



Iberia

Más seguridad.
Más valor.

Used Car Training Catalogue 2013

Formamos equipos, optimizamos negocios

Optimización en rentabilidad y stocks

| Enero | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

| Febrero | | | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | | | |

| Marzo | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

| Abril | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | | | | | |

Motivación para vendedores en tiempos de crisis

| Mayo | | | | | | |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |

| Junio | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

| Julio | | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 | | | | |

| Agosto | | | | | | |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

Datos e indicadores de una gestión profesional

| Septiembre | | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | | | | | | |

| Octubre | | | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

| Noviembre | | | | | | |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | |

| Diciembre | | | | | | |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sab | Dom |
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | | | | | |

Marketing online V.O.



Estimado cliente:

Los vehículos de ocasión adquieren cada vez más importancia en el progreso y avance de fabricantes, importadores y redes de concesionarios a nivel mundial.

TÜV SÜD cuenta con más de **20 años de experiencia en formación, consultoría y desarrollo para marcas automovilísticas** en todo el mundo. A lo largo de todo este tiempo en TÜV SÜD CGP, división **especializada en vehículos de ocasión**, hemos desarrollado unos métodos de formación que contribuirán a optimizar los resultados de su negocio.

Aquí presentamos nuestro **Catálogo de Formación 2013** en el que encontrará el detalle de nuestra **amplia oferta de seminarios**. TÜV SÜD CGP también le da la posibilidad de organizar **formaciones específicas y personalizadas según sus necesidades**, como **talleres** de introducción o consolidación de **programas de vehículos de ocasión**.

Conózcamos mejor a través de nuestra página www.tuv-sud.es (Automoción & V.O.) y manténgase al día de nuestras últimas novedades siguiéndonos a través de LinkedIn: www.linkedin.com/company/tuv-sud-iberia

Si tiene alguna duda o consulta contáctenos por teléfono al **93 490 22 20 / 91 806 10 80** o por correo electrónico info@tuev-sued.es

Reciba un cordial saludo,



Luis María Pérez Serrano
Gerente de TÜV SÜD Iberia



Más seguridad.
Más valor.

Índice de Seminarios

| | |
|--|----|
| Gestión integral de departamentos de V.O. | 4 |
| Datos e indicadores de una gestión profesional " <i>Nuevo</i> " | 5 |
| Conferencias para profesionales del V.O. | 6 |
| Optimización en rentabilidad y stocks | 7 |
| <i>Benchmarking</i> para grupos de concesionarios | 8 |
| Tasación y compra para expertos o equipos comerciales | 9 |
| Gestión y venta del V.O. seminuevo y demo " <i>Nuevo</i> " | 10 |
| Estrategia de marketing online para V.O. | 11 |
| Estrategia de marketing online para V.O. (avanzado) | 12 |
| Ventas de V.O. + profesionales | 13 |
| Vencer el miedo a los precios altos | 14 |
| Motivación para vendedores en tiempos de crisis " <i>Nuevo</i> " | 15 |
| Compra libre: estrategias y procesos | 16 |
| V.O. y Postventa: fórmulas de cooperación para el éxito | 17 |

**Todos los seminarios pueden adaptarse a las
necesidades específicas de cada cliente.**

Gestión Integral de departamentos de V.O.

Este seminario demuestra a responsables de un departamento de V.O. cómo trabajar con herramientas prácticas y fáciles de gestión de usar para mejorar sus ventas. En base a un análisis en profundidad de datos obtenidos previamente, cada concesionario recibirá el apoyo profesional necesario para optimizar su departamento de VO. Durante el curso trabajaremos un caso práctico, en el que los participantes podrán poner a prueba los conocimientos adquiridos.



OBJETIVOS

1. Transmisión de ideas y herramientas de aplicación inmediata.
2. Control del departamento de VO mediante el análisis de los principales ratios de gestión.
3. Mejora de conocimientos a través del intercambio de experiencias e ideas con otros profesionales del sector.
4. Optimización de las competencias de los responsables de VO y ejecución de los cambios necesarios para mejorar el negocio de manera eficaz.



TEMARIO

1. Cómo atraer nuevos clientes y fidelizarlos.
2. Profesionalización de la tasación y del proceso de fijación de precios.
3. Creación de una exposición más atractiva.
4. Mejora de la gestión de stocks.
5. Gestión económica del departamento VO.
6. Política dinámica de precios.
7. Optimización de todos los procesos relacionados con los vehículos de ocasión.
8. La correcta toma de decisiones sobre la organización del concesionario y su personal.
9. Caso práctico.
10. Diseño de un plan de acción.



