

La Experiencia del Cliente en el sector de vehículos ligeros (Parte II)

En AD Interacciones® realizamos durante 2021 un estudio de **Mystery Shopper a nivel nacional**, estudiando así el comportamiento de más de 100 distribuidores automotrices.

Los hallazgos revelan que en el **área de Posventa** se cuentan con protocolos de atención ligeramente más afianzados que en Ventas, sin embargo encontramos áreas de oportunidad tanto en este rubro como en el resto de los elementos evaluados.

Es importante **reforzar la capacitación de los equipos de atención a clientes** para garantizar que se cumplen con los procesos y estándares de calidad establecidos por la marca.

A continuación te compartimos los hallazgos más relevantes en el área de Posventa de Vehículos Ligeros.

Atención a Clientes – Posventa

Protocolo de Contacto

- 😊 **Amabilidad y Solicitud de Datos** de Cliente y Vehículo
- 😐 **Etiqueta de Bienvenida**
- 😞 **Presentación del agente, orientación y resolución de dudas** (sin escalamiento o esperas innecesarias)

Labor de Ventas

- 😐 **Servicio de Mantenimiento:** Aproximadamente 55% de los clientes recibieron un precio menor o igual al esperado/publicado.
- 😞 **Cambio de Balatas:** En aprox. el 50% de las solicitudes el cliente no logró obtener una cotización de precio al proporcionar modelo y año modelo de su vehículo.
- 😐 En general, **casi ningún asesor proporciona información sobre promociones** (del servicio solicitado o complementarias), ni de opciones de pago de manera proactiva.

Cierre y Despedida

- 😊 Entre un **50-60%** de los distribuidores cumplió con algún elemento de protocolo de cierre (agradece contacto, ofrece ayuda adicional)
- 😞 Entre un **20-30%** de los agentes acordó con el cliente alguna actividad de **seguimiento/confirmación de cita**. Menos del 15% dio indicaciones a seguir a la llegada al distribuidor. No se refiere o invita a realizar alguna encuesta de satisfacción.

Seguimiento y Confirmación de Cita

- 😞 Aproximadamente el **18%** de los distribuidores ejecutaron alguna confirmación 24 hrs previo a la cita.

Resultado de Agendamiento de Cita

- 😞 Entre el **12 – 28%** de los clientes no lograron **agendar su cita** a pesar de haberla solicitado. Entre las razones para no agendar se encuentran, por ejemplo, solicitud de datos obligatorios de identificación del vehículo, no agendar por no poder proporcionar el precio, entre otros.



En un ambiente tan competido, es importante ofrecer valor en cada una de las interacciones con nuestros clientes y así brindarles la mejor atención.

Si estás interesado en mejorar la **Experiencia de tus Clientes**, contáctanos y con gusto te ayudaremos.

