

PISO DIGITAL CONAUTO

RESULTADOS JUNIO 2021

CIRCULAR CONAUTO -091/2021

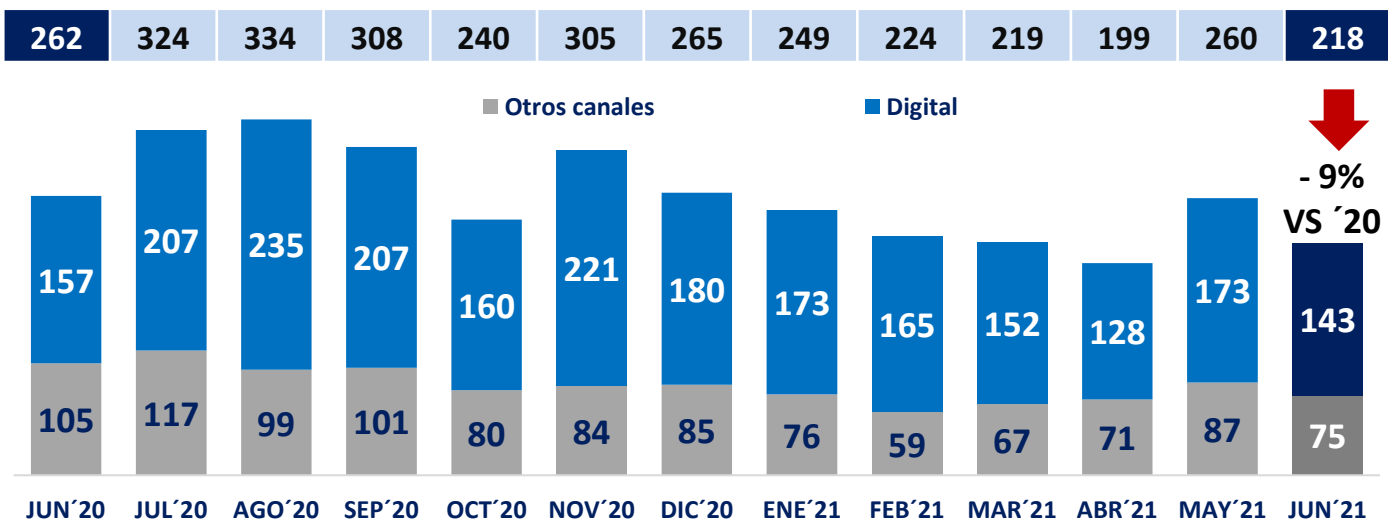
VIERNES 19 DE JULIO 2021

At'n: Director General, Gerente General, Gerente Conauto, F&I Conauto y Asesores de venta.

RESULTADOS MENSUALES

Estimados Distribuidores les compartimos los resultados de la estrategia PISO DIGITAL CONAUTO durante el mes de **junio**, donde el canal digital mantuvo su importante participación para el logro de las ventas mensuales, obteniendo 66.5% del resultado, cifra alineada con resultados previos pero que también indica que se pueden pulir las practicas que llevamos acabo con este canal.

JUNIO 2021 **143** Ventas Digitales



TOP NACIONAL DE VENTAS DIGITALES JUNIO 2021

TOP VENTA DIGITAL DE CONTRATOS JUN'21

1	CDA PENÍNSULA (MÉRIDA)	19	83% de 23 contratos
2	SS IRAPUATO	13	81% de 16 contratos
3	LEÓN AUTOMOTRIZ	12	100% de 12 contratos
4	AUTOMOTRIZ VICTORIA	10	83% de 12 contratos
5	MOTORES DE MORELOS	10	100% de 10 contratos
6	CM AMERICAS	9	47% de 19 contratos
7	PICACHO GRUPO AUTOMOTRIZ	8	89% de 9 contratos
8	SS LEÓN	6	55% de 11 contratos
9	GIMSA AUTOMOTRIZ	5	42% de 12 contratos
10	MYLSA	5	56% de 9 contratos



ATENCION Y TRABAJO CON LOS LEADS - JUNIO 2021

LEADS DISTRIBUIDORES

3,740

LEADS CONAUTO

1,064

TOTAL LEADS GENERADOS EN JUNIO 2021

6,090  7.6 % VS Jun'21

CITAS CONCRETADAS

63.3% De las citas agendadas se pudieron concretar.

EFECTIVIDAD

4.8% La tasa de conversión.

 FACEBOOK
76 %

 WHATSAPP
10 %

 SITIO WEB
14 %

MEJORAS EN EL PROCESO DE PROSPECCION DIGITAL

Comunicación y trabajo con los leads mediante los DRVIE Corporativos

Como parte de los esfuerzos constantes para mejorar la labor de prospección digital, tanto con las campañas corporativas como con las que se llevan a cabo por cada uno de los distribuidores; por lo tanto desde hace algunos meses compartimos los leads mediante un **Sheet de Google Drive**



Google
Sheets

Este medio de trabajo que resulta mucho mas rápido y eficiente, ya ha sido adoptado por numerosos equipo dentro de la red, es por eso que se decidió implementarlo también para las campañas Corporativas; de esta manera **compartimos de manera instantánea los leads** no solo a los gerentes Conauto, sino también a los miembros de su equipo de ventas y responsables directos de contactar a los leads.

De esta forma podemos mejorar el trabajo de prospección al recibir datos del proceso de contacto:

LEADS FACEBOOK CONAUTO																
FECHA	HORA	SUCURSAL	MEDIO DE CONTACTO	NOMBRE	TELEFONO	CORREO	VEHICULO DE INTERES	COMENTARIOS DEL LEAD	HORA DE ATENCIÓN	ASESOR	ESTATUS	CONTACTO 1	CONTACTO 2	CONTACTO 3	CONTACTO 4	CONTACTO 5

Cada uno de los puntos que ustedes nos ayudan a retroalimentar en el Drive nos sirven para conocer cual ha sido **la calidad del lead** mediante la respuesta que les dan a los vendedores y como llevan acabo **la estrategia de contacto de leads** el equipo de ventas; es por esto que resulta muy importante que todas las campañas tenga la información completa para mejorar tanto nuestra estrategia como el trabajo de contacto y re contacto.

En cuanto a la estrategia de contacto de Leads, aprovechamos para recordar los puntos medulares que deben cumplir:

- Contacto de lead dentro de los primeros 5 min después de recibirlo.
- Contactar por todos los medios posibles (teléfono, WhatsApp, Mensaje de texto, Email)
- Planeación del número de contactos y estrategias de Remarketing aplicadas para los leads en meses posteriores
- Mantener al día el personal a cargo de atender leads enviando cada mes el correo de Gmail de quien será responsable de los mismos.

La implementación adecuada de este medio de trabajo será muy útil sin duda alguna para lograr un avance permanente en la ejecución de la “Estrategia de Piso Digital Conauto”; efecto que finalmente, se verá reflejado en el cumplimiento de ventas que podemos lograr como **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