

# Observatorio: ÍNDICE DE DIGITALIZACIÓN CONCESIONARIOS



**Salvador Jorge López Pulpón**

Desarrollo de negocio  
Car Business Services  
TÜV SÜD

+ 34 609 364 250

salvador.lopez@tuv-sud.es



**Juan Luis Barahona Fraguas**

Consultor Asociado Digitalización  
Car Business Services  
TÜV SÜD

+ 34 607 259 621

JuanLuis.Barahona@partner.tuv-sud.es



Add value.  
Inspire trust.

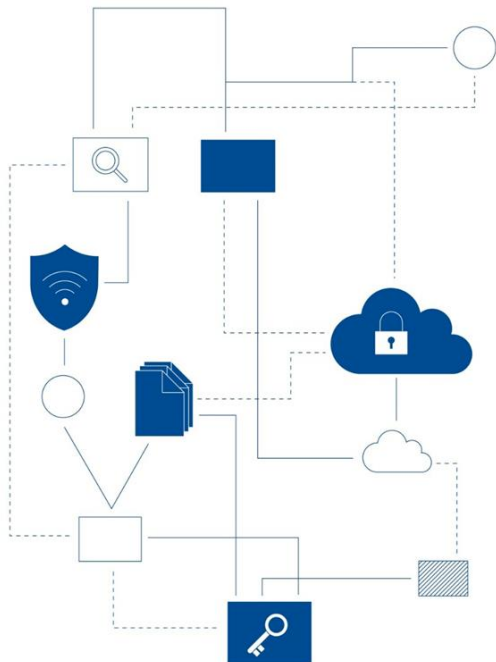
Más valor.  
Más confianza.



# Observatorio INDICE DE DIGITALIZACIÓN CONCESIONARIOS



## ¿Qué es?



1. El proceso de digitalización afecta a todos los sectores de actividad, tanto a la fabricación como distribución de bienes y servicios. **No es exclusivo del sector Automoción.**
2. Comenzó con la invención del microprocesador en 1971. **No es una moda, y tampoco es nuevo.**
3. La generalización del uso de internet y la aparición de los dispositivos móviles han supuesto hitos clave en la aceleración del proceso. **Entorno de multi – conectividad.**



## ¿Para qué?



1. Para adaptarnos a las pautas y comportamiento de consumo de nuestros clientes.  
**Digitalización es acercamiento al cliente.**
2. Para asegurar la competitividad y el posicionamiento de valor de las redes de distribución. **Mantener nuestra posición de fuerza.**
3. Para evolucionar mi modelo de negocio. **Descubrir nuevas oportunidades.**

# Observatorio INDICE DE DIGITALIZACIÓN CONCESIONARIOS



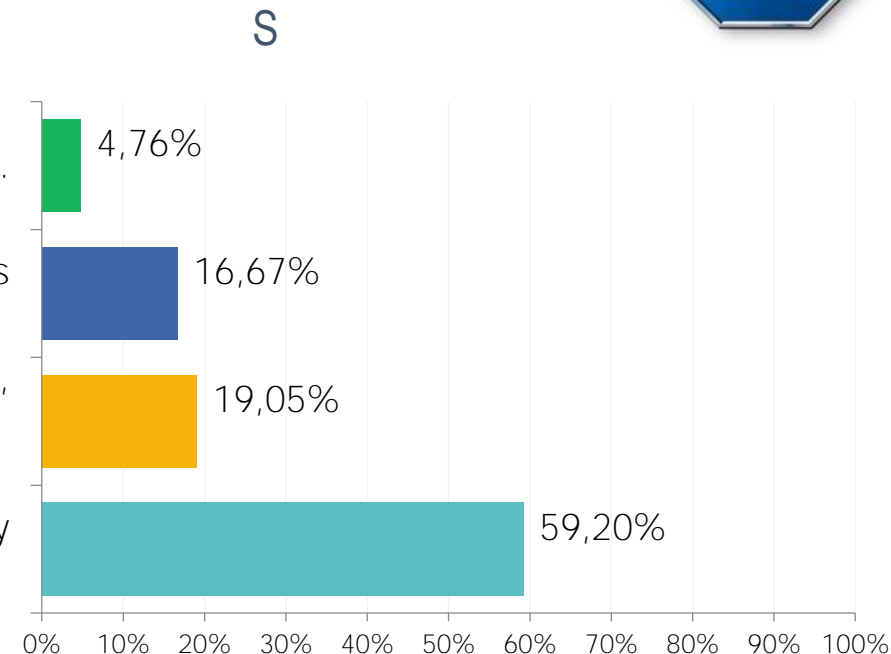
## ¿Objetivos?

1. Ser el termómetro de referencia que mida el status actual. **Saber donde estamos.**
2. Concienciar de la importancia y la urgencia de abordar el proceso de transformación. **Ponernos en marcha.**
3. Establecer un *benchmark* entre marcas y concesionarios que estimule las iniciativas de mejora. **Hacerlo bien.**



Q15: ¿Está el gerente del concesionario convencido de las oportunidades que ofrece la digitalización para su negocio?

