

Asunto: Plan de acción Comercial

Fecha: 9/11/07

Circular: 82/07

Red de Distribuidores Ford.

**At'n.: Director General
Gerente General
Gerente de autofinanciamiento**

Como ustedes saben, este año el mercado ha sufrido grandes cambios motivados principalmente por el incremento desmedido de la competencia y la agresividad de sus promociones, lo que ha hecho que los productos de crédito se encuentren cada vez más cerca de aquellos clientes que originalmente pertenecían al mercado del autofinanciamiento.

La incorporación de los bancos, tiendas departamentales, sofoles y arrendadoras a la oferta del crédito, ha generado la disminución de tasas de interés, plazos y requisitos de crédito, situación que dificulta la competencia abierta de las autofinanciadoras.

Lo anterior nos obliga a buscar alternativas que nos permitan continuar con el liderazgo que nos ha caracterizado en los últimos años, identificando a nuestro nuevo mercado objetivo, conociendo sus hábitos, gustos y preferencias.

1) Conscientes de la problemática actual y de los cambios que se requieren para enfrentar el mercado actual, el Comité Ejecutivo de Conauto ha autorizado 6 estrategias que nos ayudarán de manera importante a retomar el nivel que nuestra empresa ha demostrado en los últimos años:

1. Nueva y agresiva campaña de publicidad.

Estamos lanzando a partir de este mes, una agresiva campaña de publicidad en diferentes medios como nunca antes, sin comparación alguna con lo que actualmente hace la competencia. La estrategia de nuestra publicidad, se basa en un concepto que nos identifica totalmente de cualquier otra propuesta existente en la oferta del sector automotriz, ya que está basada en el significado de nuestro nombre, es una analogía entre "**Sin auto**" y "**Conauto**", representando en la comparación, situaciones cotidianas, es por ello que sólo Conauto puede utilizar esta publicidad.

2. Menciones en radio y televisión.

Los medios que se están utilizando son:

Televisión con menciones todos los domingos hasta fin de año en el programa “**Al fin el fin**” de TV. Azteca.

Radio nacional en el programa “**Panda Show**” con **72 spots** y **9 menciones**; **Radio regional**, con **18,450 spots**, toda esta campaña hasta la primera quincena del mes de Diciembre.

3. Publicidad en exteriores.

Se están colocando **36 carteleras** en puntos estratégicos, **cabeceras y panel de andén** en el sistema de transporte público **Metro** en las Ciudades de **Guadalajara, D.F. y Monterrey**, esta campaña tendrá una duración de 2 meses.

4. Plan Empresarial 60 meses.

Este plan nos permite tener la mensualidad más baja del mercado con esquemas de pago adecuados al mercado asalariado, siendo la única opción que existe en el mercado para este tipo de clientes, además de ser de los planes con menos porcentaje de bajas y presentar el menor riesgo, adicionalmente se decidió lanzar este plan ya que los distribuidores que a la fecha han logrado mantener un buen nivel de ventas con base a su objetivo tienen como constante, haber incrementado de manera importante sus ventas con el plan empresarial.

5. Revisión de las Políticas de crédito.

Con la finalidad de ser competitivos y de alinear los requisitos de crédito a la agresividad comercial que buscamos, se están revisando las Políticas de crédito para ofrecer a nuestros clientes un trámite de evaluación de acuerdo a los planes comerciales que lanzamos, con requisitos que vayan de acuerdo a nuestro mercado meta.

6. Modificación de objetivos.

Se analizaron los objetivos originales y se modificaron de acuerdo a la realidad que estamos viviendo en el mercado, esto nos permitirá apoyar a los Distribuidores con la renta de puntos de venta ya que, al no estar logrando los objetivos mensuales, no han recibido apoyos, generando desánimo por parte de Gerentes Generales quienes en algunos casos han decidido cerrar los puntos de venta y pasar a los vendedores a venta tradicional.

II) Aunado a estas **6 grandes acciones autorizadas por el Comité Ejecutivo** y con el interés de reforzarlas, estamos realizando las siguientes actividades y propuestas con los Distribuidores para que juntos logremos que Conauto continúe siendo el número uno en el mercado:

1. Evaluación de los puntos de venta actuales.

Los Gerentes de zona realizan en conjunto, una evaluación para determinar que los puntos de venta sean vigentes de acuerdo al entorno actual y al nuevo perfil del cliente,

2. Sustitución de puntos de venta actuales por locales comerciales.

Basándonos en el análisis de puntos de venta, los Gerentes de zona están proponiendo en muchos casos, el cambio de islas en centros comerciales a locales ubicados en zonas en donde encontramos a nuestro cliente, logrando con estos últimos y a través del cambaceo, mayor confianza y seguridad.

