ÉXITO DE PARTICIPACIÓN EN EL I FORO INTERNACIONAL PARA PROFESIONALES DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

17 de Noviembre de 2005. **El Primer Encuentro Internacional para Profesionales del Vehículo de Ocasión celebrado recientemente en Madrid ha concluido con un excelente balance de asistencia y participación. Más de 200 profesionales acudieron para informarse y debatir sobre los retos y preocupaciones del sector.**

Las nuevas estrategias de gestión de concesionarios, los retos y las preocupaciones del sector fueron los temas de debate en el I Encuentro Internacional de Profesionales del Vehículo de Ocasión, que se celebró recientemente en Madrid. Los más de 200 profesionales asistentes que se congregaron en el encuentro, tuvieron la oportunidad de debatir sobre temas de actualidad, como los nuevos canales de abastecimiento de vehículos, la importancia del nuevo contrato de compraventa de VO o los nuevos mercados potencialmente activos en Europa. Los debates y ponencias estuvieron moderados por algunos de los representantes de compañías y asociaciones vinculadas al sector, como ABSline Multimedia, MSI y Ganvam.
El crecimiento del mercado del vehículo de ocasión en los últimos años ha sido espectacular y según las previsiones el año 2005 cerrará con unas ventas de 1,6 millones de unidades y una ratio de 1 o 1,1 vehículo usado por cada vehículo nuevo. Dada esta gran expansión del sector, los expertos ponentes explicaron algunas de las claves que pueden hacer del negocio del vehículo de ocasión un éxito tanto a nivel nacional como internacional.

El ciclo de compra-venta del V.O.

El proceso de negocio desde el abastecimiento de stocks hasta las fórmulas para optimizar las ventas se analizaron en profundidad por los profesionales asistentes. El ciclo se abrió con un debate sobre la cadena de aprovisionamiento de vehículos, con especial hincapié en canales como Internet o la importación de vehículos desde otros países.
Andreas Schwarzenbacher, presidente de EAW Spain, explicó que *'una de las soluciones para optimizar la rentabilidad de los concesionarios es utilizar los portales de Internet como ABSline.com o EAW-Spain.com para aprovisionarse de vehículos, ya que hoy en día ofrecen fiabilidad y confianza y ofrecen las ventajas de eliminar la barrera idiomática y reducir los costes'* .

La preparación del vehículo de ocasión para su venta, el acondicionamiento, las garantías y el contrato de compraventa centraron la segunda parte de las conferencias. Y es que la utilización de procedimientos como el contrato de compraventa exento de cláusulas abusivas desarrollado por la asociación de concesionarios Ganvam, puede contribuir a mejorar la transparencia y la fidelización de los clientes. Igualmente los procesos de certificación pueden mejorar la satisfacción de los clientes, tal y como explicó Roby Said, director de la consultoría ATISAE: *'el certificado de calidad de los vehículos de ocasión tiene como objetivo transmitir seguridad al cliente y ofrecer imagen de calidad y transparencia y es una manera de garantizar al cliente un buen producto'* .

Finalmente, se analizó el proceso de venta de VO, un mercado que, según las previsiones de la compañía MSI, crecerá un 16,9% en 2005 con respecto al año anterior y se comercializarán más de 2 millones de unidades (incluidos turismos, todo terrenos y vehículos industriales), mientras que en 2006 se venderán 2.360.759 vehículos de ocasión (entre turismos, todo terrenos y vehículos industriales), lo que supondrá un crecimiento del 11,9% con respecto a 2005.

Ante este espectacular crecimiento previsto, se ofrecieron interesantes soluciones de expansión y optimización de los resultados de los negocios, como la posibilidad de exportación a mercados emergentes o la utilización de herramientas para aumentar la demanda, como el marketing, los planes de medios o la exposición en ferias de vehículos de ocasión.

Idelfonso Martínez, Director de Medios y Planificación de Konecta the Agency, comentó en su conferencia que *'un eficaz plan de medios debe seguir algunos pasos, como definir objetivos de comunicación, limitar un público objetivo, un ámbito de activación, estimar un presupuesto, elegir los adecuados medios de comunicación para difundirlo y, finalmente, realizar un control y un plan de cotingencias'* .

Presencia internacional

Uno de los grandes atractivos del evento fue la participación de profesionales procedentes de Alemania, Chequia y Polonia, que ofrecieron sus puntos de vista sobre su experiencia en el mercado de VO y expusieron las posibilidades que ofrecen estos potenciales mercados para los profesionales españoles. Este foro ha sido organizado por las compañías ABSline Multimedia, especializada en información y servicios de automoción a través de Internet, Konecta Eventos, dedicada a la organización de congresos y formación de directivos y MSI, una de las firmas líderes en previsiones y estudios de mercado del sector.

Contacto para prensa:
Sara Soria /Bárbara Maregil
Telf: 91 484 57 55/54
Fax: 91 484 25 81
Email: prensa@supermotor.com
Url: www.supermotor.com

Aviso legal © Copyright ABSline Multimedia S.L.