MÁS DE 300 PROFESIONALES DEL MOTOR BUSCAN SOLUCIONES A LA CRISIS Y AL FUTURO DEL SECTOR EN EL V FORO V.O.

El V Foro del Vehículo de Ocasión (V.O.) logra un nuevo éxito de participación al reunir a más de 300 profesionales y más de 40 ponentes en una jornada de debates y coloquios sobre las perspectivas del sector.

- La crisis ha castigado más a los medios que no están en Internet, los compradores se han desplazado al ciberespacio.
- Los profesionales prevén una lenta recuperación del sector y pronostican uno o dos cierres de plantas en España.
- El vendedor de V.O debe buscar la fidelización del cliente a través de la postventa y la gestión.
- Internet es el principal medio de información y consulta en la venta de vehículos de ocasión.
- Los datos del mes de junio permitirán evaluar la repercusión del Plan 2000E.

Madrid, 8 de junio 2009. La quinta edición del Foro Profesional del Vehículo de Ocasión, el punto de encuentro más importante entre actores del sector, se celebró el pasado 3 de Junio en el Auditorio de Mapfre avalado por el éxito de los encuentros anteriores.

El foro coincidió un año más con el Salón del Vehículo de Ocasión y se convirtió en el marco ideal para debatir la situación actual del mercado de la compra-venta de vehículos y plantear posibles soluciones a la crisis económica que afecta al sector.

El IV Foro Profesional del V.O. ha sido promocionado de nuevo por la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (Ganvam) y las empresas ABSline Multimedia y Konecta fueron las organizadoras del evento.

En esta nueva cita de los profesionales del motor, han participado más de 40 ponentes a lo largo de los debates y mesas-redondas moderadas por José Antonio Bueno, Socio Consultor de Europraxis. Además, el foro ha sido el escenario elegido para la presentación del Libro Blanco del V.O de Ganvam y desde él se ha emitido en directo el programa semanal de Economía de Libertad Digital TV, dirigido por

la popular periodista Carmen Tomás.

Un mensaje optimista

El encargado de inaugurar la quinta edición del Foro del Vehículo de Ocasión fue Ramón Ledesma, subdirector general de Normativa y Recursos de la Dirección General de Tráfico.

En su discurso incidió en su deseo de que la DGT no funcione como un obstáculo en la gestión y en los trámites de cambio de titularidad de un vehículo y explicó que desde Tráfico trabajan por la simplificación administrativa y la conversión electrónica del proceso para evitar los desplazamientos físicos de personas y papeles. “Nuestra noticia es intentar no ser noticia”, concluyó.

José Antonio Bueno, socio de Europraxis, tomó el relevo para hablar de la situación económica y su repercusión en el sector automovilístico. Bueno definió el problema como una crisis financiera, económica y estructural en un contexto complejo marcado por la volatilidad. También hizo referencia al Plan 2000E promovido por el Gobierno y que recientemente ha entrado en vigor y elogió el ejemplo de Fiat, de la que afirmó, es la marca que mejor ha sabido aprovechar la crisis. Su pronóstico para España prevé una lenta recuperación y la necesidad de ajustes en fabricantes y producciones. Sin embargo, cerró su discurso con un mensaje en clave optimista, “Hay que seguir navegando en tiempos difíciles, pero de esta tormenta saldremos y el sol volverá a brillar”.

La Biblia del V.O.

La presentación de la tercera edición del Libro Blanco del Vehículo de Ocasión de Ganvam, centró el primer debate de la jornada. Este libro ha sido elaborado por el redactor de **supermotor.com**, Jorge Cocero, y entre otros aspectos da respuesta a aspectos tan importantes como el nivel de información sobre este mercado, dónde se informan los clientes potenciales o qué determina la compra de un vehículo de ocasión.

El Libro Blanco del V.O. se ha consolidado como una herramienta fundamental para los profesionales de la compra-venta de vehículos usados y seminuevos al ofrecer información sobre la opinión de los clientes.

Algunos de los puntos clave de este debate se centraron en la falta de fidelidad crónica de los compradores y en un aspecto que se valoró como mucho más grave, la desconfianza hacia el vendedor del vehículo de ocasión. También se hizo hincapié en el papel de Internet como principal medio de información.

La conclusión a la que llegaron los profesionales se resume en un

mensaje a los vendedores: la gestión no termina en la venta, es necesario fidelizar a los clientes a través del mantenimiento de los vehículos adquiridos.

Internet, el socio perfecto

La segunda mesa-coloquio giró en torno a la red de redes, Internet como herramienta de gestión y venta. A lo largo de este debate, los ponentes analizaron su potencial como elemento para la optimización de recursos y el modo en que Internet se ha posicionado ante la compleja situación económica. Según los expertos, la crisis ha perjudicado más a los medios que no están en Internet, ya que la red brinda posibilidades que permiten transformar la realidad en positivo y los compradores se han desplazado desde la prensa escrita al ciberespacio. Un aspecto fundamental, según los participantes en el debate, es distinguir el papel de Internet como herramienta de información para fomentar la venta y el empleo de la red para la compra directa, algo todavía menos habitual.

Todos han coincido en que hoy en día ya es imposible hablar de la venta de vehículos de ocasión sin hablar de Internet.

Una radiografía del sector

Uno de los coloquios más esperados del foro fue el moderado por la periodista Carmen Tomás, que se emitió en directo en el canal Libertad Digital TV.

En esta ocasión, el tema de debate no se limitó a un elemento concreto sino que tocó todos los aspectos del mercado del automóvil que actualmente provocan más inquietud e interés en la sociedad. Como no podía ser de otro modo, la crisis del sector y las ayudas del gobierno fueron los temas estrella. También se habló del éxito de visitas y ventas que está teniendo el XIII Salón del Vehículo de Ocasión y de cómo la crisis está castigando más al vehículo nuevo que al de ocasión.

Respecto al Plan 2000E, los profesionales del motor manifestaron que es “bien recibido” y defendieron que se estén dando ayudas específicas a este sector por el peso específico que éste tiene en la macroeconomía del país y porque es especialmente sensible a la evolución económica.

A continuación, la última mesa de debate de la jornada se centró en los compradores de vehículos de ocasión y la actuación del cliente final ante situaciones críticas como la presente. El eje de la discusión fue la preferencia de lo urgente sobre lo necesario y si es necesario un ajuste de los precios o una rectificación de los valores.

Los participantes en el coloquio destacaron el serio problema de

fidelización que padece el sector, la dificultad para atraer y mantener a los clientes.

Según los profesionales es necesario definir el cliente potencial y el público objetivo, distinguir lo que es rentable de lo que no lo es, ser prudente con los precios, adecuar la capacidad y el stockaje a la demanda y utilizar todas las posibilidades que brinda Internet. Estas han sido sus conclusiones y el mensaje que transmiten a los vendedores de vehículo de ocasión es que enfoquen la calidad hacia el vehículo y sobre todo hacia el conductor.

El cierre de la jornada lo protagonizó Enrique de la Lama- Noriega Cardús, Director del Departamento de Economía del C.E.O.E. Fue el broche a una jornada marcada por la incertidumbre ante los retos de futuro que se presentan al sector del vehículo de ocasión y la búsqueda de soluciones a la crisis económica. Tras su intervención el Foro Profesional del Vehículo de Ocasión cerró las puertas de su quinta edición con un nuevo éxito de participación