder tiempo en su visita a la concesionaria.

Además, busca poder generar por internet una cita para una prueba de manejo y que la conversación que tuvo en línea sea tomada en cuenta y que en su visita a la sala de exhibición no tenga que repetir la misma información y, así, continuar sin contratiempos.

Generar un interés en el proceso de venta en un comprador con una buena estrategia de marketing digital puede no ser mayor problema, pero si no existe sincronía con el equipo de ventas para que ese proceso sea una experiencia de calidad para su prospecto, los esfuerzos serán en vano.

Enfócate en la experiencia del cliente y eso será el elemento que te diferencie de tu competencia y te haga cerrar la venta.



# ¿QUÉ SON Y CÓMO PRESENTAR TUS INVENTARIOS MULTIMEDIA?

**Un 40% de los consumidores tiende a comprar un auto basándose en las imágenes que ve en línea, sin ver el auto físicamente.**

De la vista nace el amor, y en el caso del comprador de autos de hoy, esto se traduce en un proceso de venta exitoso. El impacto de las imágenes y videos en el interés del comprador ha ido en aumento, y en esta nueva normalidad es fundamental que aprovechemos el uso de Inventarios multimedia.

De acuerdo con estadísticas previas, el impacto de las fotografías en el interés del comprador de autos aumenta cuando en la página de detalles del vehículo utilizas múltiples fotos reales en lugar de imágenes genéricas de stock.

En la categoría de Nuevos se notó un incremento del 133% y en el caso de Usados y Seminuevos Certificados se elevó en 349% (esto se entiende dado que el cliente busca que no exista ningún desperfecto o problema en estos modelos).



Considerando que se requieren de 14 horas en promedio para que exista una toma de decisión, atraer al cliente con este contenido multimedia puede proporcionar una gran ventaja en relación con un concesionario competidor que no utilice este tipo de inventarios.

De la misma forma, otro aspecto que debes tomar en cuenta al momento de crear tus inventarios es cuántas fotos son suficientes para atraer la atención de los clientes.

Según investigaciones previas, tanto para autos nuevos como para usados, el uso de más de 40 fotos ayudó a aumentar en casi un 65% las visitas generadas en Páginas de Detalle del Vehículo. Entre mayor contenido proveas a los clientes, mayor tiempo pasarán en tu sitio web, aumentando la posibilidad de una venta exitosa.

*Al momento de presentar tus inventarios multimedia debes saber que cuentas con distintas opciones que se pueden adecuar a tus necesidades básicas:*



1. Fotografías del coche en la sala de exhibición / piso de ventas.



2. Primer escenario GJ Automotive – Espacios pequeños.



3. Escenario GJ Automotive – Adaptado con mejores espacios para lograr mejores imágenes.



4. Escenario GJ Automotive – Adaptado con mejores espacios para lograr mejores imágenes y video 360°

*También es necesario que tengas conciencia de cuáles son los puntos de interés del comprador. Nosotros recomendamos que todos los inventarios incluyan estos 13 aspectos para satisfacer todas las demandas y la curiosidad de los clientes:*

1. Kilometraje

2. Panel de control  
del tablero

3. Cabina

4. Sistema  
de entretenimiento

5. Motor

6. Asientos delanteros

7. Vista ¾

8. Vista lateral

9. Esquinas delanteras

10. Frente

11. Navegación

12. Maletero

13. Consola

Estos son los puntos básicos que, según detectamos, son la principal preocupación del comprador de auto. Recuerda que también existe el factor extra. Si consideras que hay un elemento que puede mejorar la experiencia y sea un elemento convincente a la hora de buscar la conversión de venta, no tengas miedo en ampliar tus horizontes.







# ¿CON QUÉ HERRAMIENTAS DIGITALES CUENTAS Y CÓMO USARLAS PARA GENERAR PROSPECTOS?

La relación entre el concesionario y el cliente nace en experiencias en línea.

Como lo mencionamos anteriormente, darle al cliente todas las herramientas para que el proceso de ventas sea el deseado es el principal objetivo de la atención comercial online. Para esto, debes utilizar las herramientas digitales que tengas a tu disposición.

