

Publicado en *InfoTaller.tv* (<http://www.infotaller.tv>)

10 claves para que talleres y recambistas aprovechen Internet

Fecha de creación 17/02/2012 - 18:35

Internet puede ayudar a las empresas de reparación y distribución de recambios a mejorar su gestión, ahorrar tiempo en labores administrativas, darse a conocer y relacionarse con los clientes de una forma sencilla y cercana. Y a vender más. Aprende cuanto antes a sacarle partido.



Está claro que una empresa actual no puede ser gestionada de espaldas a las nuevas tecnologías de la información. Internet no es la solución milagrosa a todos los problemas, pero sí ofrece herramientas de trabajo cuyas **claves** hay que conocer para aprovechar sus **ventajas**. Aquí os dejo algunas de ellas.

1. ¿Eras de los que decían “Nunca tendré móvil”?

Aún me sorprende que algunos directivos de empresas hagan gala de su **rechazo hacia Internet**. Es negarse a reconocer

una realidad cambiante. Los vehículos, los clientes, el mercado... todo evoluciona cada día, sin apenas darnos cuenta. ¿Por qué empeñarte en trabajar como hace veinte años? Cambia el chip.

2. Imprescindibles: web y correo electrónico

El entorno digital invade todos los ámbitos de nuestra vida. Ya se venden más **smartphones** que ordenadores, lo que significa que muchos de nosotros llevamos un “móvil-ordenador” de bolsillo desde el que buscamos información y tomamos decisiones de compra. Por eso, lo mínimo es contar con una **web** corporativa. Además, aprovecha las grandes ventajas del **correo electrónico** (reducir costes de comunicación, facilitar tareas administrativas y gestionar con rapidez la relación con proveedores y clientes). Para comunicarte, también existen sistemas gratuitos de mensajería instantánea como **WhatsApp**.

3. Busca información en Google y coge ideas

Para que tu negocio esté siempre adaptado al mercado, necesitas información. Todo cambia a gran velocidad, así que debes conocer lo último. Internet te lo pone más fácil con herramientas de búsqueda como **Google** [1], donde encontrarás casi todo: información sobre nuevos productos, tendencias de tu sector o de otros, proveedores, etc.

4. Redes sociales, sólo si ya estás enganchado

Las redes sociales pueden mejorar tu imagen de marca, pero antes hay que entenderlas bien para no quedar defraudado por crearse **falsas expectativas**. Por

eso, sólo las recomiendo a quienes ya están enganchados en el ámbito personal. ¿Cómo hacerlo? Piensa en cómo te relacionarías en un bar. Conversa e interacciona con tus “amigos” (los de tu ámbito de influencia). No hables sólo de ti mismo ni satures con información corporativa (no seas **pesado ni repetitivo**). Opina sobre los temas que interesan a tus potenciales clientes y, de vez en cuando, ofrece información sobre tus **productos o promociones**. Tan importante es hablar como **escuchar**. Sobre todo, **apórtales valor** (por ejemplo, si eres un taller, preséntate como el médico de cabecera de su coche y da consejos de mantenimiento).



Existen muchas redes sociales. Para empezar, concentra tus esfuerzos en **Facebook** [2]. Es la red más popular y la que te aportará más notoriedad. Aunque en España ya hay bastantes talleres y muchos desguaces (por no decir todos) en Facebook, me llama la atención que aún hay pocos recambistas (en países como Argentina ocurre todo lo contrario).

Twitter [3], menos extendida pero en pleno auge, es ideal para informarte y seguir a los medios de comunicación que te interesan (información general o sectorial, aficiones...). No te olvides de **YouTube** [4], donde puedes crear tu

propia página y colgar en ella pequeños vídeos (con tus instalaciones, presentaciones de producto...). Por último, **LinkedIn** [5] puede servirte para establecer contactos profesionales interesantes.

