



Transparencia de precios en Carrocería y Pintura

Menú de precios cerrados

REVISIONES, NEUMÁTICOS, ESCOBILLAS, PASTILLAS DE FRENO... SON LOS SERVICIOS MÁS VENDIDOS A TRAVÉS DE UN **MENÚ DE PRECIOS CERRADOS**. ESTE SISTEMA COMERCIAL SE APLICA EN OPERACIONES DE **MECÁNICA Y MANTENIMIENTOS** DESDE HACE YA TIEMPO. INCLUIRLO TAMBIÉN EN **CARROCERÍA Y PINTURA** APORTA DIVERSAS VENTAJAS



El *Menú de precios cerrados* es un sistema de venta, específicamente diseñado para facilitar las reparaciones más habituales, al mejor precio. Al cliente le permite saber cuánto le va a costar una intervención, incluso antes de solicitarla. Su principal característica es aportar transparencia, frente a la incertidumbre que provoca dejar el coche en el taller para recibir un presupuesto que, incluso, puede encarecerse en la factura final. Y esta transparencia en precios suele traducirse, a su vez, en un abaratamiento de los servicios.

En carrocería y pintura

El precio es uno de los elementos más importantes relativos a la política comercial de la empresa. Desempeña un

papel crucial en la decisión de compra. Asimismo, es un factor diferenciador, una herramienta de la que dispone el taller para enfrentarse a la competencia. Esta variable estratégica puede utilizarla la empresa, a largo plazo, para posicionarse y ganar clientes.

A la hora de plantear el diseño de *un menú de precios cerrados* en carrocería y pintura hemos de tener presentes varios objetivos:

- **Rentabilidad:** maximizar el beneficio.
- **Ingresos:** alcanzar cuota de mercado captando nuevos cliente y fidelizando a los ya existentes.
- **Competencia:** adaptarse a la situación de las empresas competidoras y, en especial, a la política marcada por la empresa más relevante.

- **Imagen:** posicionarse en el sector, transmitiendo a los clientes el concepto de prestigio y calidad a un precio asequible, teniendo en cuenta a la competencia.

Como vemos, fijar los precios de este servicio consiste en algo más que definir una cantidad de dinero.

Con esos criterios, descendiendo ahora un escalón, consideramos que implantar un *menú de precios cerrados* es intervenir en los vehículos a precios garantizados; en la medida de lo posible, es recomendable que sean comunes para los diferentes modelos de vehículos. El cliente tiene que percibir claridad y una fácil toma de decisiones. Partiendo de ahí, la propia naturaleza de las reparaciones de carrocería y pintura –múltiples variables y una amplia casuística– supone una dificultad añadida en comparación con las intervenciones de mecánica.

Empezaremos tipificando una serie de “**intervenciones tipo**”, que puedan estandarizarse. Se persigue que no tengan una influencia directa del recambio, dada la variabilidad de precio para cada modelo de vehículo. Recomendamos centrarse en operaciones como el repintado de piezas de chapa y plástico, que no necesiten reparación (o sea mínima y acotada de antemano). También son operaciones-tipo para que figuren en este menú: pintado de llantas, acondicionamiento de faros, reparación de parabrisas y sustitución de lunas (dejando como importe adicional la variable “recambio”). Tienen cabida, si el taller los realiza, servicios como reparación de interiores, pequeños daños en tapicerías de *velour*, reparación de daños sin necesidad de repintar, etc.

- ▶ Las pequeñas reparaciones son muy habituales



- ▶ Su visibilidad dentro del taller es fundamental

¿Qué beneficios aporta?

Los principales beneficios que el menú de precios cerrados aporta al **cliente** son:

- **Transparencia y confianza:** se respeta el precio acordado de antemano.
- **Facilidad:** se cuenta con un precio único, sin necesidad de cita previa para conocer el coste.
- **Coste contenido:** son intervenciones concretas y estandarizadas, donde podemos aportar competitividad.
- **Rapidez:** son operaciones que suponen un tiempo corto de permanencia del vehículo en el taller.
- **Comodidad:** es un proceso estandarizado.

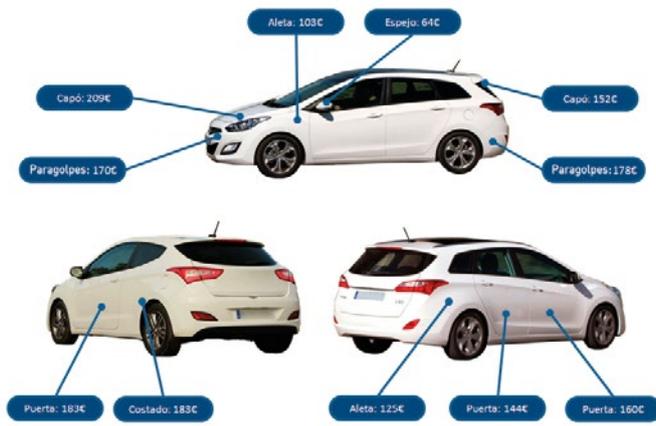
También suponen ventajas añadidas la **fiabilidad** y la **calidad** que aporta el personal especializado, que cuenta con la cualificación, el equipamiento y los procesos de intervención más eficaces. El **taller** así estará en mejores condiciones para:

- Ampliar la oferta de servicios como complemento a la actividad convencional.
- Aumentar el número de clientes, al presentarles una oferta más atractiva que la competencia.
 - Incrementar su fidelidad, dado que estamos en mejores condiciones de satisfacer sus necesidades.
 - Mejorar notablemente la imagen de la empresa.
 - Conseguir más rentabilidad, por una doble vía: el incremento del número de vehículos y realizar procesos más eficientes.