- No, pues el mercado aún no da resultados.
- Sí, pero con cautela y solo con herramientas muy probadas o impuestas por la marca.
- Sí, nuestro gerente sabe que el futuro es digital, aunque carece del conocimiento o los medios para implementarlo.
- Sí, nuestro gerente es digital, conoce los retos y los afronta con iniciativa y proactividad.

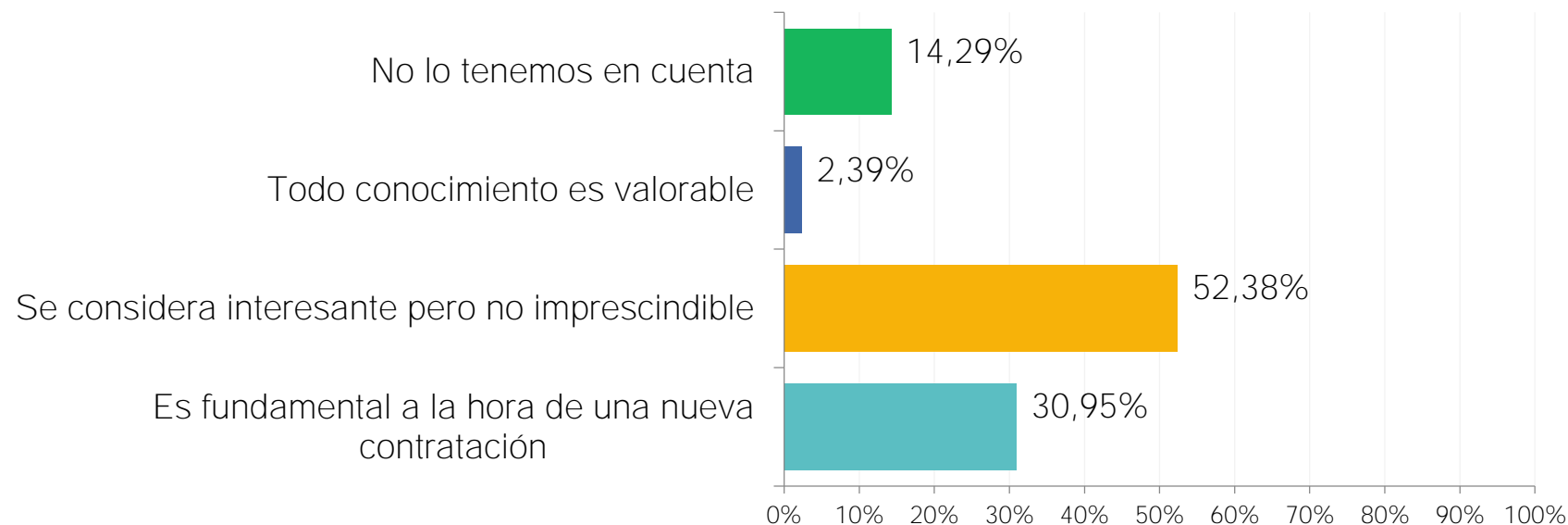


**Debemos creer más en las oportunidades que ofrece la digitalización.**

Si bien el 80% de los concesionarios saben que su futuro pasa por la transformación digital, aunque tan sólo el 60% declara estar convencido.



Q19: ¿Tiene en cuenta las habilidades digitales a la hora de contratar nuevos empleados?