En el caso de aceleradores de conversión hay con cuatro herramientas fundamentales:

## 1. CHAT EN VIVO

- La velocidad de respuesta es clave
- No condicionar al cliente sus datos de contacto para iniciar un chat
- Información de calidad como gancho para la obtención de datos de contacto
- No responder una pregunta con otra pregunta



## 2. WHATSAPP

- Genera un perfil profesional, configura un perfil de WhatsApp Business
- Cuida tu redacción
- No contestes como robot
- El buen seguimiento es clave para una venta

## 3. FACEBOOK MESSENGER

- Ten un perfil mucho más profesional y genera mayor confianza con el cliente.
- Permite que el cliente pasivamente vea tus promociones.
- Hazle saber que en el momento que él lo desee puede también revisar tu perfil para encontrar nuevas promociones.

## 4. VIDEOLLAMADAS

- Genera una mayor confianza del cliente al tener una interacción inmediata
- Cuida tu imagen y el lugar dónde la realices
- Invita al cliente a usar los recursos multimedia a su alcance para una experiencia satisfactoria.

Además, puedes apoyarte en alguno de nuestros socios para que la experiencia de usuario de tus clientes supere sus expectativas.

*Aquí te presentamos algunas herramientas que te pueden ayudar a ofrecerle a tus clientes la mejor experiencia de compra:*

### INVENTARIO EN LÍNEA

Spincar es una herramienta que permite capturar fotografías y videos que dan una visibilidad de 360 grados del interior y exterior del vehículo para que los usuarios conozcan a gran detalle el coche de su interés.

La tecnología de Spin 360° brinda una amplia galería fotográfica ofreciendo a los compradores potenciales una experiencia única e intuitiva que funciona perfectamente en cualquier dispositivo.

### HOTSPOTS PERSONALIZADOS

A través de la tecnología de hotspots personalizados, el cliente puede ver todos los puntos del vehículo de su interés con lujo de detalle.

### REPORTES INTELIGENTES

Conoce todo lo que consultan los interesados en tu inventario de coches, e identifica cuáles son las preferencias de tus compradores potenciales mediante los reportes de seguimiento y comportamiento de Spincar. Piensa que el servicio de atención al cliente es mucho más que un protocolo de gestión de clientes. En muchos sentidos, es la imagen de tu marca en el mundo.

## CONCLUSIÓN

El mercado actual está dominado por las plataformas digitales, es fundamental que tengas una marca que te dé credibilidad y genere confianza.

Los consumidores en este momento ya están adoptando de lleno la tecnología en sus compras. Si era importante en el día a día, lo es más ahora dado que las circunstancias los obligan a ser más precavidos con el contacto personal.

Si ya era una realidad que los clientes en el sector automotriz llegaban al momento de la decisión de compra con toda la información recabada, no es extraño que ahora busquen utilizar este canal para facilitar la compra de su próximo automóvil.

### CONSIDERA ESTOS DATOS:



**2 DE CADA 3**

clientes toman su decisión después de una exhaustiva investigación y comparación en línea



**5 HORAS**

al día es el tiempo que los potenciales clientes pasan en su dispositivo móvil



**14 HORAS**

en línea es el promedio de tiempo que dura su investigación antes de la toma de una decisión



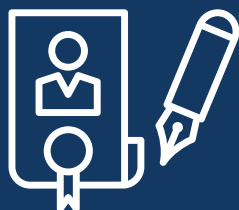
**15 MINUTOS**

es lo más que esperarán una respuesta a una solicitud o pregunta antes de decidir irse con un concesionario competidor

*Entonces, si ya saben qué es lo que quieren comprar, ¿cómo eligen con quién hacerlo? Se basan en diversos factores:*



- Inmediatez de respuesta



- Personalización en la atención



- Seguridad sanitaria



- Asesoría experta

Estos elementos pueden ser el diferenciador que te destaque de la competencia en un mercado automotriz bastante disputado y urgido de dar definitivamente el brinco a una evolución digital total.

