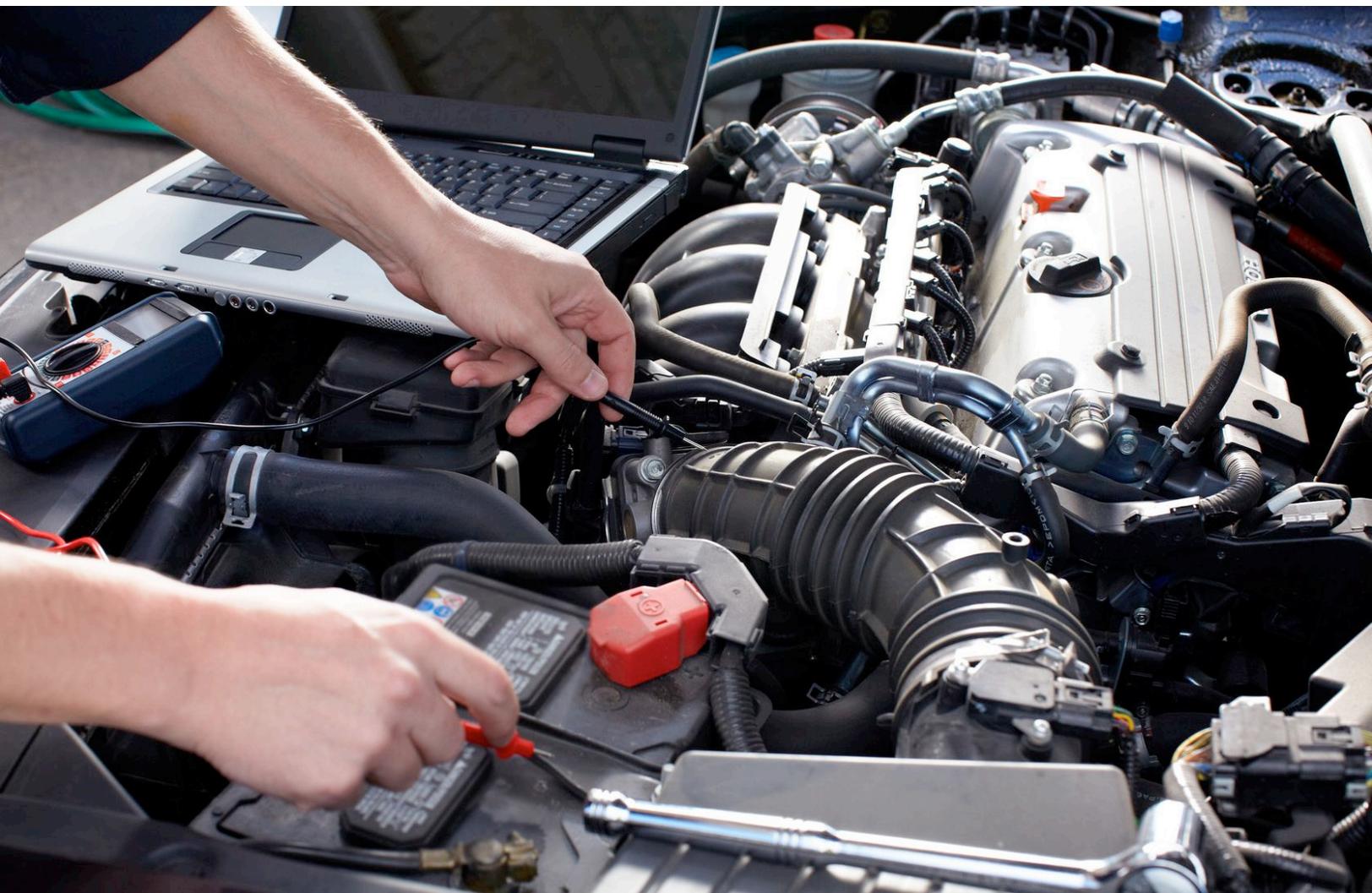


DRIVEN

SERIES DE GESTIÓN DE LA NADA

Una guía al distribuidor de

**Como Operar de Manera Segura tu
Distribuidora Durante una Pandemia**



Junto con la información disponible en el Hub de Coronavirus de NADA, esta publicación tiene como objetivo ayudar a los miembros distribuidores de NADA con los problemas específicos que plantea COVID-19. Todo el contenido y los materiales son sólo para fines de información general, y en muchos casos proceden de entidades gubernamentales y otras entidades. Toda referencia a una entidad, persona, organización, actividades, productos o servicios, así como todo enlace a sitios web externos, no constituye ni implica ningún tipo de respaldo, recomendación o aprobación por parte de la NADA. La presentación de esta información no tiene por objeto alentar la acción concertada entre los competidores ni ninguna otra acción por parte de los distribuidores que pudiera de alguna manera x o estabilizar el precio o cualquier elemento del precio de cualquier bien o servicio.

Este documento no proporciona, ni pretende constituir, asesoramiento jurídico. Tampoco aborda todas las cuestiones de cumplimiento que puedan aplicarse a las cuestiones examinadas. Consulte a un abogado familiarizado con las leyes federales, estatales y/o locales en cuestión, y con las operaciones del distribuidor, para obtener asesoramiento específico con respecto a asuntos legales específicos. Además, muchos gobiernos estatales y locales han instituido medidas de emergencia relacionadas con COVID-19 que imponen requisitos o restricciones a las operaciones de los distribuidores. Por consiguiente, además de la información disponible de la NADA, por favor preste mucha atención a la información disponible de las asociaciones de distribuidores estatales y metropolitanos y de los asesores externos.

DRIVEN

Una guía al distribuidor de

Como Operar de Manera Segura tu Distribuidora Durante una Pandemia



TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	1
Lo que cubrirá esta guía.....	2
Prevención básica para empleados y clientes.....	2
Como limpiar y desinfectar tus instalaciones.....	3
Como limpiar y desinfectar los vehículos.....	5
Cuando un cliente necesita un servicio.....	6
Ventas de vehículos durante una pandemia.....	9
Ventas dentro de las instalaciones.....	9
Ventas en línea.....	10



INTRODUCCIÓN

El nuevo coronavirus -COVID 19- ha cambiado la forma en que vivimos y hacemos negocios. Mientras los americanos se ocupan de las cuarentenas, los cierres y las órdenes de permanencia en casa con el fin de "atenuar la curva" y frenar la propagación del virus, los distribuidores deben mantener sus operaciones esenciales minimizando los riesgos innecesarios para la salud.