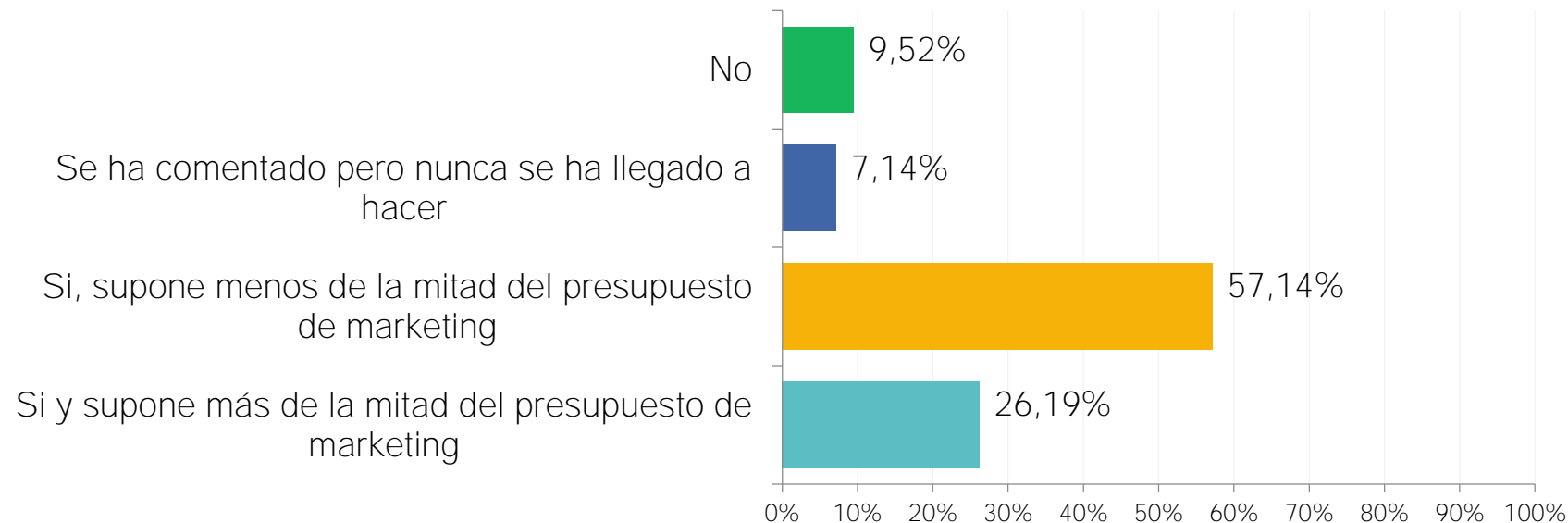


**A la hora de contratar pocas veces damos importancia a las habilidades digitales.  
A la hora de formar tampoco.**

Sólo el 29,27% de los concesionarios cuentan con plan de formación digital para sus empleados.



Q9: ¿Dispone de un plan de marketing digital?



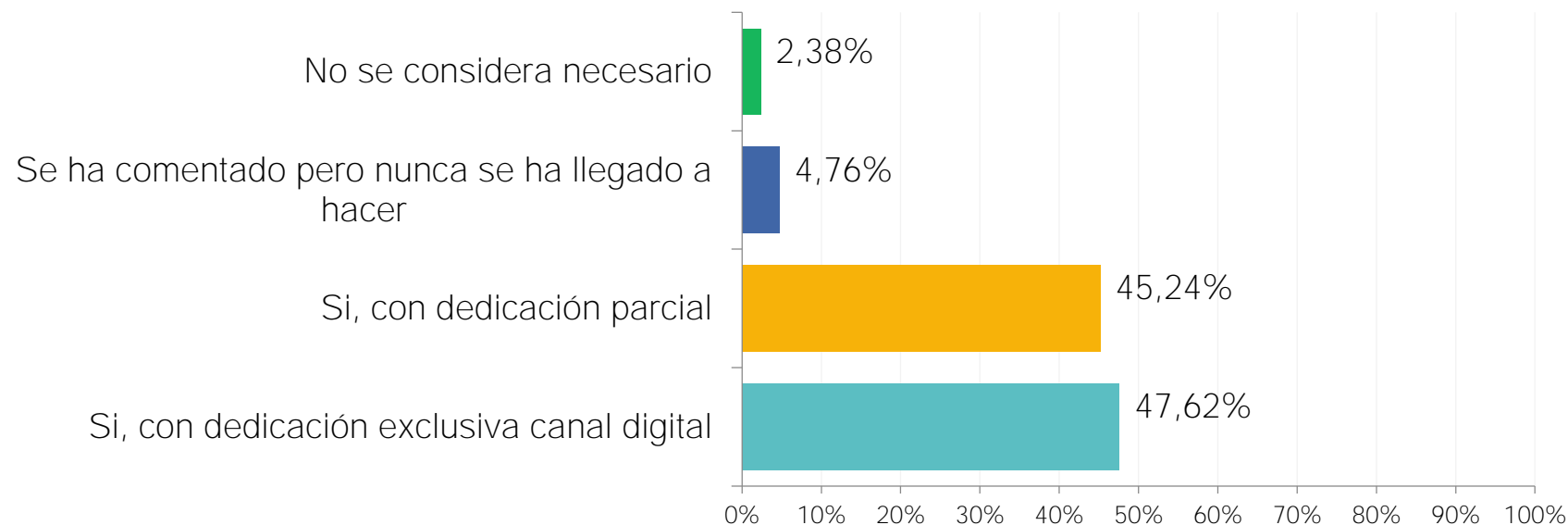
**Concedemos mucha importancia al marketing digital, pero no invertimos lo suficiente.**

El 83,33% tiene plan de marketing digital. Sólo el 26,19% de los concesionarios invierten en digital más que en marketing tradicional (2 Velocidades).





Q11: ¿Cuentan con una persona responsable del marketing digital? (community manager, seguimiento y publicación web, etc.)