Para generar esa confianza en el cliente y que sienta que está en buenas manos, debes responder rápido y de forma certera todas sus inquietudes. Es importante que lo persuadas para que se dé cuenta que por sí solo no va a tener todas las respuestas en internet y que te necesita.

Las herramientas digitales están a tu alcance, y es fundamental que sea prioridad ir las adoptando lo más pronto posible, tus consumidores ya se han acostumbrado a todos sus beneficios y esperan que todos los sectores estén ya familiarizados con ellas.

Un elemento indispensable para aumentar las ventas digitales automotrices en esta nueva era de consumo digital es tener una adaptación digital que, mediante contenidos informativos y un perfil personal que proyecte a tus representantes de ventas como expertos, brinde identidad a cada uno de ellos y a tu concesionario en general.

# Gubagoo

## CONECTA CON CLIENTES CALIFICADOS EN TIEMPO REAL

Gubagoo es el líder en soluciones avanzadas de contacto multicanal, marketing y comunicación para concesionarios automotrices.

Es un servicio de chat en vivo de atención centralizada que ayuda a conectar a los visitantes de tu sitio web con los distribuidores automotrices en cualquier momento y en cualquier lugar.

### INTEGRA EN SU PLATAFORMA:



Chat en vivo



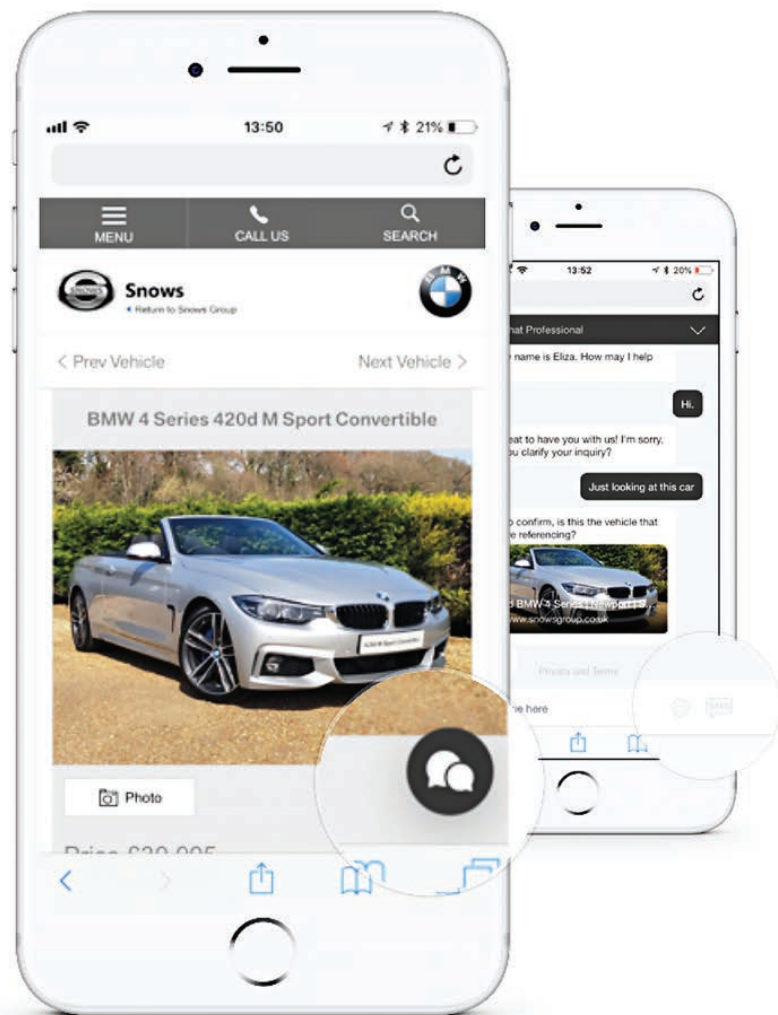
Mensajes de texto



Facebook Messenger



Marketplace



CONOCE ESTA SOLUCIÓN