

El Futuro de la Distribución Automotriz

Valdner Papa

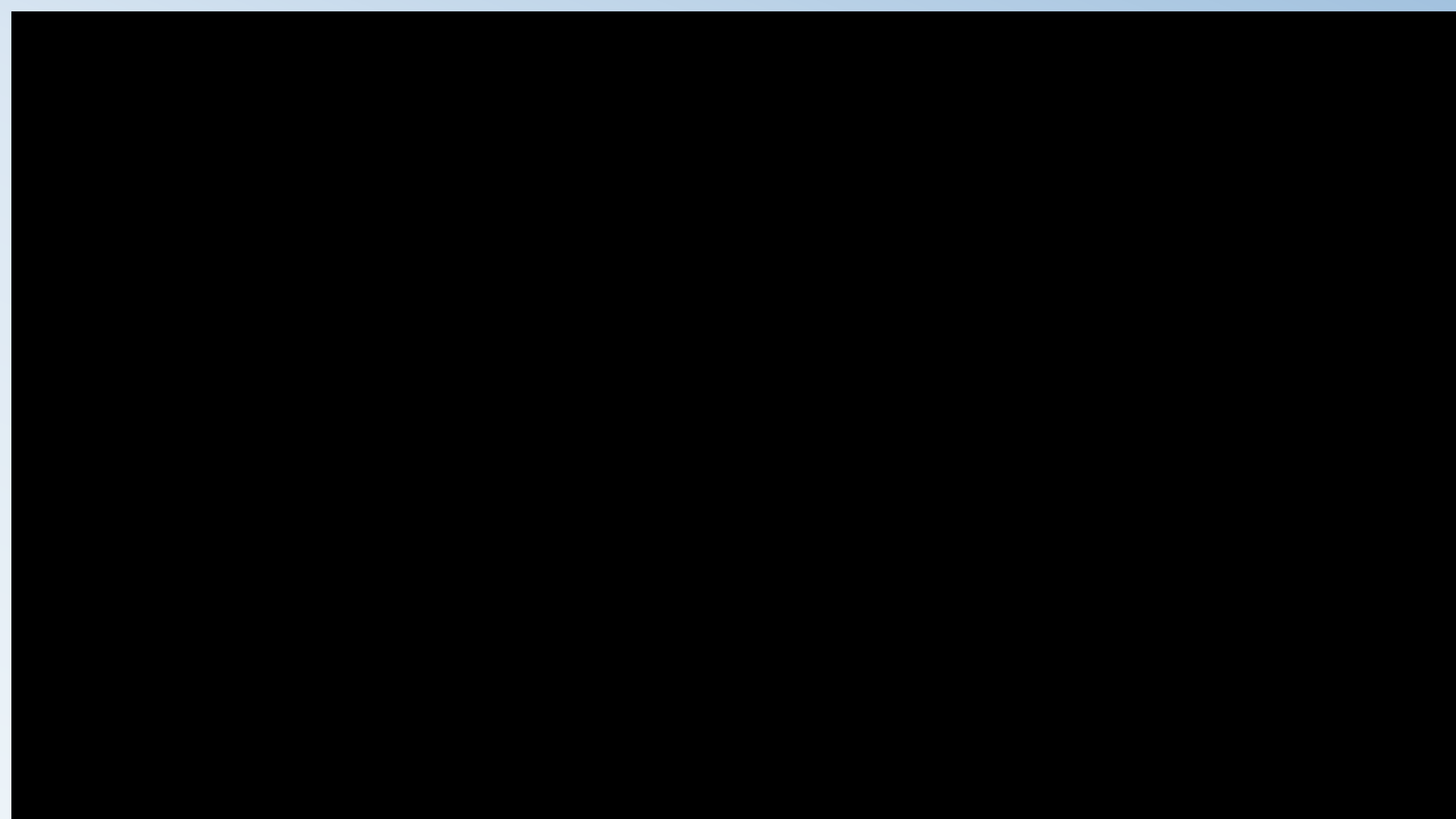
Noviembre 2017

DERECHOS RESERVADOS



Factores claves del nuevo modelo

- Industria 4.0
- Interacción entre los participantes de la cadena
- Mayor productividad
- Menor costo
- Mayor calidad
- Mayor protección al medio ambiente
- Fuerte aplicación de alta tecnología y robotización



Factores claves del nuevo modelo

- Innovación
- Productos
- Servicios
- Atención al cliente
- Herramientas
- Showroom
- 3D
- Uso compartido de vehículos
- Vehículos autónomos
- Uber, 99, - Nuevo concepto de movilidad