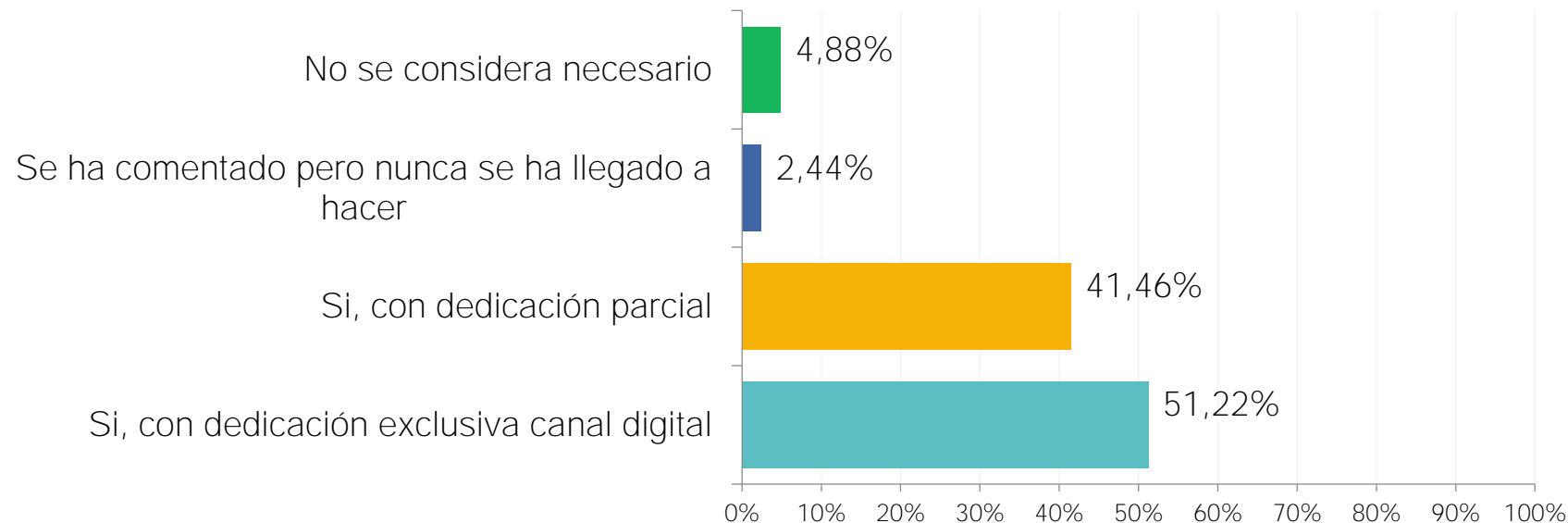
**No dedicamos suficiente tiempo a la planificación y gestión de nuestras acciones de marketing digital.**

El 52,62%, o no tiene un responsable de marketing digital, o no es especialista.





Q8: ¿Cuentan con una persona dedicada a la gestión de leads?

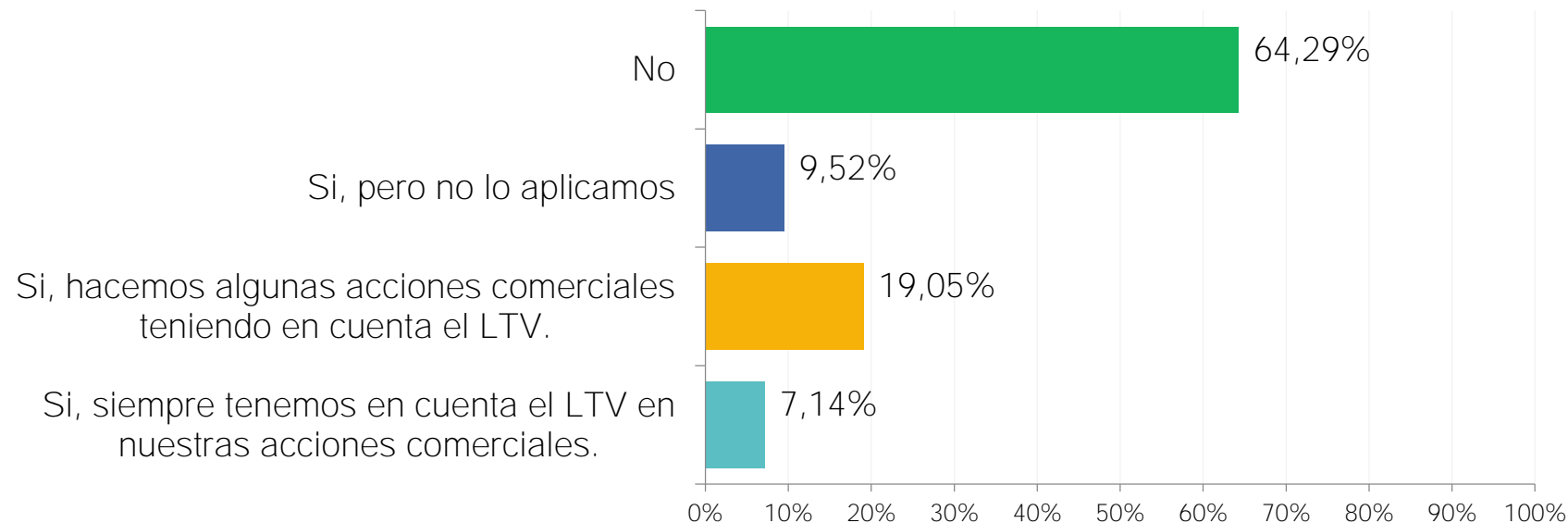


**No se le concede al gestor de leads la importancia que debería tener.**

Tan sólo el 51,22% de los concesionarios tienen un gestor de leads con dedicación exclusiva.



Q35: ¿Sabe cuál es el LTV (Life Time Value – Tiempo de vida) de su cliente?