El objetivo de la NADA es ayudar a los distribuidores miembros a hacer frente a la crisis mediante la difusión de la información más fiable actualmente disponible. Esta guía aborda el tema con abundante precaución. Hemos recopilado la orientación de fuentes como los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) para ayudar a los distribuidores a reducir al mínimo los riesgos que plantea COVID-19 mediante

el uso de las mejores prácticas para limpiar y desinfectar las instalaciones y los vehículos de los distribuidores, realizar las reparaciones y el mantenimiento necesarios, y llevar a cabo negocios virtualmente.

Importante: Los CDC enfatizan que los empleadores deben trabajar con sus departamentos de salud locales y estatales para asegurar que se sigan los protocolos y directrices locales apropiados, como la orientación actualizada/adicional para la limpieza y la desinfección, incluso para la identificación de nuevos casos potenciales de COVID-19. Por lo tanto, siempre consulte con el departamento de salud local o con la asociación de distribuidores estatal y local para obtener información fundamental.

LO QUE CUBRIRÁ ESTA GUÍA

Esta guía proporciona información básica sobre:

- Mantener a sus empleados y clientes seguros durante esta pandemia.
- Limpieza y desinfección de las instalaciones de los distribuidores y los vehículos.
- Manejo seguro de las operaciones de servicio.
- Manejo seguro de las operaciones de venta.

Los distribuidores y los gerentes deben estar familiarizados con las recomendaciones de la guía y asegurarse de que cada empleado responsable de la aplicación de las recomendaciones sea extremadamente cuidadoso y minucioso. Por favor, distribuya la guía al personal apropiado.

PREVENCIÓN BÁSICA PARA EMPLEADOS Y CLIENTES

La mejor manera de prevenir la enfermedad es evitar la exposición. Según los CDC, se cree que el virus se propaga principalmente de persona a persona, entre personas que están en contacto cercano (dentro de los 6 pies) Se propaga a través de gotas respiratorias producidas cuando una persona infectada tose, estornuda o habla, y puede ser propagado por personas infectadas que no muestran síntomas. Es posible que una persona pueda contraer el COVID-19 al tocar una superficie u objeto que tenga el virus y luego tocarse la boca, la nariz o posiblemente los ojos.

Siempre considere la seguridad de sus clientes y empleados primero. Asegúrese de que cada persona que trabaja en la distribuidora mantenga la higiene personal y haga posible que los clientes mantengan la suya.

- Todo el personal debe lavarse las manos regularmente con agua y jabón durante al menos 20 segundos. Si no pueden llegar a un lavabo, usen un desinfectante de manos que tenga al menos un 60% de alcohol.

- Asegúrate de que los dispensadores de desinfectantes de manos se colocan en lugares prominentes del lugar de trabajo y se rellenan regularmente.
- Exhibe carteles que promuevan el lavado de manos. Pídelos a tu autoridad de salud pública local.
- Combínelo con otras medidas de comunicación, como la orientación de los higienistas ocupacionales, las sesiones informativas en las reuniones y la información en la intranet para promover el lavado de manos.
- Asegúrate de que el personal, los contratistas y los clientes tengan acceso a lugares donde puedan lavarse las manos con agua y jabón.

El lavado mata el virus en sus manos y previene la propagación de COVID-19.

Además, todo el personal debe practicar una buena higiene respiratoria en el lugar de trabajo:

- Todos los empleados deben usar cubrebocas de acuerdo con la última guía de los CDC. Asegurarse de que las mascarillas (de cirugía ordinaria) estén disponibles y se utilicen, junto con contenedores cerrados para su eliminación higiénica.
- Exponer carteles que promuevan la higiene respiratoria. Combinar esto con otras medidas de comunicación, como ofrecer orientación de los funcionarios de salud y seguridad en el trabajo, información en reuniones e información en la intranet, etc.

Una buena higiene respiratoria evita la propagación de COVID-19.

Finalmente, es importante mantener un buen distanciamiento social (alrededor de 6 pies, 2 metros) para prevenir la propagación de la enfermedad.

Cualquier empleado que muestre los síntomas del Covid-19 del CDC o que haya dado positivo debe quedarse en casa.



CÓMO LIMPIAR Y DESINFECTAR TUS INSTALACIONES

Según el CDC, la limpieza funciona usando jabón (o detergente) y agua para eliminar los gérmenes de una superficie. No necesariamente mata los gérmenes, pero reduce el número de gérmenes y por lo tanto la posibilidad de propagar la infección. La desinfección utiliza químicos para matar los gérmenes de una superficie después de limpiarla, lo que reduce aún más el riesgo. La desinfección reduce el número de gérmenes a un nivel seguro y funciona ya sea limpiando o desinfectando.

Necesitas limpiar y desinfectar tu instalación. Primero, ponte guantes desechables.

Lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer cuando se usan guantes desechables:

- **Cámbiese** los guantes cuando estén muy sucios o rotos.
- **Deshágase** de los guantes usados de manera apropiada.
- **Lávese** bien las manos antes y después de usar los guantes.
- **Quítate** las joyas de la muñeca antes de ponerte los guantes.
- **No toque** las superficies como las manijas de las puertas, teclados, etc, con guantes contaminados.
- **No te toques** la cara ni ajustes los guantes con los guantes contaminados.
- **No te quites** un guante y luego tira del otro guante con la punta de los dedos.
- **No reutilice** los guantes desechables una vez que se los haya quitado.

A continuación, considere y emplee el nivel apropiado de limpieza. Cox Automotive sugiere cuatro niveles de limpieza:

- 1 Limpieza diaria:** Alcance básico de los deberes típicos de limpieza. Principalmente limpieza de superficies con uso limitado de desinfectantes (normalmente en los baños).
- 2 Limpieza mejorada:** Uso de limpiadores desinfectantes aprobados por el CDC/EPA en superficies de "alto tacto" en áreas comunes/espacios públicos con una frecuencia regular (botones de ascensores; barandillas; perillas y manijas de puertas; interruptores de luz; baños incluyendo inodoros, grifos y lavabos; salas de descanso y equipo de sala de descanso como manijas de refrigeradores, microondas, mesas, etc.).
- 3 Limpieza profunda:** Además del ámbito de la "Limpieza Mejorada" mencionado anteriormente, la "limpieza profunda" se aplica a la desinfección de

artículos como escritorios, sillas, teclados/ratones de ordenador, pantallas táctiles interactivas, teléfonos, impresoras, máquinas de fax, manijas de puertas de oficinas, artículos de uso común como saleros y pimenteros y dispensadores de crema para café en espacios de trabajo como oficinas, estaciones de trabajo, salas de conferencias, cafeterías, etc.