Factores claves del nuevo modelo

- Nube interconectando los componentes de la cadena automotriz
- Gestión de la base de datos!
- Internet de las cosas
- Venta por internet: Leads
- Proceso integral de compra
- Cambio del concepto de stocks
- Tecnología
 - Interna en el vehículo
 - En las manos del propietario
 - En la gestión diaria

Factores claves del nuevo modelo

➤ Movilidad

- En el concepto de propiedad y uso
- Soluciones para el cambio de concepto - compartir
- Tiempo utilizado en la movilidad
- Costo implicado en la movilidad
- Infraestructura necesaria para implantar los conceptos modernos de movilidad
- El vínculo de la solución de movilidad a la calidad del medio ambiente

Factores claves del nuevo modelo

➤ Marketing digital

- Calidad de los sitios
- Interactividad del marketing digital
- Lenguaje adecuado en el uso de los medios digitales
- Limitaciones éticas de uso
- Asociaciones con el mundo digital
- Utilización de las herramientas disponibles en el mundo digital

➤ Medios digitales y sociales

- Adecuada utilización de Google, Facebook, Instagram y tantos otros
- Acompañamiento de informaciones y desempeños del mercado a través de las herramientas disponibles por los propios participantes del mundo digital.

Factores claves del nuevo modelo

- Matriz energética :
 - Eléctrico, Híbrido, Combustión (gasolina / etanol / diésel)
 - Energía limpia: costes de cada energía en particular
- Matriz Modal:
 - Carreteras
 - Marítimo
 - Ferrocarril
 - Fluvial
- Comunicación, interacción e información en la palma de la mano y en el vehículo