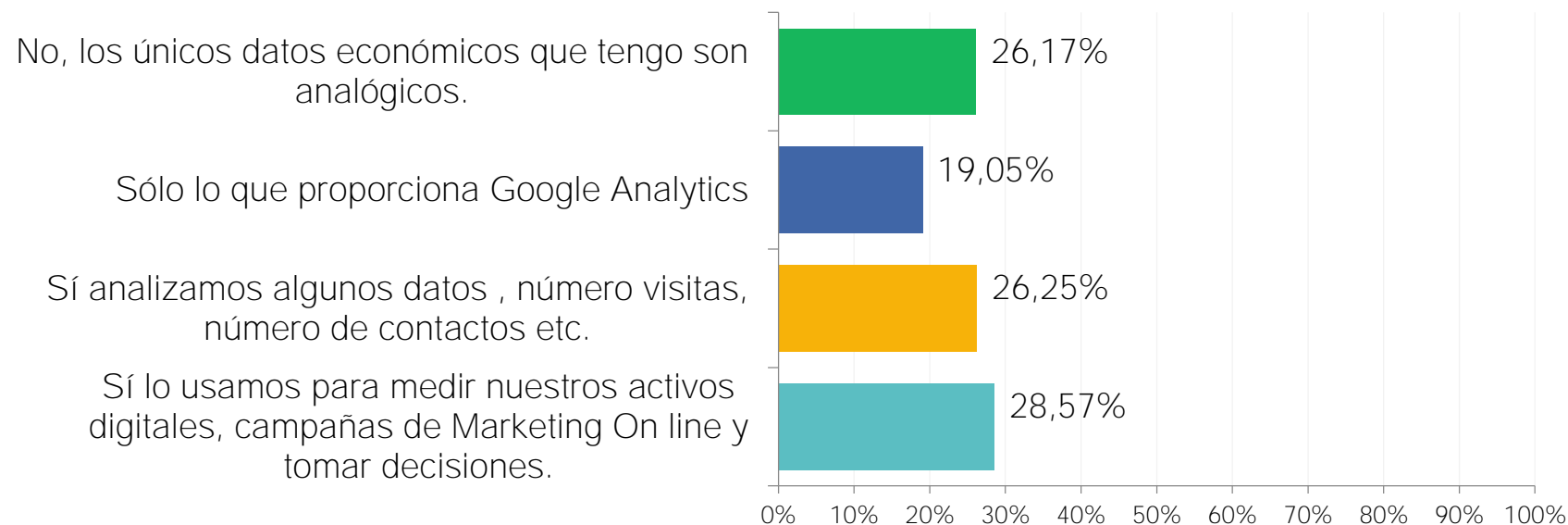


## Pensamos en el cliente a corto plazo.

El 64,29% no conocen el LTV de su cliente. Sólo lo tienen en cuenta en sus acciones comerciales el 7,14%



Q42: ¿Tiene un Dashboard (Cuadro de mando) de su negocio digital?

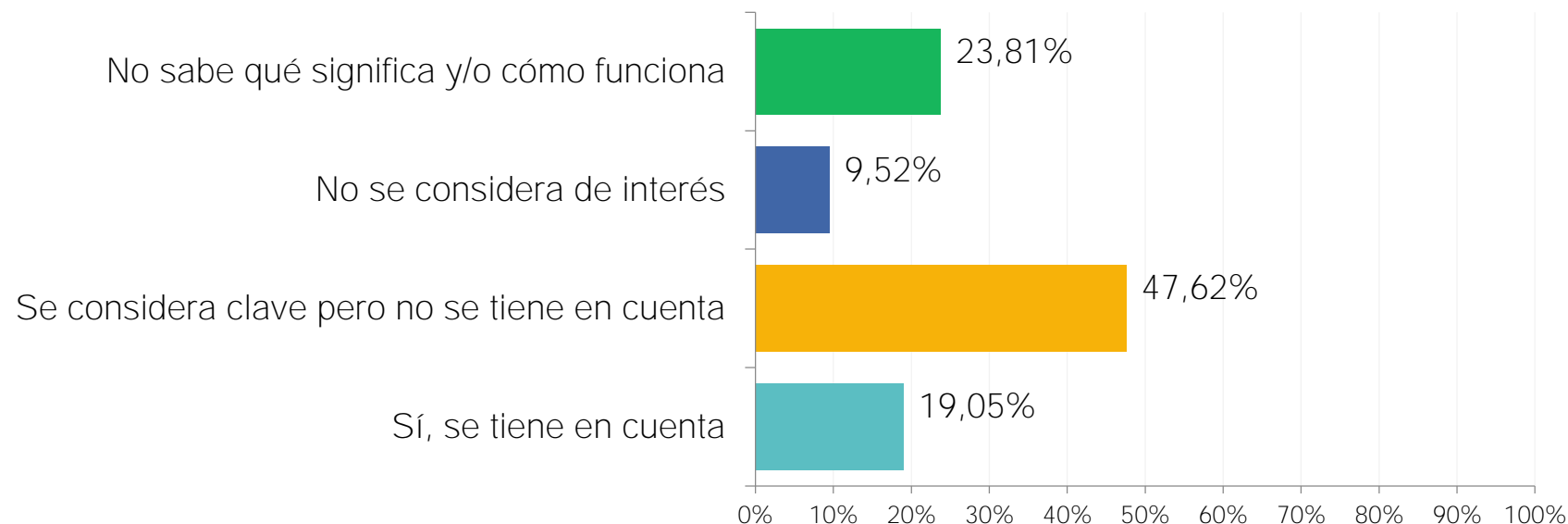


## ¿Por qué no medimos cuando en digital casi todo se puede medir?

El 93% declara realizar acciones para ser encontrados en la web. El 26,17% no mide su negocio digital. Sólo el 28,57% mide de forma exhaustiva.