4 Limpieza profunda según recomendaciones del Departamento de Salud: Requisitos de desinfección/saneamiento establecidos por el departamento de salud estatal o local. En los casos en que un empleado, vendedor o cliente haya sido identificado con síntomas de COVID-19 o con una prueba positiva, por favor contacte con su departamento de salud estatal o local para obtener las instrucciones de desinfección/saneamiento apropiadas. Por favor, también vea la información del CDC sobre "Limpieza y desinfección después de que las personas sospechosas/confirmadas de tener COVID-19 han estado en la instalación" y el seminario web de la NADA "Así que, un empleado tiene síntomas de COVID-19 o ha dado positivo ¿ahora qué?".

Para mejorar la limpieza de las superficies duras, los CDC recomiendan limpiar primero las superficies u objetos sucios con agua y jabón, y luego usar un desinfectante. Asegúrese de leer las instrucciones de la etiqueta, ya que muchos productos aconsejan mantener la superficie húmeda durante un tiempo y asegurar una ventilación adecuada durante su uso.

Los CDC también aconsejan que se utilicen soluciones de blanqueador doméstico diluido si es apropiado para la superficie. Compruebe la fecha de caducidad en el envase. El blanqueador doméstico no caducado será efectivo contra los coronavirus cuando se diluya adecuadamente. Nunca mezcle el blanqueador doméstico con amoníaco u otro limpiador. Haga una solución mezclando 5 cucharadas (un tercio de taza) de blanqueador por galón de agua o 4 cucharaditas de blanqueador por un cuarto de galón de agua. Deje la solución en la superficie que se está desinfectando durante al menos un minuto.

Otra opción para la desinfección: solución de alcohol con al menos 70% de alcohol.

El peróxido de hidrógeno debería ser capaz de descomponer el virus también. Rocíelo sin diluir sobre la superficie a limpiar, permitiendo que la superficie permanezca húmeda durante un minuto.

Para superficies suaves como alfombras o cortinas, utilice un desinfectante doméstico registrado por la EPA o limpie la superficie con agua y jabón (o con productos de limpieza adecuados) y lave los artículos que puedan ser lavados en el ambiente más cálido recomendado y séquelos bien.

Los aparatos electrónicos deben ser limpiados de acuerdo con las instrucciones del fabricante. Si no hay tales instrucciones, use toallitas con alcohol o sprays (que contengan al menos un 70% de alcohol) y séquelas con cuidado.

Para la lavandería - uniformes, toallas, etc - use guantes desechables. No sacuda la ropa sucia. Lave de acuerdo a las instrucciones del fabricante, usando el agua más caliente apropiada, y séquese completamente. Lave las manos con agua y jabón después de quitarse los guantes.

Áreas específicas a considerar para la limpieza:

- ✓ **Vestíbulos/entradas/centros de conferencias/ áreas de uso público de alto tráfico**
 - Entradas y manijas de puertas interiores/empujes
 - Recepciones/contadores
 - Vestíbulo/muebles comunes (sillas/superficies de mesas)
 - Rieles de escalera
 - Botones de llamada del ascensor
 - Fuentes de agua

✓ **Baños**

- Manijas de puertas/empujadores
- Interruptores de luz
- Mostradores, grifos, válvulas de descarga, cerraduras de puertas de inodoro, manijas de separación y barandas
- Baños y urinarios
- Dispensadores de papel higiénico y toallas de papel

✓ **Salas de descanso/cocinas**

- Manijas de puertas/empujadores
- Superficies de mostradores
- Muebles/superficies de mesas
- Refrigerador/microondas/velas de café
- Máquinas expendedoras (si procede)
- Máquinas de hielo/agua (si procede)
- Muebles (sillas, mesas, etc.)

(Checklist de Cox Automotive)

La Administración de Salud y Seguridad Ocupacional (OSHA) también ofrece asesoramiento en su publicación "Guía para la preparación de los lugares de trabajo para COVID-19".



CÓMO LIMPIAR Y DESINFECTAR LOS VEHÍCULOS

Hay varios escenarios en los que la limpieza de los vehículos puede estar garantizada:

- Cuando un vehículo es traído para el servicio y cuando es devuelto al cliente.
- Cuando un vehículo es sacado del inventario para una prueba de manejo.
- Cuando un vehículo usado es llevado al distribuidor como un intercambio o de una subasta.

Nota: Esta guía no proporciona consejos en los casos en que un conductor u otro ocupante de un vehículo muestre síntomas de COVID-19 o dé positivo.

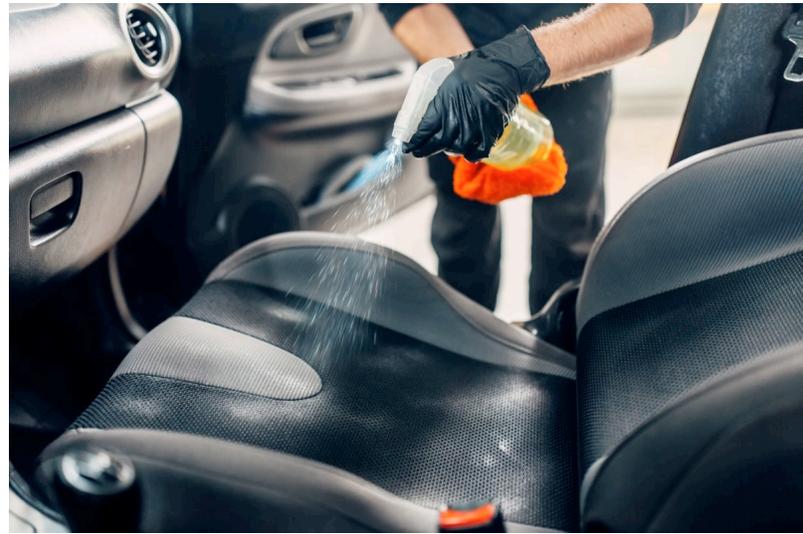
La limpieza y desinfección estándar debe centrarse especialmente en las superficies que se tocan con frecuencia, como el volante, las manijas de las puertas, la palanca de cambios, los portavasos, las hebillas de los asientos, los botones o pantallas táctiles, las varillas de los limpiaparabrisas y los intermitentes, los reposabrazos de las puertas del pasajero y del conductor, las manijas de agarre y los ajustadores de los asientos.

