



**Colabora:**



# TOUR POSTVENTA & ATENCION AL CLIENTE

A promotional poster for a 'TOUR EXPERIENCE' by the 'GRUPO VAGINDAUTO 360°'. The background is a blurred image of a man in a suit, overlaid with a red tint. In the top right, the text 'TOUR EXPERIENCE' is in large white letters, with 'GRUPO VAGINDAUTO 360°' below it. On the left, the number '2' is large, followed by 'CLIENTE DIGITAL &amp; POSTVENTA'. In the center, there is a circular inset showing a futuristic scene with people in a digital environment, overlaid with binary code (0s and 1s). At the bottom center is the VAG INDAUTO logo. At the very bottom, there is a black bar with the text '¡ VISITA NUESTRA PÁGINA WEB !' and 'WWW.VAGINDAUTO.COM' in white.

## **TERRASSA - BARCELONA**

### **DOCENTE EXPERTO:**

CONSULTOR ESTRATÉGICO

Especialista Postventa y Atención Cliente

Manuel Báez

### **FECHA:**

25 – 26 de Marzo del 2022

### **DURACIÓN:**

16 horas + Descarga de información adicional por el alumno en nuestro WebSite.

### **DIRIGIDO A:**

A Gerentes, Jefes de Postventa, Jefes de Taller, Asesores de Servicio y Personal de atención Cliente en el área de Postventa o Taller.

### **OBJETIVOS:**

Dar pautas del cambio necesario en la misión de la empresa, sensibilizando a los asistentes de una visión empresarial de la actividad de reparación de coches.

- Incremento de la satisfacción del cliente a través de una atención profesionalizada sin perder la esencia del taller.
- Honestidad y transparencia como arma de venta del servicio.
- Convertir la visita en una experiencia para el cliente.
- Facilitar conocimientos para potenciar la venta cruzada, incrementando la cifra de negocio y el importe medio por vehículo reparado.

### **TEMARIO GENERAL:**

#### **1. El mundo Avanza 1**

El mundo Avanza

Introducción a como está cambiando el mundo rápidamente en conceptos de tecnología y comunicación, lo que hace a los Clientes más exigentes y preparados con la demanda de servicios.

- La actividad de taller.
- De reparador a gestor del negocio.
- Impacto en el taller de la fuga de horas.
- ¿Qué representa el cliente para la empresa?
- Tipología de clientes.
- Perfil y funciones de la persona de atención al cliente.
- Cita previa.
- Preparación de la visita del cliente.
- Recepción activa.
- Finalizar la recepción.
- o Cierre de la venta.
- Canales de comunicación actuales.
- Seguimiento posterior de la reparación.
- o Calidad / Seguimiento del presupuesto.

## **JORNADA 1:**

1. La rentabilidad del taller gira en torno a la venta de horas y la figura del propietario es la clave, dado que el cliente va a comprar al propietario y no a la empresa. "Te compra por tu manera de ser"
2. Que potencial de facturación en horas tiene el taller y cómo se calcula.
  - 2.1. ¿Es posible facturar todo el potencial productivo?, ¿Qué % de horas se puede asumir como no facturables?
  - 2.2. ¿Qué es la eficacia de taller?
  - 2.3. Control de horas improductivas
  - 2.4. Impacto en € de la fuga de hora por falta de gestión.
3. Sensibilización sobre quien paga las nóminas de la empresa y que representa el cliente para la empresa. La publicidad que nos puede dar (positiva y negativa) y el análisis de las causas de pérdida de clientes.
  - 3.1. El problema siempre es del cliente, nunca comprarle el problema y abrir siempre una orden de reparación antes que el capó como claves para mantener el equilibrio entre servicio y rentabilidad.
4. La tipología de clientes
  - 4.1. Por edad.
  - 4.2. Por tamaño (Flotas, Renting y Aseguradoras). ¿Quién es el cliente, el que paga la factura o el usuario del vehículo).
  - 4.3. Clientes de paso.
  - 4.4. Análisis de las causas de la pérdida de clientes.
5. ¿Quién atiende al cliente en el taller? Saber el quién y las funciones según la solicitud realizada por el cliente:
  - 5.1. Cita telefónica o presencial / probar el vehículo / recepción y qué tipo de recepción hemos de dar al cliente en la visita/ entrega y explicación de la intervención / seguimiento y marketing predictivo.
6. La cita previa
  - 6.1. Criterios de la carga de trabajo en base a la capacidad productiva y al tipo de intervención, dado que cada cita ha de estar ligada a un tiempo de reparación.
  - 6.2. Herramientas para la recogida de la cita.
    - 6.2.1. Datos necesarios para una cita de calidad.
  - 6.3. Respuestas a las preguntas comunes de los clientes, no utilizar nunca el "No".