Q46: ¿Mide el grado de satisfacción del cliente con su experiencia digital (UX - User Experience) en su concesionario?

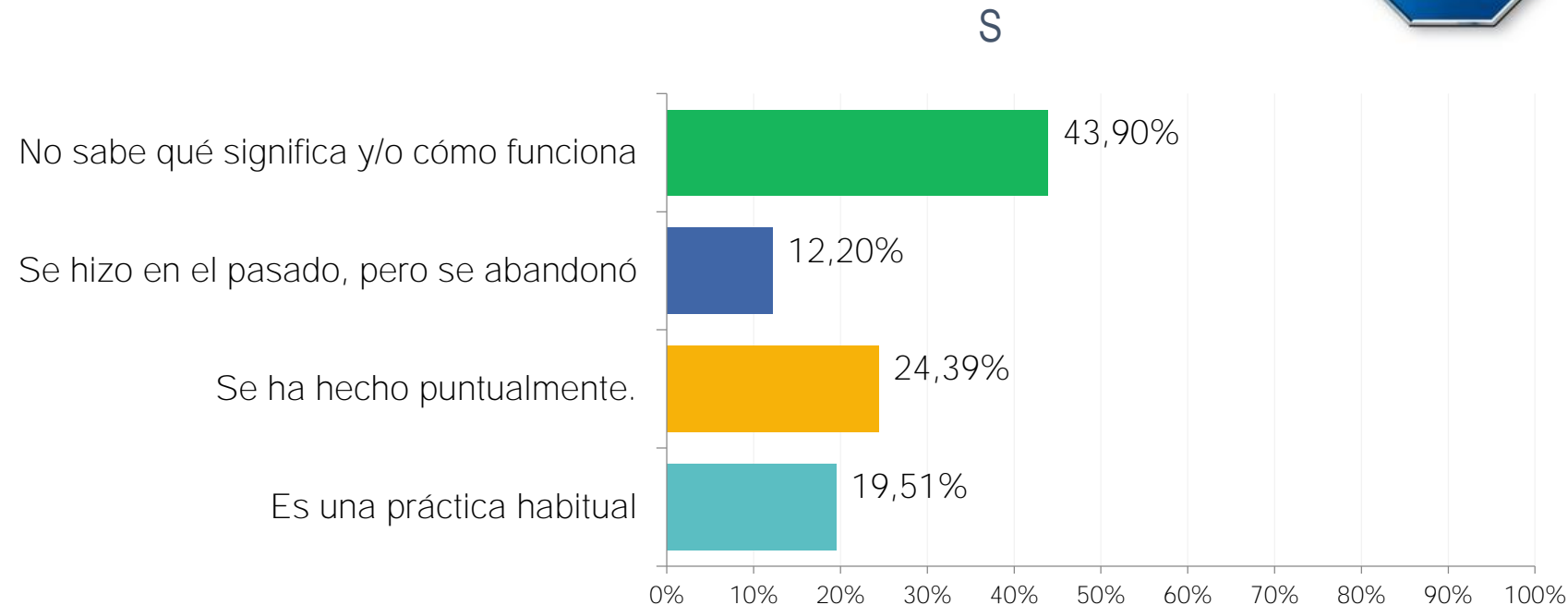


**Aunque nos importa mucho la experiencia física del cliente, no nos pasa igual con la digital.**

Tan sólo el 19,05% la tiene en cuenta.



Q56: ¿Dispone de sistemas digitales de fidelización?