5. Date a conocer

Internet no sólo facilita tu relación con proveedores y clientes actuales; también puede ayudarte a **captar nuevos**. Puedes hacer **publicidad** en portales informativos de tu área de influencia o aprovechar el correo electrónico para realizar campañas de **email marketing**. Con ellas podrás hacer llegar información de tus promociones y servicios a un coste mínimo. Date cuenta de que el ordenador y el smartphone son el centro de decisión de muchos consumidores y, sobre todo, de los líderes de opinión. Para ello, lógicamente, necesitarás contar antes con una buena **base de datos** (actuales y/o potenciales).

6. E-commerce y otras posibilidades

Internet permite adquirir productos y servicios a cualquier hora, sin largas conversaciones telefónicas ni desplazamientos. Cada vez son más las empresas que ponen en marcha una plataforma de **comercio electrónico** en su web. En nuestro



sector, es el caso de los recambistas y de distribuidores especialistas de neumáticos, para los que las ventas a través de la Red irán creciendo. En este caso, tendrás que invertir en un sistema que resulte seguro y sencillo. Lo más habitual es crear un **área privada** para los usuarios, a la que puedan acceder a través de un nombre y



una contraseña. Con ello podrás, además, ofrecerles servicios más avanzados y personalizados y ampliar tu radio de acción.

7. El futuro del automóvil pasa por la Red

Los nuevos vehículos están cada vez más ligados a la tecnología y esta tendencia aumentará en el futuro, por lo que la posventa no puede quedar al margen de esta realidad. De hecho, Internet ya ha traído importantes avances a nuestro sector. Basta con mencionar el creciente aumento de **catálogos y pedidos online** en el recambio (pasar pedidos por fax cada vez suena más prehistórico) y, en el caso de la reparación, la cada vez más necesaria actualización de equipos y software de **diagnosis** o los avances en campos como la **teleperitación**.

8. Conoce los riesgos

Estar en el mundo virtual significa también exponerte a **críticas externas**, no siempre positivas. La reputación de una empresa se crea poco a poco, pero puede destruirse con mucha rapidez. A través de foros, blogs y redes sociales, un cliente insatisfecho puede extender fácilmente sus malas experiencias. Para evitarlo, debes ser **transparente** y, sobre todo, **respetar** su opinión y ofrecerle respuestas rápidas y, si es necesario, una compensación a su problema. Así conseguirás darle la vuelta a la situación y convertir un posible enemigo en un **fiel prescriptor** de tu marca.

9. No esperes milagros

Al contrario de lo que se suele afirmar, la Red y las redes sociales no son herramientas gratuitas, ya que implican una importante inversión de **tiempo**. Si tienes presencia online, debes cuidar que tus espacios web estén vivos, **actualizando** su contenido. Por eso, muchas empresas necesitan una persona dedicada a ello o se deciden por externalizar estos servicios.

Internet es el presente y el futuro de la comunicación, tanto empresarial como personal. Te puede ayudar a mejorar tu negocio, pero debes tener claro que **no hace tu trabajo**. Tu nivel de servicio y atención al cliente, la calidad de tus productos y tu personal siguen siendo tus principales bazas. Sin eso, tu presencia online no funcionará.

10. Explora y diviértete

Innovar implica riesgos y a veces puede llevarte por caminos erróneos pero recuerda que, llegado el caso, es preferible equivocarte **antes que tu competencia**, porque eso significará que estás un paso por delante.

El universo digital se reinventa cada día y nos permite a todos, expertos y principiantes, aprender y descubrir cosas nuevas. Tómatelo como un reto personal. Será la mejor forma de **actualizar tus conocimientos y aplicarlos** después a la gestión de tu empresa. Las posibilidades son infinitas, así que

échale imaginación y... ¡**disfruta** del viaje!



Estas son algunas de mis sugerencias, pero estoy encantada de recibir vuestras **opiniones** y, por qué no, alguna otra clave que no haya mencionado... ¡Espero vuestros **comentarios**!

Haz clic aquí para ver la noticia completa: <http://www.infotaller.tv/blogs/mar/10-claves-para-que-talleres-y-recambistas-aprovechen-internet>

© Copyright 2010. InfoCap Communication & Publishing S.L. - All Rights Reserved