

Evento virtual de autofinanciamiento  
18 de marzo 2021

**"La importancia de herramientas digitales ante la pandemia: balance de retos y oportunidades en el autofinanciamiento"**

**Ponente:**

Néstor Islava  
CEO y Cofundador Digital Hub Consulting – DHC

**Moderadores:**

Jesús Guerrero – Gerente Comercial Autofinanciamiento AUTOAMECAH  
José Luis Pérez – Subgerencia Comercial AFASA

## **Preguntas y Respuestas**

- 1. El último corte automotriz de que vi era 2018, diciembre, ¿Tenemos uno más reciente?**

*Ese corte es el último que salió de la IAB, no ha salido el corte que planificaron para 2020.*

- 2. ¿Cómo convencer a nuestros prospectos sin ser insistentes?**

*Atraerlos con contenido. Seguir las reglas de contacto, 1 vez por semana. Calificar a los prospectos.*

- 3. ¿Cómo definir correctamente el avatar de nuestro prospecto de cliente?**

*Definir los intereses para generar look-alikes del buyer persona en las plataformas inteligentes de las redes sociales y Google.*

- 4. En Tik Tok, ¿es mucho más fácil?**

*Tik Tok todavía está por definirse estratégicamente. Hay que esperar a madurar lo que queremos hacer para llamar la atención adecuadamente.*

**5. Cómo podemos aumentar las visitas a nuestra agencia?**

*Haciendo adecuadas geo-segmentaciones, modelos de atribución física.*

**6. ¿Consideras que las agencias deberían otorgar herramientas, diseños, publicidad digital personalizada a los asesores para sus redes sociales, a fin de exponenciar la difusión y buscar llegar a más clientes con cada asesor, sustituyendo tal vez la inversión que se hacía al salir a prospectar en cambaceos tradicionales?**

*Totalmente. Entre mejores herramientas tenga el equipo, mejores resultados se pueden esperar.*

**7. ¿Cómo crear filtros de clientes más eficaces? ¿Y que app te gusta más para eso?**

*Las herramientas digitales te brindan opciones para ello. La más eficiente es Facebook. Pero no es sólo eso, sino saber qué hacer después con la audiencia conectada.*

**8. En tu opinión, México está preparado para las compras en línea de automóviles como ya están haciendo algunas marcas?**

*Totalmente. La audiencia está buscando maneras de poder gestionar mejor sus compras, y están comprando lo inimaginable en línea. Si uno pudiera otorgar un beneficio a partir de por lo menos generar un anticipo en línea, aprovechando el impulso, se puede llegar a ese punto. En el curso revisamos algunos casos al respecto.*

**9. Una empresa socialmente responsable hace crecer su engagement hacia la marca, ¿cómo comunicarlo (o usarlo) para que logremos un mayor número de ventas?**

*Ser una ESR es bueno, pero desafortunadamente no es algo decisivo en las audiencias al momento de compra. La comunicación de esta característica per se, no basta. Se debe acoplar a la tendencia que resulte relevante para el usuario, en el momento de hacerse la campaña.*

**10. Para enviar un video a un cliente, para explicarle las características del auto, cuanto tiempo consideras que debe durar la presentación?**

*Máximo de 30 segundos. Más allá de esto, es muy arriesgado y probable que el usuario no lo vea. Debe ser dinámico, claro y que motive en lo emocional.*

**11. La nueva tendencia de uso TIK TOK... la recomiendas como plataforma para dar a conocer tus beneficios en modo visual?**

*Creo que Tik Tok es una red que falta madurar en lo comercial aún. Existe demasiado contenido "basura" generado por los usuarios, por lo que debemos cuidar mucho el contenido que exponemos a nombre de nuestra marca, para evitar generar interacciones estériles con la audiencia.*

**12. ¿Qué estrategia recomiendas en esta etapa para el autofinanciamiento? cuál sería la mejor para poderlo desplazar?**

*Considero que mucha gente aún desconoce los beneficios del autofinanciamiento. Creo que debería impulsarse casi una "moda" de obtener autos por este medio, principalmente enfocado en tocar el lado emotivo de las personas ante las circunstancias económicas actuales. Hacerles ver la luz al final del túnel.*

**13. Jose Luis, nos puedes compartir alguna estrategia de éxito en AFASA que te esté funcionando en este mundo digital hoy en día?**

*La estrategia que por el momento nos esta funcionando es realizar eventos digitales con una planeación de evento involucrando al CRM / MKT / ASESORES DE VENTA y oferta comercial para los leads que se registran en la base de datos del evento digital.*

**14. Las citas virtuales son efectivas? cómo aconsejas que deberíamos empezar en ella?**

*Sí. La llamada "Nueva Normalidad" nos ha obligado a experimentar este tipo de interacción social, desde lo lúdico hasta lo laboral. La eficiencia que se puede tener, en temas de tiempo, es muy alta y debemos poder*

*programar este tipo de reuniones con nuestros prospectos y clientes, que no tendrán que desplazarse ni mover más allá sus agendas para poder atenderlos. Es indispensable aprender a tener citas virtuales a la brevedad.*

**15. ¿No es mejor llevarle el auto a su domicilio?**

*Si las condiciones de tu empresa lo contemplan sería un valor agregado muy importante. Por supuesto. Cuando hay la posibilidad de hacerlo, sabiendo que ya es un prospecto que vale la pena y reúne las condiciones de interés; sí podemos hacerle una prueba de manejo a domicilio, puede ser una gran medida para lograr distinción ante nuestra competencia.*

**16. Dónde se recomienda más el video, ¿en Facebook o Instagram?**

*Son diferentes. El video en Facebook se propone que sea en contenido. El video en Instagram puede utilizarse en "historias" impulsadas por campañas publicitarias para lograr mayor alcance. Desafortunadamente las estrategias comerciales (campaña pagada) de video en Facebook, tienen muy poca efectividad para captar audiencia.*