DESTINATARIOS

Propietarios, gerentes, directores comerciales, jefes de venta y responsables de V.O.



DURACIÓN

3 días.

Datos e indicadores para una gestión profesional "Nuevo"

Una ley básica del Management afirma: "no se puede controlar lo que no se puede medir" y otra añade: "solamente prestando la debida atención a los indicadores clave de un negocio, éstos ya empiezan a mejorar". Por estas razones hoy en día resulta fundamental conocer bien nuestro negocio, así como manejar los datos e indicadores más importantes del mismo. Conocer cuáles son esos datos, tener acceso a ellos con facilidad y aprender a analizarlos son pasos imprescindibles para el éxito en el negocio del vehículo de ocasión.



OBJETIVOS

1. Identificar los datos e indicadores clave específicos del negocio del V.O.
2. Diseñar un plan de negocio completo para V.O.
3. Crear procesos de identificación de indicadores y seguimiento.
4. Aprender a analizar en profundidad nuestra gestión.
5. Detectar qué herramientas necesitamos en nuestro día a día para el control y seguimiento de nuestra gestión.



TEMARIO

1. Diseño de un plan de negocio profesional para V.O.
2. Detección e interpretación de indicadores clave.
3. Herramientas disponibles para el análisis del departamento.
4. Realización de un análisis detallado de un caso práctico.
5. Toma de acciones de mejora derivada del análisis realizado.



DESTINATARIOS

Gerentes y directores comerciales de Vehículos de Ocasión.



DURACIÓN

1 día.

Conferencias para profesionales del V.O.

Las conferencias para profesionales del V.O. pueden realizarse entre una y tres veces al año y puede tener lugar en cada caso en el propio concesionario de uno de los participantes. Durante esta reunión se comentan y debaten diferentes temas relacionados con el negocio y buscan ideas para mejorarlo.



OBJETIVOS

1. Aprender de las mejores prácticas y mediar para la aplicación y el intercambio de ideas.
2. Comparación de la evolución de las cifras tomando nota de las mejores como referencia.
3. Asegurar el intercambio de nuevos conocimientos y su puesta en práctica a largo plazo de forma sostenible.



TEMARIO

1. Exposición de un tema específico por un experto.
2. Discusión del mismo e intercambio de experiencias relacionadas.
3. Elaboración de un caso práctico significativo.
4. Planificación de medidas de mejora personalizadas.



Iberia

Más seguridad.
Más valor.



DESTINATARIOS

Profesionales del negocio del V.O.



DURACIÓN

1 día.

Optimización en rentabilidad y stocks

Este seminario se centra en mostrar a los Jefes de Venta y a los Responsables de VO cómo obtener la mayor rentabilidad en las ventas y al mismo tiempo gestionar de manera óptima sus stocks. Para lograr esto, se insistirá en la importancia de contar con la máxima cantidad de información y transparencia y se enseñará a interpretar los resultados obtenidos.



OBJETIVOS

1. Acceder a una variedad de ideas sobre cómo maximizar los márgenes en el departamento de VO.
2. Ser conscientes de la situación de los inventarios actuales y su relación con la rentabilidad del departamento.
3. Establecer acciones concretas para la mejora inmediata de los indicadores de rentabilidad y gestión de stocks.



TEMARIO

1. Comprender el potencial de rentabilidad del negocio de V.O.
2. Acceder a una variedad de ideas sobre cómo maximizar los márgenes en el departamento de V.O.
3. Ser conscientes de la situación de los inventarios actuales y su relación con la rentabilidad del departamento.
4. Intercambiar ideas sobre cómo optimizar la gestión de stocks.
5. Establecer acciones concretas para su puesta en marcha en el retorno al concesionario.



DESTINATARIOS

Gerentes, responsables de V.O., jefes de venta.



DURACIÓN

1 día.

Benchmarking para grupos de concesionarios

Los grupos de concesionarios ya sean de una o de varias marcas se encuentran a menudo con el problema siguiente: cada uno de los concesionarios que forman el grupo trabajan con unos parámetros distintos en cuanto a calidades y cantidades. Esto suele ser porque cada responsable aplica unos métodos de gestión diferentes. Para mantener un estándar de calidad homogéneo a todo el Grupo es necesario que todos los responsables tengan los mismos conocimientos y estándares en materia de V.O.



