



G20 education
presentation
Benchmark

Mauricio Espinosa
President & CEO
G20, Inc.

EDUCATION. LEADERSHIP. INTELLIGENCE.



G20 Coaches & Consultants Knowledge is the Key to Success

Que tienen en Común

Napoleon

Julio Cesar

Alejandro Magno

Con...

Real Madrid

New York Yankees

NFL

Y con...

Toyota

Todos son Benchmarks

Microsoft

Starbucks

Benchmark

La palabra Benchmark proviene de los estudios de elevamiento geográfico, en los cuales significa medir con respecto a un punto de referencia. En el léxico del mejoramiento de la calidad, un Benchmark es el que ha logrado ser "el mejor en su clase".



Proceso de Benchmarking

El benchmarking es un proceso proactivo para cambiar las operaciones de manera natural y lograr un desempeño superior. Se define como el proceso continuo de mejora de productos, servicios y métodos con respecto al competidor más fuerte.



Definición Básica

- Benchmarking es una técnica poderosa que provee de un aprendizaje práctico a través de comparar mediciones, políticas y resultados; a través de industrias, sectores, productos y servicios. La esencia del benchmarking es el proceso de identificar los más altos estándares de excelencia en productos, servicios o procesos y luego realizar los ajustes necesarios para lograr dichos estándares.

Benchmark y Benchmarking

Punto de Referencia

Métodos y Formas de trabajo



Tipos de Benchmark



Interno



Competitivo



Funcional

Industria Automotriz

Benchmarks Externos

Indicadores generados por empresas expertas

Indicadores generados por mercados de valores

Generales y Específicos

De la misma marca y multi-marcas

Benchmarks Internos

Medición de operaciones por departamentos

Establecimiento de una nueva forma de operar

Promedio y Benchmark

Promedio, siempre es el mas tonto de los listos y el mas listo de los tontos.

Benchmark, siempre es el ejemplo a seguir.



Algunos Benchmarks

- Rentabilidad 30% de Utilidad Neta ante de Impuestos sobre Utilidad Bruta Total del Negocio
- Razón Nuevos a Usados
- 5 : 1 México
- 1 : 1 Estados Unidos
- Absorción Directa 87.9%
- Gastos de Administración 14.5% de la Utilidad Bruta Total

Benchmarks Por Área

Post Venta

- ❑ Mecánica Razón de Personal de Apoyo a Técnicos 1 : 1.8
- ❑ Utilidad Bruta Mano de Obra 77.2%
- ❑ Gasto Total Empleados % de la Utilidad Bruta 32.3%
- ❑ Retorno Sobre Inversión Directa Refacciones 17.5%

Benchmarks Por Área

Ventas

- Productividad por Vendedor 8.5 unidades promedio cíclico
- \$873.00 interés plan piso por vehículo vendido
- 21.6% de Utilidad Neta sobre Utilidad Bruta
- 53 días suministro en inventario
- 33.5% cierre clientes de piso
- 20.0% cierre contra total prospectos

Benchmarks Por Área

Financiamiento y Seguros

- ❑ 80% Ventas por financiamientos
- ❑ \$10,780.00 pesos de ingresos por vehículo vendido
- ❑ 77% ventas con Seguro
- ❑ 37.8% Ventas con Accesorios
- ❑ 48.0% Ventas con Garantía Extendida
- ❑ 27.1% Ventas con Planes de Servicio

Desarrollo Benchmarks Internos

Asesor de Ventas Benchmark

- Un asesor Benchmark o un “Napoleón” deberá de cubrir mas allá que la venta de vehículos.
- Napoleón no fue grande por matar mas en las batallas.
- ¿que es los que tiene peso en la operación de un asesor de ventas?

Desarrollo Benchmarks Internos

Ponderando

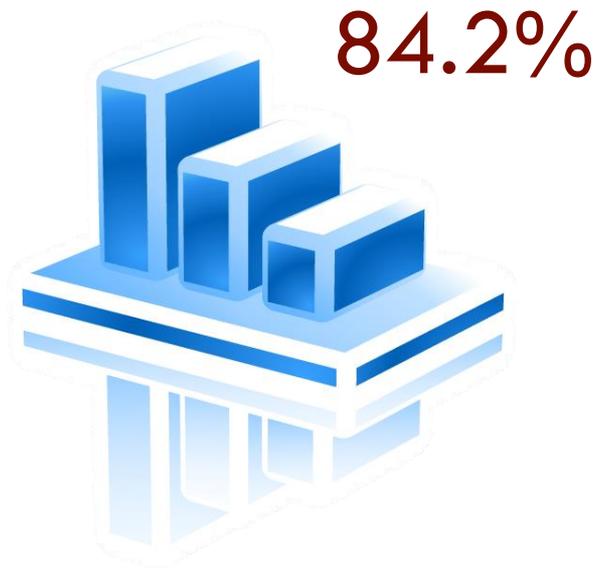
• Volumen	15
• Ingresos Brutos	25
• Pruebas de Manejo	30
• Demostraciones Estáticas	15
• Satisfacción (CSI)	20
• Mentoría	20
• Ingresos x F&I	25
• Total Puntos	150

Desarrollo Benchmarks Internos

Midiendo

	Ponderación	Calificación	Puntos
Volumen	15	100%	15
Ingresos Brutos	25	120%	30
Pruebas de Manejo	30	90%	27
Demostraciones Estáticas	15	45%	6.75
Satisfacción (CSI)	20	100%	20
Mentoria	20	12%	2.4
Ingresos x F&I	25	90%	22.5
	150		123.65

Benchmark Vendedor



La medición de varios factores dan el Benchmark, el proceso de benchmarking es lo que hará lograr a los demás asesores alcanzar este nivel.

Estratégicamente que se realiza en su agencia para lograr niveles Benchmark.

Errores

- ❑ Confundir el Benchmarking con Cuestionarios o Encuestas
- ❑ Pensar que existen Benchmarks pre establecidos
- ❑ No tomar en cuenta satisfacción y entrega de producto o servicio
- ❑ Hacer el proceso complicado y no administrable
- ❑ Confundir Benchmark con investigación
- ❑ No alinear.
- ❑ Escoger algo que no es fácil de medir, demasiado intangible
- ❑ No establecer un punto de partida
- ❑ No tener puntos de comparación
- ❑ No tener un código de ética en la operación.

Conclusión

Herramienta para reunir información necesaria sobre el desempeño para cambiar procesos vitales de la organización. Permite a las organizaciones invertir en un proceso de aprendizaje y aplicar lo que aprendieron directamente a los problemas de su negociación.

Gracias.



G20 Coaches & Consultants
www.g20inc.com

Mauricio Espinosa

mauricio@g20inc.com

G20 Dealer Academy México D.F. Mayo 12-16 2008

Workshop

Patrocinado Por:

