



# 10 PASOS PARA SER UN MEJOR VENDEDOR DE AUTOS



# INTRODUCCIÓN

Trabajar en una concesionaria automotriz es una interesante mezcla entre arte y ciencia. Ningún día es igual, así como ningún cliente tiene las mismas motivaciones, sueños, miedos e intereses.

Son justamente estas condiciones las que hacen de este trabajo uno de los más gratificantes y dinámicos en el mundo laboral. Sin embargo, destacar no es sencillo, pues debes desarrollar múltiples habilidades, conocimientos y competencias para mantenerte a la vanguardia y obtener resultados positivos mes tras mes.

En este sentido, es sumamente importante mantener una cultura de aprendizaje continuo y recibir con los brazos abiertos el conocimiento. En este ebook te compartiremos consejos que puedes tomar en cuenta para mejorar tus procesos de venta, además de identificar las oportunidades para incorporar tecnologías que te ayudarán a hacer más eficiente tu trabajo.

En cada etapa del proceso de compra existen momentos claves que, al identificarlos, te ayudarán a tomar el control de la negociación y mejorar tus posibilidades de cerrar una venta.

## LOS APRENDIZAJES CLAVES DE ESTE EBOOK SON:

- *Entender el proceso que ha seguido tu potencial cliente* para que seas capaz de alinear su experiencia en la concesionaria con sus expectativas.
- Cómo *pasar de ser* un vendedor a *ser un asesor* de confianza.
- *Aprovechar las herramientas tecnológicas a tu disposición* para trabajar de forma más eficiente y efectiva.

**Capítulo 1**

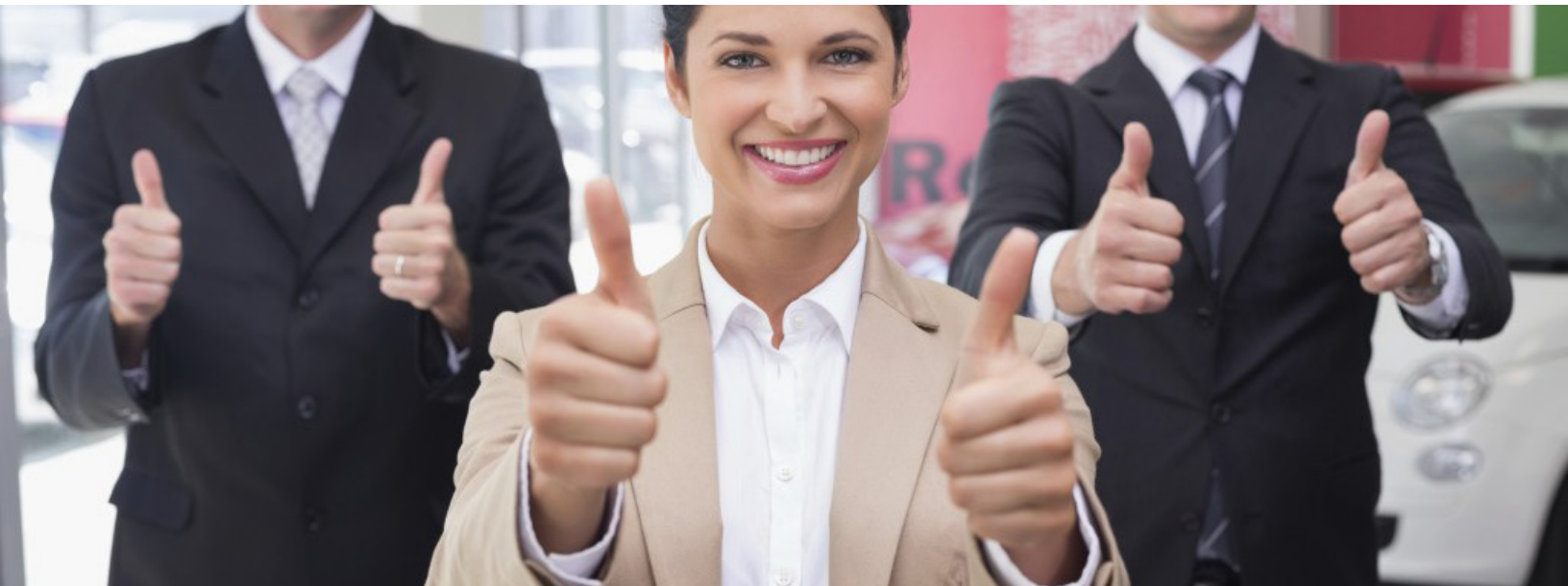
# **PRIMERAS IMPRESIONES**

## ***EL CONOCIMIENTO ES PODER***

**Hace ya varios años, el conocimiento y el control de una negociación dejó de estar en manos de los concesionarios para pasar a manos de los consumidores.**

El acceso universal a la información ha provocado que los compradores de autos sean desconfiados de los vendedores, pues consideran que pueden llegar a ocultar información con el fin de mejorar la rentabilidad de sus ventas.

SIN EMBARGO, **LA TRANSPARENCIA** ES CLAVE PARA **GANAR LA CONFIANZA DEL COMPRADOR**. POR ESE MOTIVO, **LOS PRIMEROS PASOS** QUE DEBES DAR PARA **SER UN MEJOR VENDEDOR DE AUTOS** SON:



### **1. CONOCE TU OFERTA Y LA DE LOS COMPETIDORES**

Lo primero es que debes conocer a profundidad los alcances y limitaciones de los vehículos que tienes a tu disposición. No solo eso, también es imprescindible que conozcas qué vehículos y versiones tienes en exhibición cada día, conocer las ofertas especiales disponibles en línea y en piso de exhibición, tener a la mano el inventario de los vehículos seminuevos disponibles y cualquier otro conocimiento que sea relevante para entablar conversaciones relevantes con tus clientes.

Por otro lado, también debes tener presentes los modelos, versiones y promociones de tus competidores. De ese modo, estarás preparado para hacer frente a las preguntas y comparaciones de tus clientes.

No se trata de hablar mal de la competencia o de desprestigiarlos, pues eso da una mala impresión ante el comprador, pero sí te permitirá conocer las ventajas que puedes ofrecer y hacer una comparación objetiva para resaltar los beneficios de comprar vehículos en tu concesionaria.



## 2. HAZ QUE TU CLIENTE SE SIENTA BIENVENIDO Y ENTENDIDO

Cuando un cliente entra por la puerta, debes acercarte con confianza, calidez y amabilidad. La primera impresión importa mucho y el cliente debe percibir que eres auténtico.

Conoce a tus clientes de una manera no abrumadora ni dominante, pero demostrando que puedes ayudarlos. En esta etapa es importante que no intentes acelerar el proceso, pues al hacerlo puedes dar una impresión de materialismo y que solo te importa cerrar ventas.

Toma un tiempo para conocer a la persona con la que interactúas y gánate su confianza. Debes demostrarle que quieres construir una relación con ella. Pregúntale por su familia, su trabajo, sus intereses, etc.

Permite que los visitantes hablen más que tú, pues la gente se siente respetada cuando es escuchada.

## 3. ENTIENDE EL CAMINO QUE HA RECORRIDO

Es sumamente importante que identifiques cuál ha sido el proceso que ha seguido antes de llegar a la distribuidora.

En promedio, los compradores pasan nueve horas investigando en línea antes de acudir en persona a una distribuidora automotriz. Su investigación en línea influye en gran medida en la decisión de compra, pues tres de cada cuatro compradores visitan el sitio web o las redes sociales de un concesionario antes de acudir en persona.

Pregúntale a tu cliente si ha visitado previamente la distribuidora, su sitio web, redes sociales o si ha llamado por teléfono y, si es así, echa un vistazo al CRM de tu agencia automotriz para retomar la conversación justo en donde se quedó en la interacción previa con dicho cliente. Así mejorarás significativamente su experiencia.



## Capítulo 2



# NEGOCIACIONES EFICIENTES

Una vez que está establecida una intención de compra, entrarás en una etapa que puede ser sumamente satisfactoria o muy frustrante, dependiendo de cómo decidas abordarla.

La negociación debe tener como base un genuino interés por ofrecer la mejor opción para tu cliente, con tal de que cumpla sus objetivos.

ASÍ QUE **DEJA DE LADO** EL ENFOQUE EN **EL DINERO** Y **ENFÓCATE EN LOS BENEFICIOS**, ASÍ TE SERÁ MÁS SATISFACTORIA ESTA ETAPA. **LOS PASOS QUE SON CLAVES AQUÍ** SON:

## 1. DE VENDEDOR A ASESOR

No estás con un cliente para venderle un auto, sino para aconsejarle cuáles son sus mejores opciones y procurar su satisfacción total con la decisión que tome.