OBJETIVOS

1. Manejar ratios, cifras de venta y puntos de referencia del grupo analizados previamente.
2. Aprovechar las sinergias y potenciales de cada concesionario del grupo.
3. Discutir cómo algunos colegas llegaron a lograr ciertos éxitos y las medidas a desarrollar para obtener mejores resultados.
4. Cambiar la mentalidad de un “ellos” a un “nosotros” dentro del grupo.



TEMARIO

1. Análisis del Grupo por parte de TÜV SÜD CGP.
2. Verificación de expectativas.
3. Descripción de cada concesionario / marca y del grupo en general.
4. Identificación de los potenciales del grupo.
5. Búsqueda de sinergias y establecimiento de estándares comunes.
6. Homogeneización de resultados.
7. Planificación de medidas.



DESTINATARIOS

Propietarios, gerentes, directores de sección, responsables de VN/VO de las marcas.



DURACIÓN

1 día de preparación y 2 días de formación.

También disponible en fines de semana.

Tasación y compra para expertos o equipos comerciales

Este seminario se puede impartir en dos convocatorias diferentes, una para Tasadores Expertos y otra para Equipos Comerciales. La base formativa del seminario es la misma, variando únicamente la profundidad con la que son abordados los módulos previstos. En el primer caso se dedica una mayor atención a la temática de la evaluación técnica y en el segundo caso se analizan con mayor detalle los aspectos comerciales y de trato con el cliente.



OBJETIVOS

1. Ver los procedimientos correctos tanto de tasación como de la compra del usado.
2. Aprovechar el potencial para aumentar los beneficios mediante una buena tasación y valoración.
3. Lograr un mayor entendimiento entre profesionales y clientes en lo referente a este importante proceso.



TEMARIO

1. Oportunidades y riesgos en la tasación de V.O.
2. El proceso organizativo de la peritación.
3. Valoración comercial: estimación de precios de compra y venta.
4. Bases de negociación durante la tasación de V.O.
5. La comunicación de la tasación y argumentación del precio de compra.
6. Conclusiones e implementación.



Iberia

Más seguridad.
Más valor.



DESTINATARIOS

Seminario I: expertos en tasación y compra de Vehículos de Ocasión.

Seminario II: equipos comerciales de V.N. y V.O. en contacto con la tasación y/o responsables de departamento.



DURACIÓN

De 1 a 2 días.

Gestión y venta del V.O. seminuevo y demo "Nuevo"

La venta del V.O. seminuevo y demo es cada vez más importante y difícil, por eso resulta fundamental localizar cuáles son los mejores clientes para este producto, garantizando así la mayor rentabilidad posible.



OBJETIVOS

1. Tratar profesionalmente los V.O. seminuevos y de autoconsumo.
2. Analizar las razones por las que diferentes grupos de clientes compran estos coches junto con los vehículos de demostración y los V.N.
3. Mejorar la gestión interdepartamental de los vehículos de autoconsumo del concesionario.



TEMARIO

1. ¿Por qué a veces los V.O. seminuevos y Demo tienen una permanencia alta?
2. ¿Quién es el cliente potencial de estos vehículos?
3. ¿Cómo se puede despertar el interés del cliente por estos vehículos?
4. Cómo aumentar las ventas.
5. Reducción de stocks.
6. Mejora de liquidez.
7. Captación de potenciales grupos de clientes.
8. Planificación de medidas.



Iberia

Más seguridad.
Más valor.



DESTINATARIOS

Gerentes y directores comerciales de V.N. y V.O.



DURACIÓN

1 ó 2 días.

Estrategia de marketing online para V.O.

Internet es actualmente un elemento fundamental para el éxito de cualquier departamento de V.O. Entender la base de funcionamiento del marketing online ayuda en gran medida a la hora de atraer nuevos clientes a nuestro concesionario. Además las ventas de vehículos de ocasión necesitan un plan de marketing detallado y para cumplirlo es preciso contar con un presupuesto exclusivo y con objetivos claros.



OBJETIVOS

1. Realizar planes de marketing incluyendo en ellos presupuestos específicos.
2. Optimizar Internet mediante el uso de todos los recursos disponibles actualmente: Web del fabricante, propias de concesionarios y generalistas.
3. Entender cómo piensan y manejan Internet los potenciales clientes de V.O.