La mayoría de los desinfectantes mencionados anteriormente pueden limpiar el interior de un vehículo sin daño alguno. El alcohol isopropílico funcionará sin degradar la mayoría del plástico o el cromo pintado, pero con el tiempo degradará el cuero o la imitación de cuero. Es posible limpiar la superficie exterior de la tapicería suave con alcohol. El blanqueador o el peróxido de hidrógeno, sin embargo, dañarán la tapicería, y los limpiadores a base de amoníaco dañarán las pantallas táctiles de los vehículos. Está bien usar agua y jabón siempre y cuando no se frote demasiado fuerte, lo que puede causar que la espuma se empape en la tela y lleve al crecimiento de moho. Frotar demasiado fuerte también puede eliminar el tinte del cuero. Asegúrese de usar un buen limpiador y acondicionador de cuero después de limpiar la tapicería de cuero.

Los expertos también recomiendan limpiar todas las superficies con un paño de microfibra, que captura la suciedad y las partículas de polvo antes de que puedan rayar las delicadas o brillantes superficies de plástico.

Asegúrese de lavarse las manos después de limpiar el vehículo antes y después de conducir.

Hagerty.com ha publicado un vídeo especialmente instructivo sobre la desinfección de los “puntos calientes” de un vehículo. Esas son las superficies más tocadas, es decir, el volante, las manijas de las puertas interiores, los portavasos, la palanca de cambios, las hebillas de los asientos y los botones de control de la radio y el clima. Revise el desinfectante que está usando para asegurarse de que tiene un número de registro de la EPA, lo que es una prueba de que el producto puede matar gérmenes. Lea las instrucciones prestando especial atención al “tiempo de permanencia” del producto, que es el tiempo que el producto debe permanecer en la superficie. Si se limpia la superficie y luego se seca rápidamente, no se permite que el producto haga su trabajo. El vídeo también aconseja probar el producto en un lugar discreto para asegurar que no se destiñe o decolora la superficie que se está probando.



Si un vehículo puede haber estado expuesto a alguien con COVID-19, Cox Automotive recomienda lo siguiente:

- 1 El vehículo no se toca durante 24 horas.
- 2 Después de que la ventana de 24 horas haya pasado, limpie con un desinfectante aprobado por la EPA, limpiando todas las superficies duras/sólidas mientras usa el equipo de protección personal adecuado para los productos químicos utilizados, incluyendo guantes.
- 3 Al terminar, los guantes se eliminan adecuadamente, y las manos se lavan y desinfectan.

Lo ideal es que el vehículo se pueda asegurar sin tener acceso al interior; sin embargo, si el vehículo no se puede asegurar, o si se debe mover antes del período de espera de 24 horas, siga el mismo proceso de limpieza tanto para el interior como para el exterior del vehículo.

CUANDO UN CLIENTE NECESITA UN SERVICIO

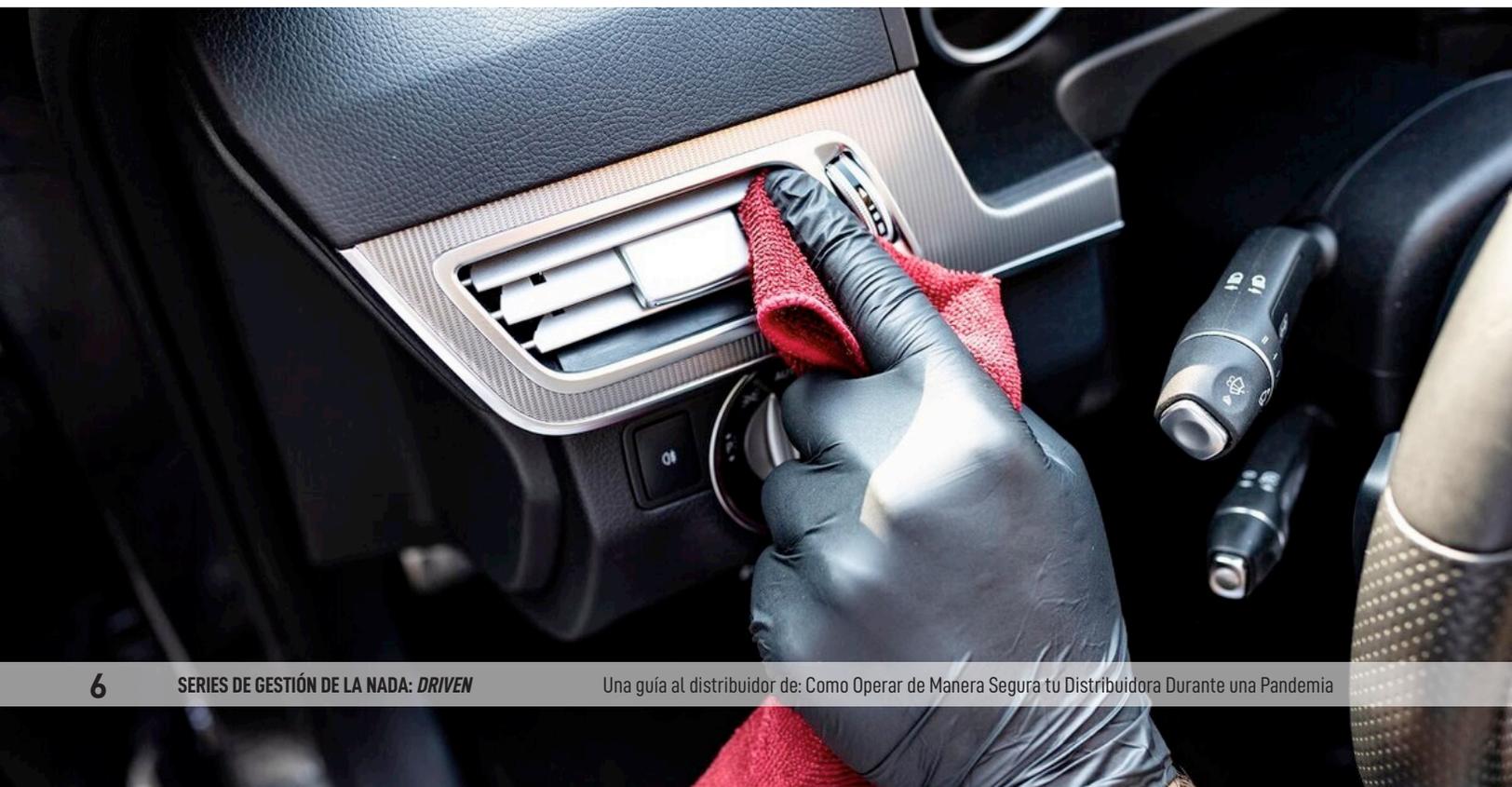
Las operaciones de servicio del distribuidor son esenciales para los consumidores que necesitan sus vehículos para necesidades como el trabajo, la atención médica y la compra de alimentos. La mayoría de los estados y localidades que han emitido órdenes de cierre de negocios han eximido el servicio y la reparación de los vehículos.