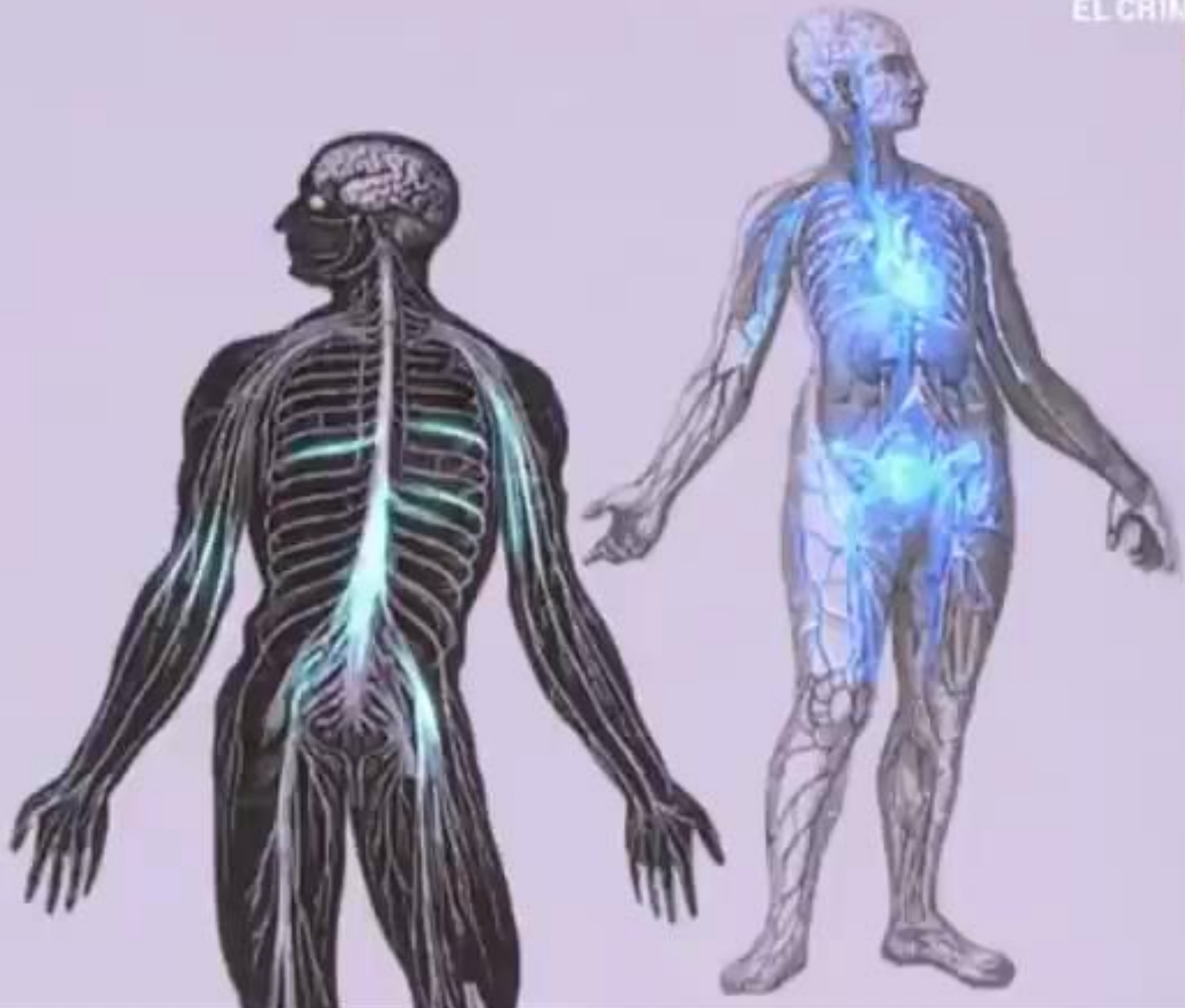
Factores claves del nuevo modelo

➤ Inteligencia artificial

- Conocimiento del comportamiento
- Utilización de la máquina en las operaciones antes realizadas por el hombre

➤ Neurociencia

- Conocimiento de la forma de decisión del comprador a través del perfil conductual
- Uso del conocimiento del funcionamiento de las hormonas para incrementar o modificar las decisiones de compra
- Esto es el Neuromarketing, el Neuroliderazgo, la Neuroeconomía, el Neuro coaching



Desafío: La información de los medios frente a la percepción

- Los medios de comunicación anuncian el "apocalipsis":
 - ¡La industria automovilística va a acabar!
 - ¡No va a existir el coche a combustión!
 - 2020 China
 - 2024 Alemania
- ¡Amazon, Apple, Google, Walmart serán los concesionarios de mañana!
- Los coches girarán un "chip" y por lo tanto su reparación será mínima, vea el ejemplo del Tesla!
- ¡Qué hacer con los actuales "Taj Mahal", instalaciones enormes que serán innecesarias!

¿Qué hay de verdad en todo esto?

- ¿En los factores de cambio? TODO ES VERDAD
- ¿En lo que comentan los medios de forma radical? No todo es verdad
- ¿Cuál es entonces la fotografía del futuro de la distribución automotriz?

El Nuevo Modelo de la Distribución Automotriz

- Se acaba el Concesionario como es hoy y surge la CENTRAL DE VENTAS Y SERVICIOS DE LA MOVILIDAD, donde vender vehículos nuevos y usados será una parte del negocio
- Áreas más pequeñas, con alta tecnología en 3D, y compra "On Demand"
- Concentración empresarial: Capital será un factor clave para poder funcionar como reguladores de inventario

El Nuevo Modelo de la Distribución Automotriz

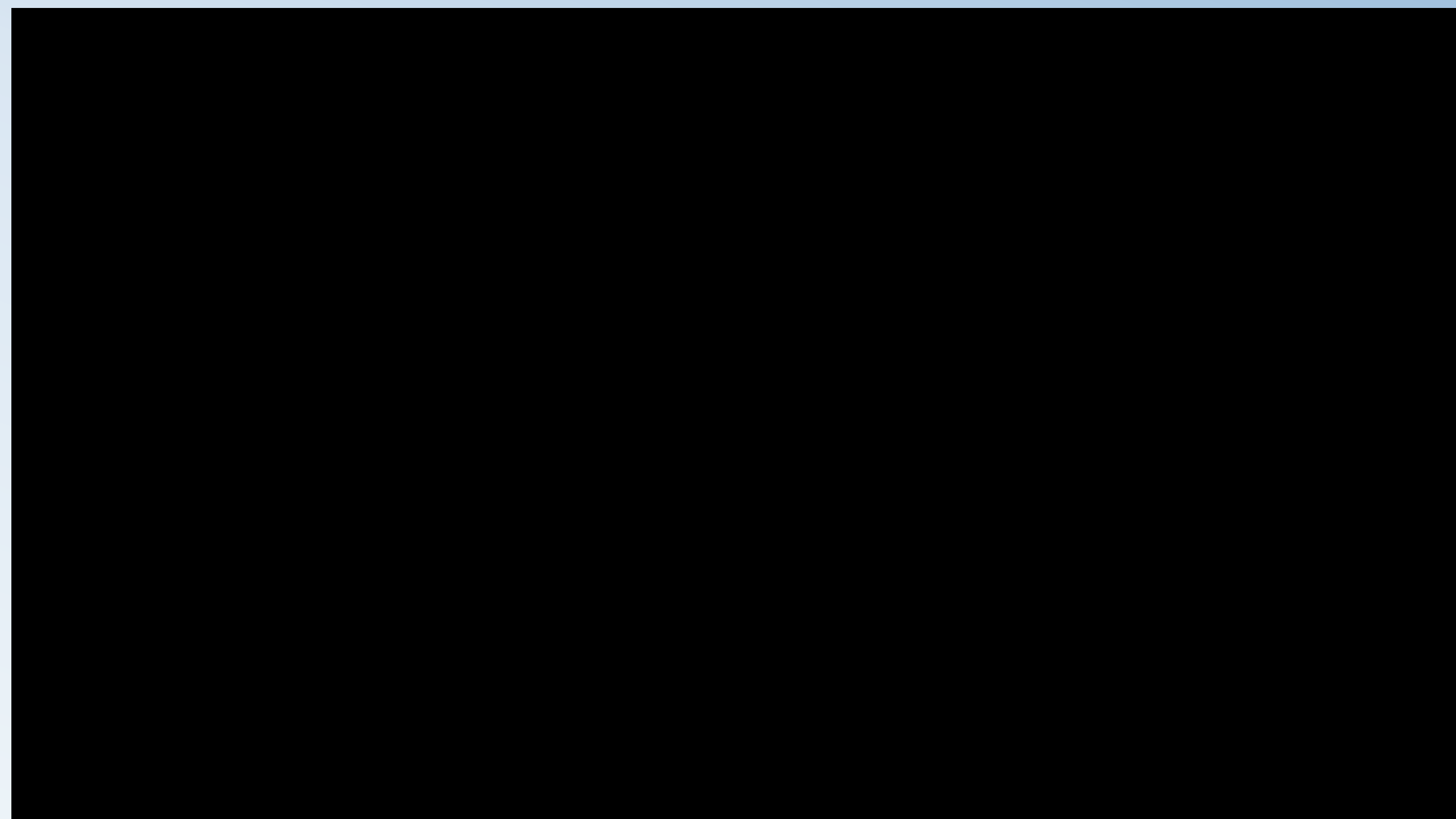
- Los clientes vendrán por muchos más canales de entrada:
 - Tienda
 - Internet
 - Redes sociales
 - Taller
 - Comunicación directa del vehículo o del móvil del cliente
 - Base de datos propia y externa
- Cada canal requerirá una gestión diferente, un lenguaje diferente