Es decir, el objetivo no debe ser la venta, sino proporcionar asesoría y asistencia a los clientes *para maximizar la probabilidad de una venta.*



## 2. TRABAJA EN CONJUNTO CON TU CLIENTE

Una vez que tengas claro el tipo de vehículo que está buscando el prospecto, es momento de trabajar en conjunto para investigar más a fondo cuáles son los detalles específicos que busca.

En este momento pueden identificar cuáles son las características imprescindibles, cuáles son las deseadas, las opcionales y las que se deben evitar. En conjunto con tu cliente pueden comparar modelos y versiones con tal de encontrar su vehículo soñado.



### **3 . INTERCAMBIO, PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**

Pregunta a tus clientes si tienen un vehículo que desean entregar a cambio de una parte del valor del nuevo vehículo.

Al investigar si tiene ese interés, también podrás averiguar la razón por la cual quieren cambiar de vehículo y descubrir lo que cree que le falta a su auto anterior.

Investiga cuánto está dispuesto a gastar, pues de eso dependerá el que puedas maximizar los beneficios de su inversión. Pregunta sobre las condiciones de crédito que están buscando y, particularmente, cuánto desearían pagar mensualmente. Con algunas modificaciones y negociación podrás ayudarlos a reducir su pago mensual y aumentar su felicidad.





**4 . PRUEBA DE MANEJO** La prueba de manejo es una de las etapas más importantes del proceso, ya que los clientes necesitan sentirse cómodos y seguros del vehículo que van a comprar.

En este momento, permite que sea el cliente quien lleve la conversación y solamente señala los aspectos más importantes del vehículo, pero permite que las sensaciones envuelvan al cliente. El olor a coche nuevo, la sensación del volante, la calidad del equipo de sonido y el aspecto interior del vehículo son herramientas muy poderosas para cerrar una venta.

Sin embargo, toma en cuenta que quizás haya aspectos que no sean del todo agradables para el cliente. Eso no necesariamente es una mala señal, sino que te permite demostrar tus conocimientos para sugerirles otros autos que, en tu opinión, pueden ser adecuados para él.

## Capítulo 3



## CIERRES OPORTUNOS

Cerrar una venta implica saber **cómo** hacerlo, pero también (y quizás más importante) **cuándo**.

Puesto que el cierre representa ese empujón final que necesita tu cliente para decidirse a comprar un vehículo, debes ser cauteloso sobre el momento adecuado para hacer la propuesta de cierre.



PARA ESTO, **HAZ USO DE LAS HERRAMIENTAS QUE TIENES A LA MANO** PARA TENER UN PROFUNDO **CONOCIMIENTO DE TU CLIENTE** Y CUÁLES SON **LOS MEJORES ARGUMENTOS** QUE DEBES CONSIDERAR PARA **PROPONER EL CIERRE**. ENTRE ELLO DEBES CONSIDERAR:

### 1. SEGUIMIENTO

Tras la primera visita a tu concesionaria, posiblemente el cliente aún quiera considerar algunas opciones y decida retirarse sin un compromiso concreto, pero sí con un interés explícito en algún vehículo en particular.

Captura toda la información posible en tu CRM y analiza la información para identificar cuál es el mejor momento y manera de comunicarte.

Recuerda que eres un asesor, no un vendedor, así que, aun si el cliente dijo que “lo pensaría”, muchas veces puede estar ocupado con otras circunstancias de su vida, así que una llamada o un correo de seguimiento te volverá a poner en su mapa y le será más fácil tomarse cinco minutos para responderte.

### 2. CIERRE

Como vendedor sabes que existen muchas formas de cerrar una venta, de cautivar y enamorar a tu cliente. Pero recuerda que las decisiones de compra que hoy toman tus clientes ya no dependen únicamente de tu gran talento como vendedor.

El nuevo consumidor tiene múltiples canales para obtener información, comparar, investigar y finalmente tomar la decisión.

Utiliza a tu favor el nuevo conocimiento que tiene tu cliente potencial sobre los autos que puedes ofrecerle y, sobre todo, aprovecha el excelente servicio que le has brindado para convertirlo en un cliente fiel.





### 3. SERVICIO POSTVENTA

El secreto para conseguir que los clientes compren de nuevo en tu distribuidora o te recomienden con amigos y familiares está en dar seguimiento de tal forma que consigas un efecto positivo en ellos.