Cada vehículo es un hot spot porque cada uno es un área confinada que debe ser tocada para ser operada con seguridad. Cada vehículo puede viajar de un lugar a otro, llevando gérmenes de un lugar a otro. Cuando los clientes entren en su tienda, recuerde que sus vehículos son hot spots. Utilice los procedimientos de limpieza y desinfección mencionados anteriormente con todos los vehículos de los clientes. También recuerde mantener el distanciamiento social con los clientes. Eso no cambia cuando se presta el servicio.

Los instructores de la Academia NADA ofrecen algunas de las mejores prácticas para su departamento de servicio durante la pandemia:

- Implementar amplias precauciones de seguridad.
- Envíe un correo electrónico a los clientes para hacerles saber que está abierto al servicio, y que ha implementado amplios procedimientos de higienización para minimizar el contacto humano y la exposición durante todo el proceso de reparación y mantenimiento. Infórmeles si ha suspendido los programas de préstamo y cerrado la sala de clientes. Permítalos programar citas de servicio en línea.

- Amplíe las horas de servicio con turnos adicionales.
- Proporcionar opciones de recolección y entrega. Cuando haga marketing, recuerde nunca usar el término "gratis" sino "sin cargo adicional".
- Actualice su sitio web y cualquier listado de negocios.
- Dar a los clientes que aprovechan la recolección y entrega el tratamiento de guante blanco:
 - Usar guantes para recoger los vehículos de los clientes. Limpiar las llaves con un desinfectante aprobado por la EPA.
 - Proporcionar a los clientes un video de su inspección multipunto de cortesía.
 - Llama, envía un mensaje de texto o un correo electrónico a los clientes para discutir el trabajo propuesto y obtener su aprobación. Todas las comunicaciones deben seguir las restricciones legales como se discute a continuación.
 - Procesar los pagos con tarjeta de crédito. electrónicamente, recordando seguir las directrices del procesador para realizar pagos a distancia.
 - Limpiar el interior de los vehículos centrándose en los puntos de contacto humanos (los "hot spots" de los vehículos descritos anteriormente).
 - Usar guantes al devolver los vehículos. Devuelva los recibos con las llaves desinfectadas (de nuevo) en una bolsa de plástico.



Cuando el vehículo del cliente está en el departamento de servicio:

- Asegúrate de que el personal se lava las manos y limpia las superficies de trabajo.
- Espacea al personal en turnos adicionales para aumentar la distancia física entre los empleados.
- Todo el personal debe llevar guantes cuando toque las superficies que los clientes puedan tocar.
- Si su distribuidora utiliza solicitudes electrónicas a través de su DMS u otro sistema de programación en línea, continúe haciéndolo. Si no, explore las opciones de comunicaciones electrónicas entre las partes y el servicio.
- El consultor o corredor de partes puede dejar las partes solicitadas en un lugar designado.

En el checklist que figura a continuación se incluyen las mejores prácticas ampliadas.

Checklist de prácticas comerciales de operaciones fijas

Para hacer negocios, superar los temores de los clientes y comercializar sus protecciones de seguridad.

En general

- ✓ Lidera con el ejemplo. Si le pides a tu equipo que tome ciertas medidas de seguridad, acata esas medidas tú mismo o no te tomarán en serio.
- ✓ Escuche a su equipo. Mucha gente está perdiendo sus trabajos. Los niños están en casa porque las escuelas están cerradas. Algunos productos no están disponibles en los estantes de las tiendas. Todo esto está creando estrés. Cualquier cosa que pueda hacer para dar a sus empleados algún nivel de comodidad en sus funciones ayudará con la productividad y su bienestar general.
- ✓ Busque oportunidades para ofrecer a los empleados asistencia tangible. Su poder adquisitivo, por ejemplo, puede permitirle adquirir productos que su personal no puede conseguir en una tienda. Manténgase al tanto de los mandatos federales, estatales y locales, como los que se refieren a los empleados con síntomas o pruebas positivas o con licencia de emergencia; cambian a menudo, a veces diariamente. Es necesario que esté preparado para adaptarse. Vea el Hub de Coronavirus de la NADA y la información proporcionada por sus asociaciones de distribuidores estatales y locales. Consulte con un asesor legal si es necesario.
- ✓ Si permite que cierto personal teletrabaje, consulte a su abogado sobre implicaciones de impuestos, licencias de emergencia, desempleo y programas de préstamos.

- ✓ Ningún personal debe viajar a otros lugares de la compañía.
- ✓ Las reuniones de personal en algunas tiendas se limitan a no más de unas pocas personas. Mantén las reuniones de grupo pequeñas, en espacios abiertos si es posible, y ten a las personas físicamente separadas unas de otras.
- ✓ Lo más importante es que se mantengan ustedes mismos, su equipo, familias y clientes a salvo. Esta es su mayor responsabilidad.

Servicio y taller de carrocería

- ✓ Utilice los medios sociales (Facebook, su página web, etc.) para orientar a los consumidores sobre sus procedimientos para tratar con sus vehículos.
- ✓ Requerir citas programadas en línea en bloques de 30 minutos para espaciar el número de personas que vienen a hacer reparaciones.
- ✓ Alentar a los clientes a que despejen sus vehículos antes de llegar a la distribuidora.
- ✓ Notificar a los clientes antes de que lleguen sobre sus procedimientos de COVID-19.
- ✓ Que los clientes permanezcan en los vehículos hasta que se les pida que salgan.
- ✓ Hacer que los valets avisen a los clientes cuando salgan de sus vehículos. Luego comenzar el proceso de desinfección del vehículo:
 - Manijas de las puertas (dentro y fuera)
 - Apoyabrazos
 - Volante
 - Cinturones de seguridad y hebillas
 - Cualquier área de botones en el tablero y en las puertas (radio, ventanas eléctricas, termostato, etc.)
 - Control de cruce y controles del limpiaparabrisas
 - Guantero y consola central
 - Palancas y perillas de cambio
 - Botones de luz de peligro
 - Portavasos
- ✓ Cuando todo el trabajo esté completo, los vehículos deben ser desinfectados de nuevo (centrándose en las áreas anteriores) antes de la entrega.
- ✓ Observar el distanciamiento social de 1,80 m entre los clientes y el asesor de servicio (Cubrir con cinta adhesiva las áreas de distancia).
- ✓ Utilice la foto-estimación tanto como sea posible, es decir, envíe a los clientes videos de la inspección multipunto o fotos de las reparaciones necesarias.
- ✓ Minimizar el tráfico peatonal.
- ✓ No permita que los clientes entren en la tienda. Reúnase con los clientes fuera y a una distancia segura.