TEMARIO

1. Planificación de campañas.
2. Ejemplos de publicidad efectiva en V.O.
3. Contenidos importantes en la presentación de V.O. en Internet.
4. Qué hace que un cliente se interese por un vehículo publicado en Internet.
5. Directrices para la toma de fotografías.
6. La importancia de los accesorios opcionales.
7. Uso de las plantillas del fabricante para desarrollar páginas Web de V.O.
8. Planificación de medidas.



DESTINATARIOS

Jefes de venta, responsables de marketing, de V.O. y de Internet.



DURACIÓN

1 día.

Estrategia de marketing online para V.O. (avanzado)

Internet es un océano lleno de posibilidades en el que es fácil naufragar. Además es un canal en permanente cambio y evolución. Por ello resulta muy importante estar al día de las últimas tendencias y cambios. Esta formación buscar profundizar en un mayor aprovechamiento de buscadores, redes sociales y otras herramientas del marketing online aplicadas a la venta del vehículo de ocasión.



OBJETIVOS

1. Navegar en las innumerables posibilidades que ofrece el marketing online actualmente.
2. Profundizar en el uso de las últimas tendencias y desarrollos.
3. Aplicar de forma proactiva las nuevas tecnologías a nuestro negocio diario.



TEMARIO

1. ¿Cómo puedo sacar el máximo rendimiento a mis actividades en Internet?
2. ¿Cuántas ventas debería realizar a través de este canal? ¿Dónde y cómo puedo atraer más clientes?
3. ¿Debería tener una Web propia de mi concesionario? Si es así, ¿cómo debería ser estar la Web? ¿cómo puedo maximizar su rendimiento?
4. ¿Qué es esto de las Redes Sociales? ¿Pueden herramientas como Facebook o YouTube ayudarme a vender más? ¿y Google?



DESTINATARIOS

Jefes de venta, responsables de marketing, de V.O. y de Internet.



DURACIÓN

1 día.

Ventas de V.O. + profesionales

Este seminario ofrece a los vendedores visión global sobre la venta del V.O. Todos los procesos importantes para el éxito del departamento son mostrados y desarrollados mediante el uso de ejemplos prácticos. Se revisan operaciones de la propia concesión comparándolas con los resultados óptimos y los asistentes elaboran sus propias medidas para ponerlas en marcha de manera inmediata.



OBJETIVOS

1. Explorar en cómo buscar y atraer nuevos clientes de vehículos de ocasión.
2. Revisar todos los elementos necesarios para el éxito en la venta de vehículos de ocasión.
3. Conseguir una visión global de los procesos de V.O. y de cómo llevarlos a cabo de forma práctica.
4. Concienciar a los nuevos profesionales de V.O. de todos los contextos que rodean este negocio.
5. Adaptar las medidas e ideas individuales para optimizar las ventas de V.O.



TEMARIO

1. Cómo atraer nuevos clientes.
2. Procesos de tasación y compra. Argumentación.
3. Presentación de los vehículos de ocasión y la exposición.
4. Precios, reacondicionamiento y mantenimiento del stock.
5. Gestión profesional del stock.
6. Política dinámica de precios y argumentación al cliente.
7. Experiencias prácticas de compra.
8. Técnicas de seguimiento y fidelización de clientes.
9. Planificación de medidas.



DESTINATARIOS

Asesores comerciales de V.O.

Según niveles de experiencia.



DURACIÓN

De 2 a 3 días.

Vencer el miedo a los precios altos

En el vehículo de ocasión el uso de una Política Dinámica de Precios es una estrategia consolidada para conseguir mejores beneficios. La transparencia de Internet es muchas veces la causante de que los jefes de venta y algunos vendedores eviten los precios altos en un primer momento. Creen que no tendrán oportunidad de vender a precios superiores a la media del mercado. Esto será contrarrestado y superado por el grupo mediante argumentos lógicos y contundentes.



OBJETIVOS

1. Atreverse con precios más altos siendo capaces de defenderlos con argumentos cualitativos creíbles y concluyentes.
2. Ganar confianza, entusiasmo y dinamismo.



TEMARIO

1. Planificación y uso de una política dinámica de precios.
2. Perfiles de clientes
3. Guías de conversación durante la venta: argumentación.
4. Manejo de objeciones relacionadas con la venta del V.O.
5. Planificación de medidas



DESTINATARIOS

Jefes de venta y vendedores.