Esto inicia inmediatamente después de la venta, cuando llamas al cliente para agradecerle su compra o para averiguar si está o no satisfecho con su nuevo vehículo. Además, mantener al corriente la información del cliente en el CRM permitirá al área de servicio programar un calendario de mantenimiento y enviar recordatorios de forma puntual, y así demostrar una preocupación genuina por su satisfacción.

El servicio post venta es una excelente manera de fidelizar a los clientes y abre la posibilidad de conseguir nuevos, pues con el acceso a plataformas digitales, cobra un gran valor la recomendación de tus clientes. Sus reseñas y comentarios en las distintas redes sociales serán un reflejo de la experiencia que le brindes y será lo que los demás escuchen de tu marca.



## CONCLUSIONES

**Finalmente, es importante destacar el gran cambio en el paradigma de las ventas de vehículos.**

Hoy en día es el cliente quien tiene el control y el rol del vendedor se ha transformado para ser ahora un asesor con experiencia y auténtico interés por la satisfacción de los clientes.

Los consumidores actuales quieren tener el control de su proceso de compra, así que lo que buscan en tus vendedores es información relevante, atención personalizada y una orientación confiable.

Las herramientas digitales a disposición de las concesionarias automotrices son sumamente útiles para trabajar de forma más integrada y eficiente, pues permiten identificar a los prospectos mejor calificados y guiarlos a través de un proceso personalizado y adaptado a sus intereses y prioridades.

No descuides ningún canal de contacto con los prospectos, ya que toda interacción te brindará valiosa información sobre el comportamiento de los clientes que puedes usar a tu favor para brindarle, en todo momento la experiencia de compra más satisfactoria.



# 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



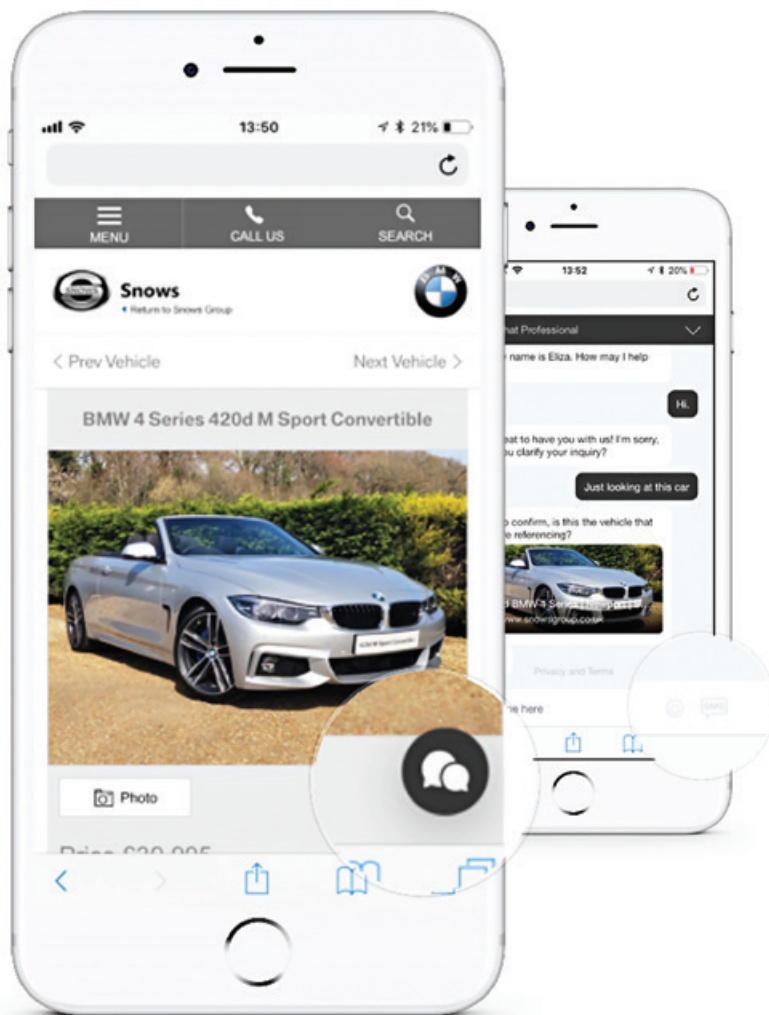
Mensajes de texto



Facebook Messenger



Marketplace



CONOCE ESTA SOLUCIÓN