- ✓ Minimizar los puntos de contacto como tabletas, bolígrafos, tarjetas de crédito y llaves.
- ✓ Sanear temprano y a menudo, siguiendo las directrices del CDC para vehículos, herramientas manuales y herramientas de escaneo compartidas y herramientas especiales de taller.
- ✓ Dividir los turnos para reducir el contacto cercano. Considere la posibilidad de abrir los fines de semana para repartir mejor el tiempo del personal en el taller, y permitir a los padres que trabajan un horario más flexible.
- ✓ Considere la posibilidad de ampliar el horario para acomodar los turnos divididos y el distanciamiento social.
- ✓ Pensar en sanear los vestuarios de los técnicos, proporcionando un ambiente seguro y limpio para cambiar.
- ✓ Pensar en la limpieza de los uniformes para mitigar el esparcimiento, ¿debería tener conjuntos extra y qué hacer con los uniformes, botas, etc. usados? Anime a los técnicos y al personal de repuestos a dejar la ropa y las botas en el trabajo para minimizar la posibilidad de transferir el virus entre la casa y la tienda.
- ✓ Considere el cierre de las salas de clientes.
- ✓ Limpieza profunda de los vehículos en préstamo (si están disponibles y se están utilizando).
- ✓ Completar todos los pagos por vía electrónica para eliminar los puntos de contacto y de contacto.
- ✓ No reutilizar los bolígrafos.
- ✓ Los guantes, las máscaras antipolvo y los pasa montañas son difíciles de conseguir porque se envían a establecimientos médicos. Dentro de sus propias tiendas, ¡NO REUTILICE ESTOS ARTÍCULOS! No los desperdicien tampoco.
- ✓ Observe el distanciamiento social de 1,80 m entre los clientes y el encargado de las partes. (Cinta de áreas de distancia).
- ✓ Minimizar el tráfico peatonal.
- ✓ Minimizar los puntos de contacto con los clientes (tabletas, bolígrafos, tarjetas de crédito, partes de escáneres, teclados).
- ✓ Eliminar las estaciones de trabajo y los teléfonos compartidos. Dedique a los empleados a trabajar en los mostradores de adelante, atrás y al por mayor, pero considere cerrar los mostradores de atrás para eliminar el contacto social.
- ✓ Sanear a menudo, siguiendo las directrices de los CDC.
- ✓ Habilitar el pedido en línea con pago en línea y notificación de la recogida en la acera.
- ✓ Ofrecer servicios de entrega sin contacto para el área local.
- ✓ Designar un estante o un cajón para cada técnico a fin de agilizar el almacenamiento de las partes necesarias y eliminar el contacto social.
- ✓ Dejar que las facturas entrantes y los manifiestos de embarque se asienten durante 24-48 horas para minimizar el contacto con el gerente de la oficina.
- ✓ Investigar otros canales para llegar a los clientes; considerar Facebook, Instagram, Pinterest, foros de entusiastas.
- ✓ Desarrollar contenido de video, preguntas fáciles o frecuentes y procedimientos (como por ejemplo, cómo reemplazar la batería de su llave remota, mantener su vehículo mientras potencialmente no esté conduciendo, mantener su batería fresca, asegurarse de no tener puntos de pinchazo en sus neumáticos).

Si los clientes insisten en dejar sus vehículos, avíseles que necesitarán su propio transporte si se cierran las salas y se suspenden los préstamos. Una vez que el servicio se haya completado, envíe por correo electrónico el RO a los clientes para que lo firmen. Los clientes con capacidad de impresión y escaneo pueden devolver un RO firmado o una foto del RO firmado.

El Departamento de Partes

- ✓ Tener dos áreas separadas para separar y segmentar las partes:
 - Áreas limpias para los clientes
 - Áreas no limpias para el recibo de partes de la OEM



VENTAS DE VEHÍCULOS DURANTE UNA PANDEMIA

Los pedidos de cierre de negocios relacionados con COVID-19 estatales y locales varían mucho y cambian casi a diario. Muchos imponen restricciones a las ventas de vehículos nuevos y usados. Consulte a su asociación de distribuidores estatales o metropolitanos para obtener información específica sobre la aplicación de dichas restricciones a su ubicación. Dealer News Today ha compilado una útil guía región por región que se mantiene actualizada.

Ventas Dentro de las Instalaciones

Los distribuidores a los que se les permite permanecer físicamente abiertos para las ventas deben informar a sus clientes, por correo electrónico, en sus sitios web, en los sitios de listas de terceros y en los motores de búsqueda y sitios de revisión. Dentro de estas comunicaciones, que deben cumplir con todas las restricciones de telemarketing aplicables, asegúrese de informar a los clientes de las medidas de seguridad adicionales que ha implementado, para que tengan tranquilidad. Roadster.com lo expresa de esta manera:

Describe su plan para mantener a sus empleados y clientes seguros tanto en su tienda como durante las interacciones en casa. Esto puede ser publicado en su sitio web y podría detallar horarios de limpieza adicionales, mayor lavado de manos, disponibilidad de desinfectante para manos y políticas ajustadas en la tienda para acomodar el distanciamiento social.

Si ha cambiado sus políticas en torno a las pruebas de conducción para permitir menos contacto con los empleados, incluya ese mensaje. Si ofrece unidades de prueba remotas y/o entrega a domicilio, proporcione información sobre cómo está desinfectando y siguiendo las prácticas de distanciamiento social recomendadas durante estas interacciones.

Los distribuidores pueden exigir, o pueden ser exigidos por una orden estatal o local, que los clientes programen citas con el departamento de ventas para asegurar un distanciamiento social adecuado. El CDC recomienda actualmente mantener una distancia de al menos 6 pies de los demás y limitar las reuniones a 10 personas o menos. Algunos distribuidores llevan vehículos a los hogares de los clientes para permitir la prueba de conducción, como se ha señalado anteriormente. Para protegerse a sí mismo y a sus clientes, asegúrese de tener un contacto físico muy limitado.

Si ofrece pruebas de conducción a distancia y servicios de entrega a domicilio, los empleados que envíe a todos estos servicios también deben estar seguros. Proporcione guantes para cuando manejen el vehículo o el papeleo del cliente y para limpiar el vehículo con toallitas desinfectantes después de una prueba de conducción remota. Si ofrece pruebas de conducción remota, debería considerar dejar que el conductor conduzca solo durante la pandemia.

