

COMERCIALIZADORA DE VEHICULOS

Mireya Bernal & Nixon Duarte A.

LA EMPRESA

Es una empresa dedicada a la comercialización de vehículos. La empresa comercializa vehículos de diferentes marcas: tipo automóvil y camionetas 4x4, los cuales son ensamblados en diferentes países.

El esquema de negocio de la empresa está concentrado en la venta de vehículos nuevos. La empresa cuenta con una red de distribución propia. En la actualidad cuenta con 25 concesionarios que proveen un total de 65 vitrinas en todo el país.

EL PROBLEMA

A nivel de tecnología, los sistemas que utiliza la compañía funcionan correctamente, sin embargo los cambios y ajustes solicitados toman meses en ser resueltos. El cruce de información con los concesionarios y vitrinas, se hace mediante archivos de texto y los reportes son procesados en Excel por parte de analistas del área de ventas. El procesamiento de los reportes e indicadores toma un promedio de 3 semanas.

EL RETO

De acuerdo con las entrevistas realizadas a los directivos y la información recolectada, los siguientes son retos de negocio que la empresa desea solucionar con el apoyo de tecnología de punta y soluciones innovadoras.

En primer lugar a nivel de ventas existen grandes incógnitas en las actividades asociadas a la preventa. La empresa invierte grandes cantidades de dinero en publicidad y campañas de mercadeo, sin embargo, no se sabe cuáles de estas son efectivas y cuáles no. No se sabe si los clientes potenciales que inician un proceso de compra de vehículo lo hacen como respuesta a una campaña o motivados por algún otro interés.

Existe un desconocimiento total por parte de la empresa del servicio prestado por el concesionario durante toda la preventa. Se ignora cuántas personas entran al concesionario a preguntar por una referencia en particular, que tipos de personas son y que vehículos tienen actualmente. No se sabe en general el tiempo promedio en el que una persona toma la decisión de compra. No se sabe qué tipo de atención presta el asesor y el tipo de seguimiento que el asesor hace al cliente.

CASO DE ESTUDIO

Si la empresa tuviese conocimiento en tiempo real del comportamiento por marca que presenta cada una de las vitrinas, podría optimizar y canalizar los esfuerzos en publicidad, mercadeo e incentivos.

LA MISIÓN

Ofrecer una solución tecnológica, innovadora y viable, que le permita a la empresa, automatizar al máximo sus procesos de negocio. Automatizar e integrar los sistemas de información de todas las partes involucradas en el negocio. Solucionar el problema de manejo de prospectos (clientes potenciales) de ventas y permitir a la empresa tener información veraz y oportuna de sus clientes, sus gustos, sus comportamientos y la efectividad de sus campañas de mercadeo.

En este proyecto usted puede proponer ajustes en los procesos de negocio y diseños innovadores a nivel de la solución tecnológica.

La solución presentada debe utilizar plataformas libres hasta donde sea posible para disminuir los costos operacionales.