

GESTION DEL DEPARTAMENTO DE POSTVENTA

Curso dirigido a Gerentes y/o Responsables de Postventa. El objetivo es analizar las áreas de conocimiento esenciales para una buena gestión del departamento; saber utilizarlas, poder interpretar adecuadamente la información de la que se dispone y actuar de acuerdo a los presupuestos establecidos.

Los contenidos propuestos se ajustarán a los intereses y necesidades de cada marca, y siempre, haciendo referencia a sus estándares, herramientas de gestión y valores de referencia de sus indicadores.

Contenidos:

- *Funciones del responsable de postventa. Trabajo por grupos y puesta en común, resaltando la función comercial a desarrollar. “Presencia constante del cliente” en el curso. Descripción de funciones del Responsable de Postventa según la marca.*
- *Objetivo del responsable de postventa: aumentar el volumen y rentabilidad del negocio. ¿Cómo? Vendiendo más y a más clientes ¿Cómo? Fidelizando a los clientes a través de la calidad. Debate sobre a quiénes somos fieles y qué entendemos por fidelizar clientes.*
- *¿Actitud de los asistentes cuando son clientes? Tipos de calidad. Calidad del cliente: Obvia, especificada, deleitante. Expectativas del cliente. Formación de la “percepción de calidad” por parte del cliente. Pistas. Avis, Disney.*
- *¿Qué hay que transmitir al cliente? ¿Cómo hacerlo? ¿Qué transmitimos: desorden, limpieza, improvisación...?*
- *Herramientas que la marca facilita para relacionarnos con el cliente: “Proceso de atención al cliente en postventa”. Visión general del proceso resaltando los puntos más relevantes: Cita previa, preparación de la recepción, revisión conjunta del*

vehículo, utilización de formato para la revisión conjunta, cumplimentación de la OT, explicación de los trabajos realizados...

El responsable de postventa quizá no aplique él directamente este Proceso, pero sí que tiene que conocerlo para verificar su aplicación y facilitar los medios necesarios para la misma.

Se insistirá en el doble aspecto del Proceso:

- *Comercial: Conocer al cliente. Detectar todas las posibles oportunidades y aprovecharlas. Escuchar, preguntar, explicar y argumentar, con amabilidad y educación.*
- *Técnico: Recopilar información del vehículo. Detectar todo lo que le pasa al vehículo. Reparar bien y a la primera. Controlar la intervención.*
- *A lo largo del análisis de las etapas del “Proceso de atención al cliente en postventa” se presentarán las principales pantallas del DMS, recordando los aspectos más importantes.*
- *Calidad obvia. Proceso de gestión de retornos. Tipos de retorno: Evitables, inevitables. ¿Qué se puede hacer para evitarlos? Medición de retornos. ¿Son importantes? Análisis del coste de un retorno: ejemplo.*
- *Herramientas de mejora: Auditorías. Programas de control de calidad. Encuestas a clientes.*
 - *Auditorías: ¿Qué son? Objetivo de las mismas. Auto-auditorías.*
 - *Programas de control de calidad. Definición, establecimiento.*
 - *Encuestas a clientes: propias o de la marca. Metodología. Clasificación de los clientes. Riesgo de perder clientes. Coste de ese riesgo: ejemplo. Comparación con el mejor de nuestro grupo. Objetivos de mejora.*
- *Círculo de Deming. Aplicación a nuestra situación.*
- *¿Cómo fabricar calidad? La Calidad en una empresa fabril se logra cumpliendo la normativa escrita; en una de servicios, cada situación es nueva, diferente y requiere de técnicos formados para tratarla. Importancia del factor humano.*

Acciones del responsable de postventa respecto a su personal. Equipos de trabajo. Bases de un equipo de trabajo. Comunicación, gestión de la información.

¿Qué necesita un equipo para trabajar bien? Dirección -perfiles de puestos de trabajo, procedimientos...-, Formación -planes de formación, acciones internas...-, Motivación, Recursos.

Liderazgo. Jefe frente a líder. Estilos de liderazgo.

- *Plan de negocio. Aplicación del círculo de Deming a la elaboración y gestión del Plan: Planificar, Hacer, Controlar y Actuar. SWOT/DAFO.*

Presupuesto. Cuenta de resultados del departamento.

Resultado = Ingresos-Gastos. ¿Qué se puede hacer para aumentar ingresos y/o reducir gastos?

Qué son los KPI's o Indicadores. Tipos: Recambios, taller, mixtos, propios.

Significado. Utilidades.

- *Marco legal: Decreto de talleres. PRL, Medio Ambiente y Garantías. Discusión sobre los aspectos más relevantes para un responsable de postventa atendiendo a la normativa y a las directrices de la marca.*

Durante el curso se hará referencia frecuente a formatos, estándares, informes de la marca, pantallas, utilidades existentes en el DMS de manera que la explicación de conceptos y metodologías tenga una visión práctica para el día a día.

El curso se impartirá con el apoyo de transparencias, procurando la máxima participación de los asistentes, para ello se realizarán ejercicios por grupos, se utilizarán videos de corta duración y simulaciones que ayudarán a transmitir determinados conceptos.