DURACIÓN

1 día.

Motivación para vendedores en tiempos de crisis " *Nuevo* "

La motivación es un elemento clave en la gestión de un equipo comercial a la hora de aprovechar todas las oportunidades y mantener una buena relación con nuestros clientes. Un vendedor seguro de sí mismo y motivado para alcanzar sus objetivos es normalmente la diferencia que marca el éxito de un departamento comercial. La crisis puede verse como un obstáculo difícil de superar, pero también como un reto para el negocio del VO. Afrontar una situación de crisis es la mejor manera de demostrar la importancia de las ventas VO en el mercado y supone una oportunidad para superarse y mejorar.



OBJETIVOS

1. Afrontar un mercado difícil y competitivo en un escenario de crisis.
2. Ganar seguridad y confianza para mejorar nuestro rendimiento comercial.
3. Desarrollar la creatividad para potenciar las ventas.



TEMARIO

1. Detectar las oportunidades de nuestro mercado.
2. Elementos clave de la motivación.
3. Trabajo en equipo y de colaboración.
4. Herramientas de motivación y autoconfianza.



Iberia

Más seguridad.
Más valor.



DESTINATARIOS

Directores comerciales, jefes de venta y vendedores.



DURACIÓN

1 día.

Compra libre: estrategias y proceso

La compra libre es una herramienta fundamental a la hora de estructurar un negocio de V.O. proactivo y rentable. A través de un análisis de sus ventas podremos definir cuál es el producto que mejor se vende (tanto en volumen como en rentabilidad) en cada mercado y como consecuencia aportar ideas sobre dónde buscar y comprar ese tipo de producto.



OBJETIVOS

1. Mejorar el plan de compras para tener el producto más demandado y rentable.
2. Encontrar nuevas fuentes de compra.
3. Analizar y optimizar el proceso de compra libre.
4. Aprovechar la tasación para potenciar la entrada de vehículos interesantes para nuestros clientes.



TEMARIO

1. ¿Por qué la compra libre?
2. Identificar los vehículos más interesantes ¿Cuáles son?
3. Fuentes de compra y procesos ¿Dónde comprar? ¿Cómo?
4. Tasación de vehículos.
5. Cómo comunicar la tasación al cliente.
6. Diseño de un plan de acción.



DESTINATARIOS

Gerente y jefe de ventas V.O.



DURACIÓN

1 día.

V.O. y Postventa: fórmulas de cooperación para el éxito

El desarrollo de acuerdos y sinergias entre los departamentos de V.O. y Postventa sólo puede mejorar el resultado global del concesionario. Este seminario trata de limar posibles asperezas y facilita la tarea de encontrar una mejor colaboración interdepartamental.



OBJETIVOS

1. Percibir el potencial de crear una alianza fuerte y eficiente entre los departamentos de V.O. y postventa, accediendo a una gran variedad de ideas sobre el impacto que tiene en los resultados departamentales una cooperación adecuada.
2. Conocer qué herramientas existen y cuáles son las soluciones para incrementar los resultados y la eficiencia de esta colaboración.

Nota: se recomienda que al menos el director de postventa y/o el gerente acudan al seminario.



TEMARIO

1. Análisis de la importancia de esta cooperación.
2. Identificación de las dificultades y cuellos de botella actuales.
3. Comparación de los procesos y estándares entre concesionarios.
4. *Benchmarking* de procesos, resultados y condiciones de trabajo.
5. Recopilación de ideas para una colaboración más exitosa para ambos departamentos.
6. Planificación de medidas.



DESTINATARIOS

Directores comerciales de ocasión y nuevos, directores de postventa y gerentes.



DURACIÓN

1 día.



Iberia

Más seguridad.
Más valor.



**Formamos equipos,
optimizamos negocios.**

TÜV SÜD CGP existe para
ayudar a concesionarios, importadores y fabricantes
a tener más éxito en el negocio de Vehículos de Ocasión



Iberia

**Más seguridad.
Más valor.**

Oficina Barcelona

C/Frederic Mompou 4^a 1^o 4^a
08960 San Just Desvern.
Barcelona

Tel. +34 93 281 06 98

Oficina Madrid

Avda. Artesanos 20
28760 Tres Cantos.
Madrid

Tel. +34 91 806 10 80

info@tuv-sud.es

www.tuv-sud.es

www.linkedin.com/company/tuv-sud-iberia