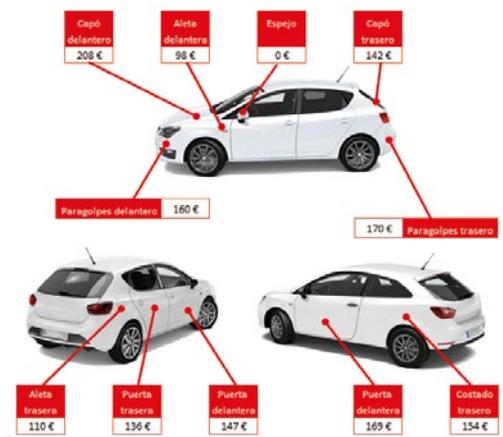


FIJAR EL PRECIO DE UN PRODUCTO O SERVICIO CONSISTE EN ALGO MÁS QUE FIJAR UNA CANTIDAD DE DINERO





► Menús precios cerrados en carrocería



AMPLÍA LA OFERTA DE SERVICIOS, COMO COMPLEMENTO A LA ACTIVIDAD CONVENCIONAL



► Comunicarlo en todos los medios

Y ahora, a comunicarlo

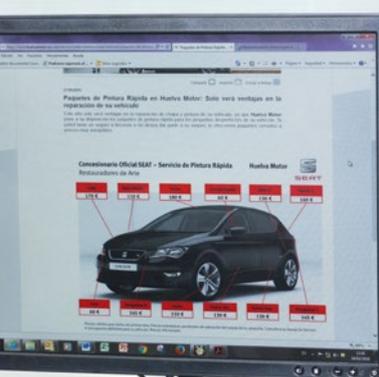
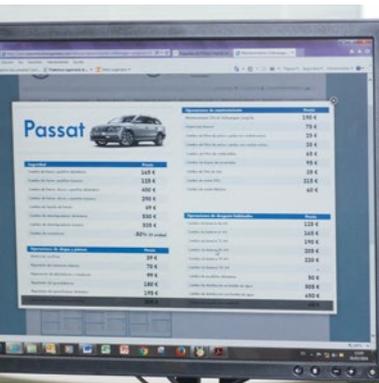
Ya sabemos qué vender; ahora vamos a ver cómo. Contar con un *Menú de precios cerrados*, bien estructurado y competitivo, no servirá de mucho si no se conoce... Se debe establecer un eficaz sistema de marketing. Dentro de las diferentes vías por las que podemos promocionarlo destacan tres:

■ **Cartelería:** Este tipo de soporte como elemento de marketing directo y promoción en el punto de venta posee una gran ventaja: pocas unidades generan un importante impacto visual, pudiendo atraer a potenciales clientes. En muchas ocasiones miramos estos soportes inconscientemente mientras esperamos a ser atendidos o a la entrega de nuestro vehículo, estamos pendientes de recibir una información o documentación o, simplemente, nos encontramos dando un paseo. El cartel ha de ser fácilmente reconocible, sin sobrecarga de información (que distraiga) y estudiando la ubicación y visibilidad dentro del taller. Un exceso de cartelería puede saturar, hay que poner los mensajes que interese y deben ser atractivos, pues constituyen parte de la imagen de la empresa.

■ **Nuevas tecnologías:** En la actualidad es de vital importancia la presencia de cualquier negocio en internet, por supuesto, también del taller. Es el lugar donde más se consultan opiniones y se buscan referencias. Se prestará atención a tres elementos: *página web*, para ubicar nuestro negocio con detalle, *redes sociales*, para tener contacto directo con los clientes, vender este servicio, realizar promociones... y *contacto por móvil*, Whatsapp y SMS, formas de contacto directo sin coste añadido.

■ **El boca-oreja:** Es, sin duda, el mejor sistema de publicidad de la historia. Por muchos millones de euros que una gran compañía se gaste en publicidad, es difícil que puedan competir con tu propia historia personal, real, humana y añadiendo sentimientos. Siempre que hemos necesitado cubrir algún tipo de necesidad hemos preguntado a alguien como solucionaba el problema. El boca-oreja es la forma en que los consumidores comparten sus experiencias y satisfacciones o frustraciones. Sigue siendo el arma más poderosa de los consumidores y prescriptores de marca; hoy en día potenciada por el uso de las nuevas tecnologías. Un aspecto fundamental para implantar este método en el taller es el número de pequeños daños que presentan los vehículos de nuestros clientes. Mediante el menú de precios cerrados podemos satisfacer a nuestros clientes y atraer nuevos contactos.

El *menú de precios cerrados* está pensado para trabajar y satisfacer al cliente, sin embargo, la responsabilidad de su éxito no debe recaer en la mera exposición de un cartel en la recepción. Es una potente herramienta de venta que el asesor de servicio tiene que hacer suya ■



PARA SABER MÁS

- ✉ Área de Consultoría
promass@cesvimap.com
- 📖 Técnicas de Comunicación y de Relaciones.
CESVIMAP. 2012
- 🌐 www.revistacesvimap.com
- 🐦 @revistacesvimap