Un salto después de la crisis: cinco consejos para los talleres especializados

* Continental, como socio de confianza, ofrece a sus clientes algunos consejos prácticos parar reiniciar los negocios después de la crisis del coronavirus

Alcobendas (Madrid), 7 de Julio 2020.- Según un estudio actual de McKinsey, la pandemia del coronavirus ha empujado al mercado de la automoción a una crisis sin precedentes donde, por supuesto, los talleres también se han visto afectados. Los pedidos y los clientes han disminuido y muchos de ellos han tenido que aplicar ERTES o reducir las jornadas de sus trabajadores a la mitad de tiempo, sobre todo en los de automóvil, por la reducción de la actividad. Además, las nuevas restricciones y normativas de seguridad han complicado un poco más las operaciones diarias. Por todo esto, será y es necesario un cambio de pensamiento, porque la forma de hacer las cosas antes tal vez nunca vuelva.

Continental, como empresa tecnológica, siempre ha tratado de hacer que su negocio y el de sus socios se adapten al futuro. Por ello, la compañía ofrece a los talleres algunas claves que les ayudarán a resurgir después de la crisis, más fuertes que nunca:

**Consejo 1: Aumenta la eficiencia, el análisis de las operaciones puede ayudar en la crisis**

La situación actual obligará a algunos talleres a adaptarse a nuevas condiciones para sobrevivir. Para muchos, el prolongado estado de emergencia ha provocado un aumento de los costes y una disminución de los ingresos. "En el futuro, muchos talleres tendrán que seguir muy de cerca sus finanzas, y una comprensión clara de sus cifras clave se volverá cada vez más importante en la toma de decisiones", comentan desde Continental. Las empresas con un conocimiento detallado de estos datos pueden adoptar medidas específicas, por ejemplo, gestionar a los empleados de manera más eficaz, optimizar los flujos de trabajo o afinar en su forma de contactar con los clientes. Para ayudarlos, Continental está desarrollando una herramienta precisamente para esto: analizar mejor la situación económica de los talleres de automóviles.

**Tip 2: Trabaja más Seguro, implementa las medidas de seguridad**

Además de analizar su situación comercial, los talleres también deberían prestar atención a disponer de una buena organización. En la actualidad, deben cumplir con todos los requisitos de seguridad, algo que a priori, puede parecer difícil pero que no tiene por qué ser. Los talleres pueden reducir esta complejidad dividiendo el listado total de cosas a tener en cuenta en varias categorías, como, por ejemplo: contacto con clientes, actividades diarias del taller y funcionamiento del taller. Esto ayudará a tener las cosas algo más organizadas y sin necesidad de tener que lidiar con muchos detalles.

Un ejemplo real de implementación de medidas de seguridad es la incorporación de Continental a la iniciativa del sello “Taller seguro ante el COVID-19”, impulsada por TÜV SÜD, para la que la compañía se une a través de sus redes de talleres especialistas: talleres VDO y los expertos en tacógrafo DTCO+, Centros de Frenos ATE y Centros de Reparación Diésel (DRS), en este proyecto para establecer protocolos homogéneos, estrictos y transparentes de higiene y limpieza que permitan establecer una normalidad segura, generando confianza, tanto en el empleado como en el cliente.

**Tip 3: Mantente cerca de tus clientes y avanza hacia lo digital**

El Covid-19 ha dado lugar a cambios fundamentales en la comunicación. La necesidad de reducir el contacto personal ha dado más importancia a los canales digitales. Si antes no estaba claro, ahora sí lo está: los talleres deben estar digitalizados y tener una mayor presencia online. Aunque la mayoría no puede permitirse el salto a la digitalización completa, el proveedor de automoción recomienda empezar por definir estrategias e invertir en herramientas que ayudarán a mejorar la gestión de la empresa como: ofrecer la opción de reservar y gestionar citas online como en el caso de Continental, se hace a través de la ya disponible plataforma digital [TruckOn](https://www.truckon.com/es-es/), aumentar la presencia en Google y redes sociales, disponer de una página propia web donde ofrecer todos los productos y servicios, así como una video presentación integrado y responder rápidamente a los correos electrónicos. "Aquí también, la practicidad está a la orden del día. Lo importante es facilitar la vida de los clientes ofreciendo canales digitales con los que estén familiarizados”, declaran desde la compañía.

Así, la red de talleres para vehículo industrial DTCO+ está avanzando hacia una digitación plena no solo con el uso de herramientas digitales sino también promoviendo canales de comunicación online que ayudan a dichos talleres a impulsar las ventas y la productividad de sus negocios en estos momentos difíciles para todos.

**Tip 4: Invierte en tu equipo, son importantes, especialmente en momentos de crisis**

En la actualidad, muchos talleres están centrados principalmente en la supervivencia, como es lógico pero no deberían pasar por alto la importancia de motivar a sus empleados y hacerlos sentir apreciados. También es necesaria una comunicación abierta sobre la situación actual, así como la formación durante la crisis del coronavirus. Los empleados bien capacitados son el requisito previo para clientes satisfechos. Por ello, Continental ha ampliado significativamente sus ofertas de formación digital, con cursos sobre tecnología y productos, así como webinars específicos para, por ejemplo su red de talleres de Vehículo Industrial, DTCO+.

**Tip 5: Desarrolla una estrategia y elije el camino correcto**

Los talleres que están deseando tener un futuro exitoso después de la crisis, tienen varias oportunidades a su disposición. Sin embargo, como siempre, es importante encontrar la combinación correcta. Las estrategias y medidas adecuadas para cada taller deben tomarse de forma particular para cada uno y ver si estas son viables y darán resultados; es importante diseñar un plan y seguirlo hasta el final.

Continental seguirá trabajando para ofrecer a los talleres una amplia gama de ofertas y servicios para que puedan salir de las crisis más fuertes que nunca, además de ofrecer el apoyo y soporte necesarios para conseguirlo.

Continental desarrolla tecnologías inteligentes y servicios pioneros para la movilidad sostenible y conectada para el transporte de personas y mercancías. Fundada en 1871, la empresa de tecnología ofrece soluciones seguras, eficientes, inteligentes y asequibles para vehículos, máquinas, tráfico y transporte. En 2019, Continental generó ventas de 44.500 millones de euros y actualmente cuenta con alrededor de 240.000 personas en 59 países.

Contacto Prensa

Silvia Cano

Responsable de Comunicación

Comunicación / Interior

Continental Automotive Spain S.A

Phone: +34 637 089 688

silvia.cano@continental-corporation.com