El Nuevo Modelo de la Distribución Automotriz

- La neurociencia obligará la utilización y el conocimiento:
 - De las influencias hormonales: Oxitocina, dopamina, cortisol, serotonina y otros, para poder comprender y actuar en la liberación hormonal correcta para la decisión de sus clientes
- El Neuromarketing traerá la necesidad de:
 - Conocer el perfil de comportamiento de cada cliente y montar un script específico para este cliente
 - Se utiliza de la Memética, a través de la creación de memes en su propaganda externa e interna que vincule al cliente a su empresa y su producto utilizando el efecto de anclaje en la comprensión del uso del cliente en el anclaje de precios o de sus gestores en el anclaje de sus equipos

- INVESTIGACIÓN HECHA ENTRE PERSONAS QUE YA NO TIENEN MÁS A SU PADRE Y DICEN LO QUE LES GUSTARÍA HACER SI SU PADRE ESTUVIESE PRESENTE
- ATENCIÓN A LAS RESPUESTAS QUE EN LA MAYORÍA DICEN:
ABRAZO Y BESO
- ¿POR QUÉ?

FILM



Desafíos a enfrentar

- El nuevo modelo exigirá CONOCIMIENTO, ENTRENAMIENTO Y FOCO
- Las modificaciones ocurrieron a un ritmo más lento de lo que hoy esta ocurriendo, pues hay limitaciones políticas, económicas y culturales, así como un diferencial regional
- Así creemos en un cambio gradual más rápido en los polos más desarrollados y más lento en los menos desarrollados

Desafíos a enfrentar

- De la misma manera, la concentración será más preponderante en los mayores centros, dejando aún espacio en los pequeños mercados para pequeñas empresas
- Pero el mayor desafío está en la CONCIENCIA Y PERCEPCIÓN rápida por los concesionarios de los cambios a ser implementados
- ¡Así es necesario CONOCER, COMPRENDER, ACEPTAR Y ACTUAR!

Oportunidades

- Muchas oportunidades surgirán en este nuevo negocio de la Central de ventas y servicios de Movilidad
- "Beberá agua limpia quien vea, comprenda, acepte y actúe primero"
- Temas importantes:

Compartir vehículos	Alquiler	Soluciones de transporte
Servicios rápidos	Atención 24 horas	Paquetes de movilidad
Asociaciones de movilidad	Paquetes de servicios	Valorización del bien y del cliente

Conclusión

- Es necesario estar abierto a comprender que el modelo antiguo y vigente hasta hoy en la distribución de vehículos no subsistirá
- Pero el negocio no se acaba, sólo se modifica
- Esté abierto para analizar las innovaciones, tecnologías, herramientas y principalmente estar preparado para un nuevo diálogo con la industria automotriz
- TENGAN FOCO !!!

