



XI jornada del Ciclo de Conferencias de la Cátedra CESVIMAP de la UCAV

CON EL AFORO CASI COMPLETO Y TRANSMITIDO TAMBIÉN POR *STREAMING*, SE HA DESARROLLADO LA XI JORNADA DEL CICLO DE CONFERENCIAS CÁTEDRA CESVIMAP DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ÁVILA, CON EL LEMA EL **MÁRketing EN LA POSVENTA DE AUTOMOCIÓN**

Ángel Campo, gerente nacional de ventas y márketing de VW-Audi España, abrió la jornada describiendo cuán diferente es el mercado de talleres en España al de otros países. Por cada taller marquista existen 7 multimarca, el parque de vehículos ha envejecido hasta los 9,4 años –en 2008 era de 7,2– y cae un 30% el valor percibido del vehículo –se vende, principalmente, segmento A–. Reflejo de estas cifras son las visitas del cliente al taller, que se han reducido un 23%.

Campo expresó en “movilidad” el concepto que venden las marcas. La propuesta de valor de Volkswagen es segmentar por cliente y ofrecerle seguridad en la posventa. *“Creemos en la individualización en la comunicación, queremos que el cliente venga a nuestros centros por confianza y transparencia, no que se sientan cautivos, porque somos el único sitio donde le pueden realizar una determinada operación”*.

Juan Carlos Pérez-Castellanos, director general en Grouppauto Union Ibérica-Eurotaller, fue el segundo ponente. Su red, Eurotaller, cuenta con más de 800 talleres en España, con 4.421 puntos de servicio en 18 países más. Pérez-Castellanos defendió los pilares de Eurotaller: homogeneización de su red de reparación, dispersa, atención al cliente, formación, herramientas informáticas como Armin, GNM Soft o Armin Gest y diversas campañas de comunicación. *“Somos la primera red multimarca europea que desarrolló la telediagnosia multimarca remota”*, aseveró.

Domenech Rubio, director comercial de Lechler en España, resumió los más de 150 años de vida de su marca de pintura, apoyada en tres pilares básicos: fabricante de pintura – distribuidor – taller. La complejidad del mercado del repintado ha aumentado considerablemente en los últimos años. *“El canal distribuidor ha hecho una inversión muy valiente de visualización, presencia geográfica y capilaridad”* apostilló. También afirmó que Lechler vende pintura *“y dejamos para centros especializados la formación, en nuestro caso en CESVIMAP”*.

Esther González, jefa de propuesta de valor en el área de adquisición de Verti, cerró este ciclo de conferencias. Como primicia, anunció que Verti prevé lanzar nuevas pólizas en 2014 *“para redefinir un nuevo escenario de colaboración entre talleres, conductores y compañía de seguros, que aporte mayor información al conductor y un completo feedback de las reparaciones realizadas en su vehículo”*. Comparó la vida de la póliza a la del vehículo, en la compra, el mantenimiento, una posible avería/accidente...

La próxima jornada de este Ciclo de Conferencias se desarrollará en la primavera de 2014.



▶ Ángel Campo



▶ J. C. Pérez-Castellanos



▶ Domenech Rubio



▶ Esther González