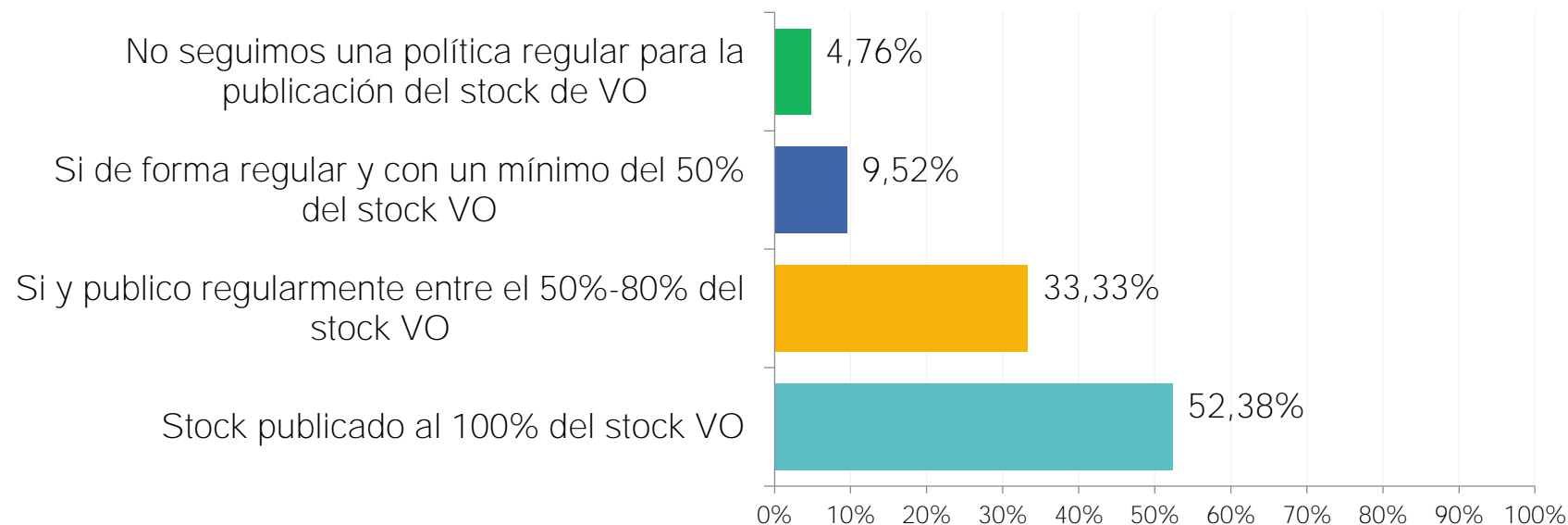


**Invertimos sobre todo en Búsqueda – Captación , algo menos en Conversión y poco en Fidelización.**

El 43,9% no sabe qué es y tan sólo para el 19,51% es una práctica habitual.



Q23: Entendiendo por stock VO, a aquellos coches que están listos para vender (Ready to sale) ¿Tiene usted publicado su stock VO online?

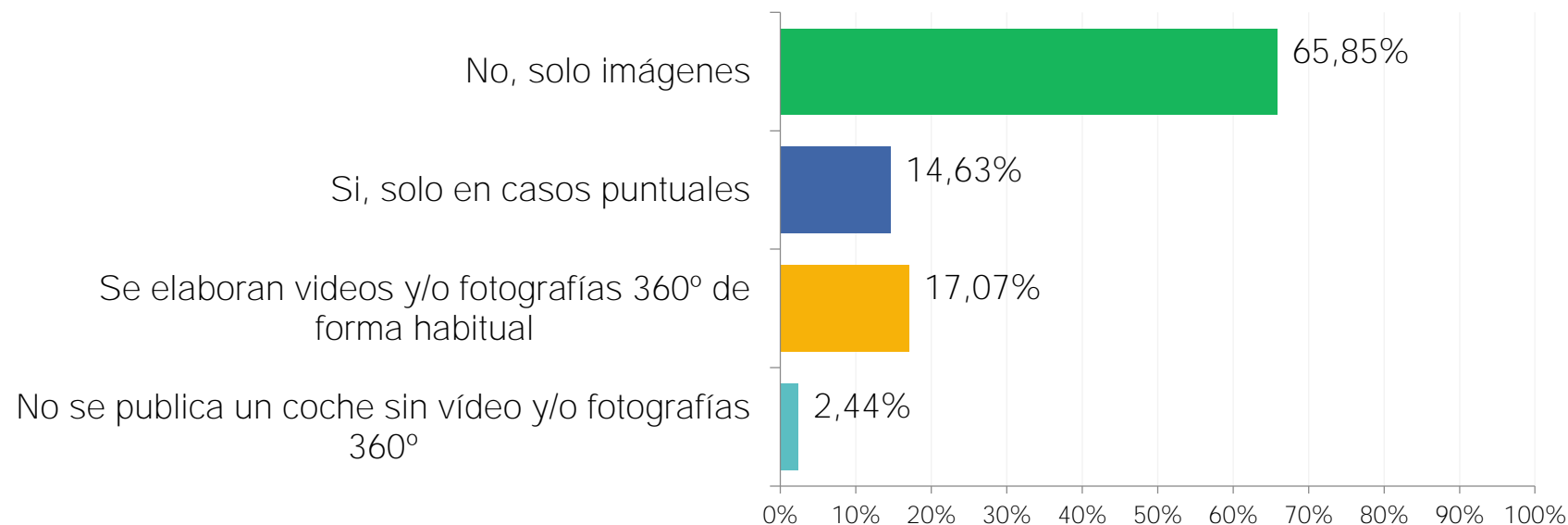


**El vehículo que no está publicado no existe!**

1 de cada 2 concesionarios (47,62%) publica menos del 80% de su stock VO.



Q25: Además de las fotografías  
¿Elabora y publica video y/o  
fotografías 360° de cada vehículo?