3. Implementación de clínicas de venta.

Los Gerentes de zona realizan de clínicas de venta creando escenarios específicos al mercado actual, logrando con ello que los vendedores se adecuen a esta nueva situación mediante una nueva forma de prospección que nos permita identificar con base a las necesidades del cliente, el producto que deben ofrecer, diferenciando claramente si el cliente es para nuestro producto o no.

4. Eventos especiales para el nuevo mercado.

Con base en la encuesta aplicada en mercados de abastos y, con la finalidad de atacar el comercio informal, se organizaran eventos para hacer promoción de nuestros planes, dichos eventos se harán basándonos en los gustos y preferencias de este tipo de personas utilizando música, lugares, comida y el lenguaje adecuado para llamar su atención.

5. Impulsar el trabajo de cambaceo.

Una de las características de nuestros clientes es que no visitan las instalaciones de las Distribuidoras por que piensan que no pueden adquirir un auto nuevo, decidiéndose comprar un seminuevo.

La estrategia para contrarrestar esto es crear equipos de trabajo de cambaceo en el que la fuerza de ventas se acerque al lugar en donde nuestros clientes trabajan, viven, realizan sus compras o se divierten, ofreciéndoles las ventajas de nuestro sistema de autofinanciamiento para adquirir un auto Ford nuevo.

Con la finalidad de mejorar el control de la cartera de clientes y rotación de vendedores, los Gerentes de zona están realizando las siguientes propuestas de mejora:

6. Esquema de pago de comisiones productivo e innovador.

En las visitas de los Gerentes de zona, se está presentando una propuesta para implementar un esquema de pago a los vendedores con los siguientes beneficios:

- a) Disminución de la rotación de vendedores.
- b) Incremento de la venta de contratos.
- c) Disminución de los porcentajes de bajas (cancelaciones y rescisiones).
- d) Incremento de unidades pagadas.
- e) Incremento del nivel de satisfacción de nuestros clientes.

Este esquema de pago a vendedores nos permitirá que ellos se dediquen 100% a vender, olvidándose de la administración de la cartera.

7. Creación de estructuras administrativas para la atención a la cartera de clientes.

Con la finalidad de garantizar que se cumpla el objetivo de estrenar por parte de nuestros clientes, es necesario contar con una estructura administrativa que se haga cargo de cada cliente desde el momento en el que realiza el pago de la segunda mensualidad, hasta recibir su unidad.

- **Agencia de publicidad en juntas regionales.**

La nueva agencia de publicidad participó en 5 de nuestras 8 juntas regionales con el objetivo de identificar las necesidades y características de la publicidad efectiva en cada una de las regiones.

8. Junta con los 10 mejores Gerentes de Autofinanciamiento a nivel nacional.

Con la finalidad de analizar la problemática actual, las acciones que se están aplicando y recomendaciones sobre los aspectos que son necesarios para nuestra mejora y para incrementar las ventas y pago de unidades, se organizaron las siguientes actividades con los Gerentes de Zona más representativos a nivel nacional en las que se habló sobre las áreas de oportunidad de Conauto, realizando las siguientes sugerencias:

- a) Sesión con la nueva Agencia de publicidad en las juntas regionales.
- b) Sesión con los 10 Gerentes de Autofinanciamiento más representativos.
- c) Junta de trabajo con un grupo de enfoque de 8 Gerentes con un asesor externo para detectar necesidades de capacitación y retroalimentarnos sobre las áreas de oportunidad de Conauto.

9. Curso de capacitación especializada para Gerentes de Autofinanciamiento.

Después de la reunión con el grupo de enfoque, se diseñará un curso de capacitación, mismo que se impartirá en cada zona abarcando temas que nos permitirán corregir las debilidades detectadas, este curso estará coordinado por el mismo asesor externo.

Estamos seguros que con la participación del Comité Ejecutivo, el apoyo de cada uno de los Distribuidores Ford y el compromiso del Corporativo, podremos retomar nuestro paso de líderes en el mercado de autofinanciadoras de marca; es tiempo de invertir juntos el esfuerzo necesario para triunfar; ¡Estoy seguro que lo lograremos!

Gracia por su valiosa participación, confianza y esfuerzo.

Atentamente.



Lic. Fernando Murguía Sierra
Director Comercial.

ccp. Ing. Sergio González Whitt / Director General