



PISO DIGITAL CONAUTO RESULTADOS FEBRERO 2021

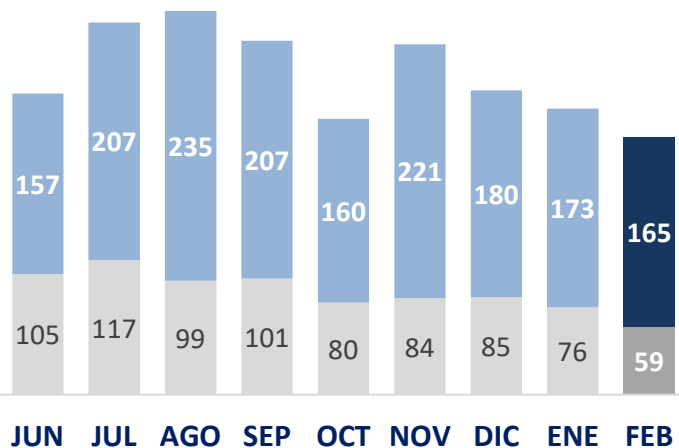
Viernes 12 DE MARZO DE 2021

Estimados Distribuidores les compartimos los resultados de la estrategia PISO DIGITAL CONAUTO durante febrero, donde las ventas logradas mediante canales digitales lograron un máximo de 73.7%, dando continuidad a los excelentes resultados que ha demostrado desde su puesta en marcha.

FEBRERO 2021

165 **73.7 %**
del total de
las ventas
Ventas Digitales

■ Otros canales ■ Digital



TOP VENTA DIGITAL DE CONTRATOS

1	CDA Península (Mérida)	20	77 % de 26 contratos
2	León automotriz	15	100 % de 15 contratos
3	SS Irapuato	11	92 % de 12 contratos
4	Rispe Automotriz	10	91 % de 11 contratos
5	Zamora	8	100 % de 8 contratos
6	CDA Península (Cancún)	8	100 % de 8 contratos
7	CM Américas	8	32 % de 25 contratos
8	Automotriz Jalbra	7	100 % de 7 contratos
9	SS León	7	70% de 10 contratos
10	Gimsa	7	58% de 12 contratos

Leads generados por los Distribuidores

5,241  **FACEBOOK**
100%

Leads generados por Conauto

1,119  **FACEBOOK** 76%
 **SITIO WEB** 9%
 **WHATSAPP** 15%

Total leads generados en febreo 2021

6,360

Citas concretadas

45%

De las citas agendadas se pudieron concretar lo cual se mantiene en línea con los resultados de los últimos meses.

Efectividad

5%

La tasa de conversión a venta registra uno de los mejores resultados desde el inicio de la pandemia a pesar de ser un mes corto.

Atención a prospectos de Leads

Como cada mes nos gustaría tratar un tema de relevancia para la mejora del trabajo de leads, en este caso es oportuno tratar la relevancia de dar atención puntual a los leads que se generan tanto por parte de **Corporativo Conauto** como por cada uno de los distribuidores de la red. Este es un punto que constantemente se menciona en los cursos de prospección digital, sin embargo detectamos que aun tenemos áreas de oportunidad para poder mejorar este aspecto a la estrategia de “Piso digital”.

El primer punto para mejorar la atención de los leads es el tiempo que nos toma dar respuesta a una solicitud creada mediante un lead. Como sugerimos normalmente, dar atención dentro de los primeros 5 a 15 min después de que el prospecto envió su solicitud es seguro que aun este utilizando su teléfono móvil y por lo tanto nos responda tanto llamada como mensajes, por otro lado la posibilidad de entablar dicha conversación si esperamos hasta una hora cae drásticamente como vemos en el grafico; y dejar pasar aun mas tiempo reduce hasta en 6 veces la posibilidad de entablar una conversación.

Considerando estos parámetros mantenemos nuestra solicitud para que el equipo de ventas pueda enfocarse durante los días de campaña a la atención de estos prospectos para así asegurar que se obtenga el mejor resultado posible.

Posteriormente a este primer contacto es mucho mas fácil continuar la negociación y nutrimiento de información y promociones para el lead mediante un flujo constante de comunicación con el prospecto en los días y semanas siguientes, sin embargo lograr la primera interacción será mucho mas fácil si se le atiende con la prontitud que las comunicación y las redes sociales permiten hoy en día..

En meses posteriores retomaremos este y mas datos y consejos para mejorar la atención de prospectos vía leads para fortalecer así la Estrategia de **Piso Digital Conauto** y mejorar los resultados mes a mes de tal forma que logremos el cumplimiento de objetivos de **Grupo Conauto**.

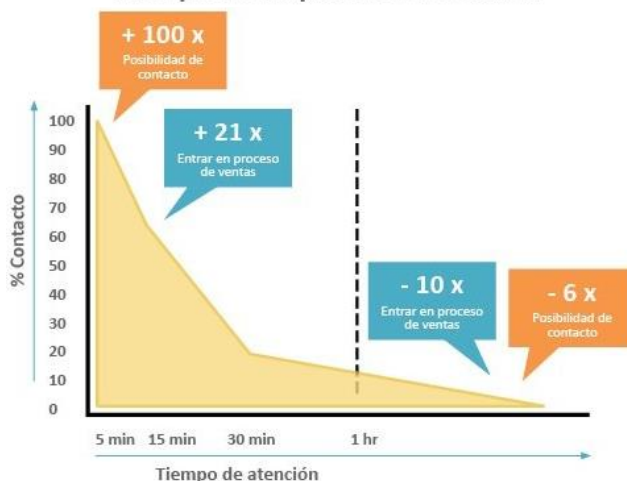
“No cambies la meta, cambia la estrategia.”

Atentamente,

Carlos Arturo Urban Lozano
Gerente Nacional de Ventas
Y Capacitación

Luis E. Pérez Rosales
Gerente de Mercadotecnia y Ventas
Digitales

Tiempo de respuesta a los leads.



Fuente: Harvard Business Review, de James Oldroyd (2007), The Best Practice for Lead Response Management