**Todos hacemos lo mismo, poca diferenciación.**

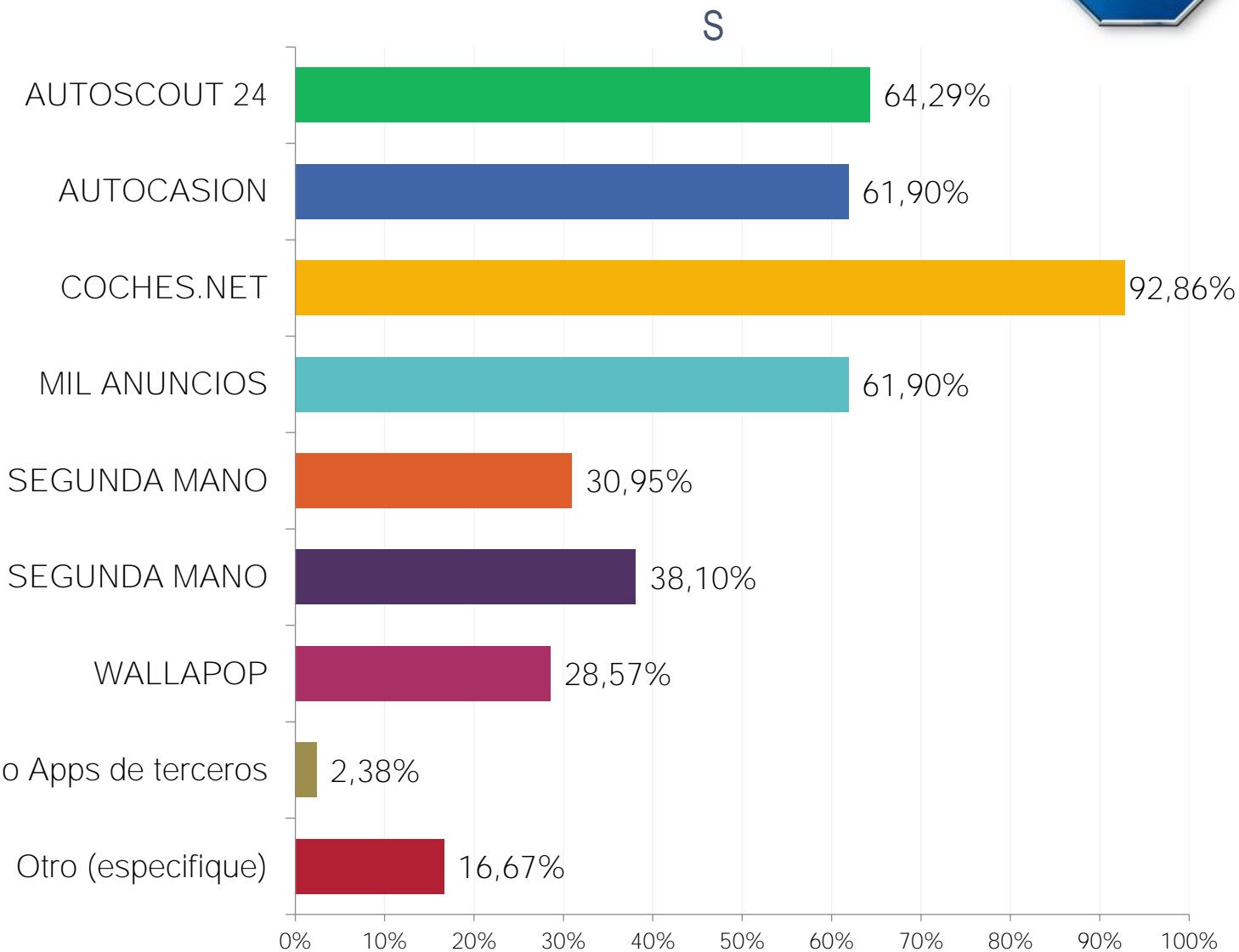
Sólo el 19,41% hace algo más que publicar fotos.





Q51: ¿En qué web/app de terceros publica?

No publicamos en webs o Apps de terceros





## Reflexiones

1. Época de cambios vs Cambio de época.
2. La cuestión no es el cambio, si no la velocidad del cambio.
3. El avestruz vs Integrismo digital.

***Pregúntate si lo que  
estás haciendo hoy  
te acerca al lugar en el  
que quieres estar  
mañana***



## Recomendaciones

1. Capacidad de adaptación y acostumbrarse a vivir en el cambio. *“Being discomfort is the new normal”*.
2. Prueba y error: MPV (Mínimo Producto Viable).
3. Medir.

***Pregúntate si lo que  
estás haciendo hoy  
te acerca al lugar en el  
que quieres estar  
mañana***

# ¡¡Participa en el observatorio!!



<https://es.surveymonkey.com/r/FACONAUTO-TUV-SUD>



**Salvador Jorge López Pulpón**

Desarrollo de negocio  
Car Business Services  
TÜV SÜD  
+ 34 609 364 250  
[salvador.lopez@tuv-sud.es](mailto:salvador.lopez@tuv-sud.es)



**Juan Luis Barahona**

Consultor Asociado Digitalización  
Car Business Services  
TÜV SÜD  
+ 34 607 259 621  
[JuanLuis.Barahona@partner.tuv-sud.es](mailto:JuanLuis.Barahona@partner.tuv-sud.es)  
<https://www.linkedin.com/in/juanluisbarahona/>



Add value.  
Inspire trust.

Más valor.  
Más confianza.

## Gracias por su atención.