También podría considerar turnos divididos o trabajo remoto para limitar la exposición de los empleados. El trabajo a distancia, por ejemplo, se ajusta a actividades como las ventas por Internet (ver más abajo) y a las funciones de la BDC. Entrenar a la gente de BDC e Internet para que acompañen a los clientes en el proceso de compra de un auto en línea. Incluso puede grabar en vídeo las respuestas a los clientes potenciales entrantes. Humanizar el proceso de cualquier manera que pueda. Las conexiones personales son especialmente bienvenidas. Los equipos remotos también pueden minar su base de datos, enfocándose en la minería de capital, retornos de arrendamiento y préstamos de alto pago.

Roadster.com aconseja "centrar a su equipo de ventas en su libro de negocios", es decir, controlar a sus clientes. Averigua si están bien. No es sólo un gesto amable, sino una forma de aprender lo que necesitan y en lo que puedes ayudarles. Un cliente que está sufriendo financieramente podría apreciar una oferta para aliviar la carga de pago. Un cliente que apoya un negocio esencial podría necesitar un vehículo más fiable.

Una gran sugerencia de Roadster.com para los distribuidores con problemas de personal: Si su departamento de servicio está abierto pero no el de ventas, considere usar uno o dos vendedores en el departamento de servicio. Ellos pueden revisar los RO e identificar situaciones en las que puede ser más económico para los clientes comprar o arrendar en lugar de invertir en reparaciones costosas.

Según Roadster.com, mantener su cultura es "por mucho lo más difícil de hacer en este momento, especialmente para las empresas que han tenido que cerrar y despedir o suspender temporalmente a una buena parte de su personal". En estas situaciones, la empatía y la transparencia son siempre el mejor plan de acción. Para ello, la comunicación es clave. Considere la posibilidad de conectarse por videoconferencia de manera regular".

Ventas en línea

Como se ha señalado anteriormente, los estados (y posiblemente los condados y localidades) varían mucho en cuanto a la venta de vehículos en los distribuidores durante esta crisis. Las ventas en línea y las entregas a distancia no están universalmente permitidas incluso en ausencia de una pandemia. Muchas jurisdicciones exigen que la venta de vehículos con licencia se realice en lugares autorizados y/o que los distribuidores mantengan un área física para exhibir los vehículos que se ofrece a la venta. Las ventas en línea pueden estar restringidas en algunas localidades donde todas las ventas están prohibidas por orden del gobierno. Los distribuidores deben consultar con sus asociaciones estatales y metropolitanas para obtener más información sobre las órdenes gubernamentales relacionadas con COVID-19 y sobre las restricciones de licencia que rigen las ventas en línea.

Si se permite realizar ventas en línea, es el momento de centrarse en la venta minorista digital. Si ya lo está haciendo, duplique el número. Si es nuevo en esto, aproveche la oportunidad de aprender. El tráfico en la sala de ventas es muy reducido, pero el comercio electrónico le permite a usted y a su cliente seguir avanzando en el proceso de compra.

Una vez más, al igual que en el caso de las ventas de servicios y ventas dentro de las instalaciones, haga saber a sus clientes y prospectos que está abierto a los negocios en línea. Envíe un correo electrónico describiendo lo que puede ofrecer: compra en línea, pruebas de conducción a distancia, entrega a domicilio, etc. Incluya información sobre sus medidas de seguridad. Y recuerde que debe cumplir con las restricciones de telemarketing que se aplican a los correos electrónicos, mensajes de texto, llamadas telefónicas y otras formas de comunicación.

Sea MUY CUIDADOSO con respecto a cualquier llamada telefónica o mensaje de texto pregrabado a los consumidores relacionado con la pandemia. La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) ha expresado recientemente su preocupación por las llamadas o mensajes de texto innecesarios y en marzo de 2020 emitió un dictamen sobre qué mensajes de texto automatizados o robos de llamadas son permisibles en virtud de la excepción de "emergencia" de la Ley de Protección al Consumidor de Teléfonos (TCPA). Si bien se confirma que la pandemia de COVID-19 constituye una "emergencia" en virtud de la TCPA, el fallo sólo permite tipos muy limitados de comunicaciones de hospitales y organismos gubernamentales y no comunicaciones de los comerciantes, aunque sólo estén relacionadas con COVID-19. Si bien puede seguir comunicándose con sus clientes según lo permitido por la ley, tenga cuidado con las llamadas pregrabadas y los mensajes de texto. Además, las autoridades federales y estatales ven desfavorablemente cualquier esfuerzo de comercialización que sea incluso remotamente engañoso con respecto a COVID-19, o que utilice la pandemia de una manera que pueda confundir o engañar a los consumidores.

Su sitio web debe tener fotos, exteriores e interiores, de los vehículos que vende su distribuidora, además de videos de 360 grados y reseñas. Cuando un cliente llama o envía una referencia de Internet, encuentre el vehículo referenciado o prepare una lista de números de VIN para su consideración y comparta lo que ha encontrado con el cliente. Una vez que sepas cuál es el pago inicial deseado, y si el cliente quiere arrendar o comprar, puedes armar la configuración exacta del acuerdo, todo completamente en línea.

Puedes hacer que el cliente haga clic para programar una prueba de conducción remota, hacer una oferta en el intercambio, y / o comenzar el proceso de baile.





Los clientes deben recibir ofertas firmes en sus intercambios de una manera sin contacto. Sugiere a los clientes que suban fotos del vehículo intercambiado, para que se sientan cómodos con la oferta sin ver el vehículo en persona.

Las soluciones de compra en línea facilitan la solicitud de crédito. Cuando se dispone de un medio de transmisión seguro, los clientes pueden completar las solicitudes de crédito en línea para finalizar el trato e incluso cargar las licencias de conducir y las tarjetas de seguro. Muchos distribuidores tienen procedimientos existentes para la entrega a domicilio y la venta a distancia. Si no es así, consulte con su abogado para asegurarse de que ha tenido en cuenta todos los requisitos de las leyes estatales y federales, los acuerdos con sus fuentes de financiación y las restricciones estatales y locales con respecto a COVID-19.

Dos cuestiones federales importantes que deben considerarse son las banderas rojas de la Comisión Federal de Comercio (FTC) y las reglas relacionadas, y la regla de enfriamiento de la FTC. Estas se relacionan con dos temas separados: El primero se refiere a la confirmación de la identidad de un individuo para asegurar que su distribuidora no sea víctima de una estafa de robo de identidad; el segundo se relaciona con las protecciones federales al consumidor para las ventas "puerta a puerta".