7. El análisis previo de la visita al cliente como herramienta para una atención personalizada, generar posible venta adicional y ganar eficiencia en la reparación (Pre-picking).

## **JORNADA 2:**

1. Visita del cliente y vehículo en taller, definir un procedimiento ágil a utilizar. Mostrar los pasos a seguir en el recibimiento del cliente según la instalación que se disponga (despacho o mostrador). **1.1.** Recepción activa del vehículo, el tipo de inspección que se debe realizar, tanto para personal con conocimientos técnicos como personal no técnico.

**1.2.** Herramientas para la inspección del vehículo.

2. Como cumplimentar la orden de reparación y que repercusiones tiene tanto para el cliente como para el técnico. **2.1.** ¿Nos puede hacer perder horas una mala apertura de la orden?

**2.2.** Planificación de la orden en taller.

**2.3.** El resguardo de depósito, su función y su implicación legal.

**3. Canales de comunicación con el cliente durante la reparación. 3.1.**

Justificación de trabajos adicionales **3.1.1.** El posible presupuesto de una avería oculta

**3.2.** Fin del trabajo, qué hemos de comunicar al cliente y que canales son los óptimos.

**3.3.** Control de calidad previo a la entrega del vehículo.

**3.4.** Explicación de trabajos y factura, siempre explicar primero en horizontal el detalle de los trabajos efectuados, por tanto, el cierre de la orden y el detalle de los trabajos realizados es clave que se reflejen en factura. Posteriormente indicar preciso de cada trabajo y de la pieza asociada al trabajo.

4. El seguimiento postventa, que significa y en que influye en la fidelización del cliente. **4.1.** La llamada posterior, quién, cuándo y cómo llevarla a cabo.

Herramienta de fidelización y posible pérdida del cliente por un posible trabajo mal efectuado.

**4.2.** Fidelización, campañas y comunicación.

**4.3.** Recuperación de presupuestos.

**4.4.** Marketing predictivos, los recordatorios, su gestión y la comunicación al cliente.

**5. Las herramientas TIC, el futuro del taller**

**ANTES DEL CIERRE DEL CURSO:**

Consultas técnicas  
Ruegos y preguntas  
Entrega de Diplomas

**LUGAR DEL CURSO:****GRUPO VAGINDAUTO**

Calle Colom Nº 408 Planta 2 Local 1  
08223 - Terrassa (Barcelona)

T. 937 315 577

E-mail: [info@vagindauto.com](mailto:info@vagindauto.com)

**ALOJAMIENTO ESPECIAL CLIENTES:**

Consulta nuestras Tarifas vigentes de Hoteles concertados en la pestaña "DESCARGAS" de nuestra web.

**HORARIO DEL CURSO:**

Mañana: 09.00h a 13.00 horas - Tarde: 15.00 a 19.00 horas

**HORARIO COMIDA:**

13.00 - 15.00 horas. (Comida NO esta incluida en el precio)

**PRECIO:**

400€ + IVA (Plazas limitadas) - 2ª persona misma empresa 20% de descuento.

**RESERVA DE PLAZA:**

**BANCO SABADELL**

**IBAN ES06 0081 0263 13 0001305736 – BSAB ESBB**

## **NOTAS:**

- La asistencia al curso está garantizada una vez se realice la transferencia bancaria del importe del mismo y se remita el correspondiente justificante de pago vía correo electrónico.
- En caso de inasistencia al curso, Grupo Vagindauto se reserva el derecho de aplicar un cargo de 50 euros, a descontar del precio percibido, en concepto de gastos ocasionados tales como: menú restaurante, manual didáctico, material, diploma impreso, aplicándose el diferencial, que quedará en depósito, como pago a cuenta de nueva formación o adquisición de producto ofertado en catálogo de Grupo Vagindauto.
- Grupo Vagindauto, dadas las especialidades en cuanto a la duración del curso, se reserva la facultad de poder "suspender" la realización del curso para el caso de que, llegados 10 días con anterioridad al inicio del mismo, no se contara con el quórum mínimo de asistencia. En dicho caso Grupo Vagindauto reembolsará el importe abonado por el curso, así como los costes del seguro de cancelación de viaje, exclusivamente, motivo por el cual se recomienda que se contrate dicho seguro de cancelación.

## **PLAZO MÁXIMO DE INSCRIPCIÓN:**

**Confirмен su plaza antes del 18 de Marzo del 2022**

**Dpto. Formación**  
**GRUPO VAGINDAUTO**  
**Car Diagnostic Systems**