La regla de las banderas rojas exige que se establezcan procedimientos para identificar, detectar y responder a los indicadores pertinentes de un posible robo de identidad. La

Regla debe ser considerada cuidadosamente en un entorno online. Básicamente, la Regla requiere que usted tome ciertos pasos para verificar la identidad de un individuo que arrienda un vehículo o compra con crédito. Muchos de estos pasos pueden ser difíciles en persona, pero debe asegurarse de que la entrega de un vehículo financiado o arrendado incluya una comprobación física de la documentación de identidad (dando cuenta y observando las normas de higiene descritas anteriormente) y el posible uso de preguntas "fuera de la cartera" al consumidor. Lamentablemente, la pandemia de COVID-19 ha dado lugar a actividades fraudulentas de todo tipo, por lo que los distribuidores deben adoptar las medidas necesarias para proteger a sus clientes y a sí mismos.

Si se activa, la Regla de Enfriamiento de la FTC requiere revelaciones adicionales y prevé derechos de rescisión de contratos de consumidores. La FTC ha indicado que el mero hecho de obtener la firma del cliente en el momento de la entrega no debe implicar la Regla de Enfriamiento. Sin embargo, los distribuidores deben asegurarse de que todos los aspectos de la transacción (comercio, F&I, precio final, etc.) se negocien plenamente antes de la entrega del vehículo, y que la entrega incluya únicamente el acto ministerial de obtener una firma para una transacción plenamente negociada (junto con la verificación de la identidad y otros procedimientos como se ha indicado anteriormente). No debe tener lugar ninguna otra negociación o actividad de venta en el momento de la entrega, ya que podría considerarse una venta "puerta a puerta", lo que implica la Regla de Enfriamiento.

Los pasos de procedimiento y normativos utilizados en el contexto de una venta en persona existen por una razón. Asegúrese de que el proceso de entrega en el domicilio del cliente se adhiera a esos procedimientos en la medida de lo posible.

Consulte a su abogado y a su asociación estatal o metropolitana para obtener más orientación sobre las normas estatales de venta "puerta a puerta". Para información adicional, consulte la Guía de distribuidores de NADA sobre las banderas rojas y las reglas de discreción de direcciones: Protección contra el robo de identidad.

En cuanto a F&I, Roadster.com ofrece las siguientes sugerencias:

No te olvides de los productos de la parte trasera. Los planes de servicio y protección son una gran parte de la venta de cualquier vehículo. Dada la cantidad de esta transacción que puede tener que ocurrir en línea, es importante que tenga sus planes al frente y en el centro con folletos y videos para que los clientes se informen sobre lo que está disponible. Pueden agregar cualquier producto que les interese a su compra en línea. La conciencia es el primer paso, y cuanto más estén conscientes, más probable es que compren.

Sin embargo, no esperen a que el cliente se auto seleccione. Asegúrate de que tu equipo remoto de BDC o de Internet esté educado en estos productos y pueda guiar al cliente a través de los beneficios por teléfono o videoconferencia, donde puede compartir su pantalla si es necesario.

Dada la crisis actual, los clientes serán más reacios a correr riesgos que nunca. Proteger su vehículo con un pequeño aumento en el pago mensual o añadir un plan de mantenimiento pre-pagado puede ser algo a lo que están aún más abiertos ahora.

Para completar una compra en línea, los clientes deben revisar y aceptar la hoja de negociación final con los números basados en su crédito aprobado. Las herramientas de respaldo están disponibles para que su equipo de ventas haga los ajustes necesarios basados en la disponibilidad, los precios, los descuentos aplicables y las rebajas. Al igual que con otras transacciones, es esencial que los distribuidores proporcionen todas las declaraciones requeridas y se aseguren de que existen procedimientos para cumplir con las leyes federales

y estatales que se aplican a la oferta y venta de productos de protección voluntaria. Una vez más, como se ha señalado anteriormente, las negociaciones y ventas deben concluirse completamente antes de la entrega en el domicilio del cliente. Para obtener información adicional, consulte la Política de Productos de Protección Voluntaria del Distribuidor Modelo NADA/NAMAD/AIADA opcional.

Si está en un estado que no permite la entrega a domicilio, tome una reserva. Con la compra en línea, los clientes no sólo pueden reservar vehículos, sino también hacer depósitos para su futura recogida o entrega. Puede decidir con el cliente el monto del depósito y el tiempo que conservará el vehículo una vez que abra nuevamente.

En varios estados con restricciones en la actividad de la sala de ventas, existen preguntas sobre cómo los distribuidores deben manejar las devoluciones de arrendamientos. Trabaje cuidadosamente con los consumidores y las compañías de arrendamiento para resolver las preocupaciones de los clientes. Esto puede incluir ayudar a organizar las extensiones del contrato de arrendamiento, acuerdos de devolución alternativos y otras consideraciones.

Una última nota: Averigüe si su OEM ofrece programas para ayudar a los clientes que pueden estar sufriendo dificultades financieras debido a esta pandemia, pero que aún así necesitan comprar un coche o hacer pagos. Muchas OEMs y compañías financieras cautivas han iniciado programas para ayudar, o lo harán en breve. Usted puede integrar estos recursos de OEM en sus mensajes para alertar tanto a sus clientes nuevos como a los ya existentes sobre sus opciones.

REFERENCIAS

Public Health Organization

Centers for Disease Control and Prevention

Articles and White Papers

Barry, Keith *"How You Can Kill Coronavirus in Your Car Without Damaging Interior Surfaces."* Consumer Reports, March 14, 2020

"COVID-19 Best Practices," Roadster.com Dealer News Today
COVID-19 Resource Guide

"Guidance on Preparing Workplaces for COVID-19."
Occupational Health and Safety Administration (OSHA)

Houghton, Grace *"How to Disinfect Your Car Without Destroying its Interior."* Hagerty, March 24, 2020

NADA Sources

NADA Coronavirus Hub

"Managing Service Operations: Making it through the COVID-19 Pandemic." NADA Webinar, April 9, 2020

"So, an Employee HAS COVID-19 Symptoms or Has Tested Positive...Now What?" NADA Webinar, April 7, 2020

Special Thanks

Kenny Jones, Senior Director, Environment, Health and Safety, Cox Automotive, Inc
Michelle Denogean, Chief Marketing Officer, Roadster

RECONOCIMIENTOS

Esta guía fue escrita por:

Marjorie Levin

Jefa, Driven Management Guides

Operaciones de Distribuidores de la NADA

Traducida por:



Asociación Mexicana de
Distribuidores de Automotores A.C.

