

***F&I* para distribuidores de vehículos pesados**

Fabiola Morales

17 de Abril 2008

¿Cómo hacer la diferencia?

Finance & Insurance
Financiamiento y seguros



Gerente de Negocios



¿Tengo ya un *F&I* o una *Gerencia de Negocios* eficiente en mi concesionaria?

- ¿Tengo un gerente que atiende a por lo menos 80% de los clientes que entran al piso de ventas?
- ¿Es un departamento con rentabilidad, medible y con controles?
- ¿Tengo en mi estado de resultado el rubro de **PVA's** que genera su departamento.?
- Se como están las operaciones en mi agencia y la utilidad que me generó cada una.
- Cada cliente sale con una opción diferente de compra.



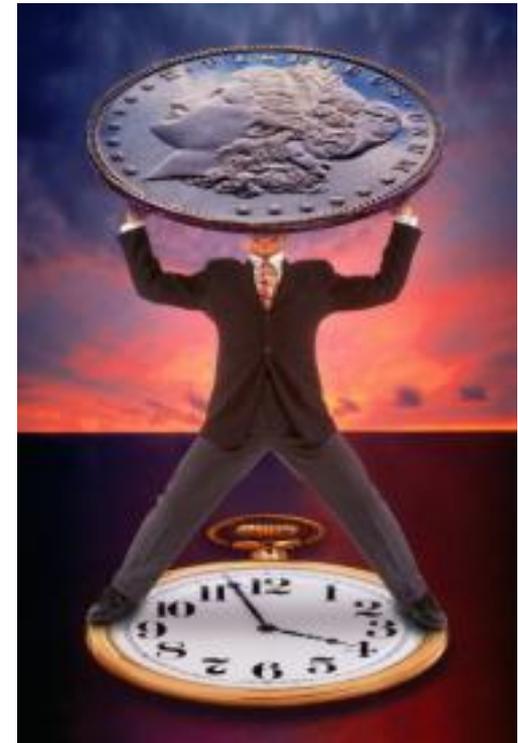
HISTORIA DE F&I

- Nació en USA hace 30 años
- En Latinoamérica hace 8 años
- En México en el año 2000
- Responde a:
 - ▲ **Mercado altamente competitivo.**
 - ▲ **Mayor satisfacción a demandas de clientes.**
 - ▲ **Procesos más ágiles.**
 - ▲ **Reducciones de márgenes de utilidades.**



¿Qué viene sucediendo?

- El margen de Utilidad Bruta directa de los vehículos, ha sufrido un decremento de las utilidades de manera constante.
- El ingreso de productos marginales es una necesidad a fin de incrementar los márgenes de las agencias automotrices.
- La utilidad promedio aumenta considerablemente aprovechando lo que se puede ofrecer en casa.
- El cliente busca todo en el mismo lugar, para ahorrar tiempo.
- El concepto ha cambiado; no solo es vender, sino asegurar una venta estratégica



La venta estratégica es

Incrementar el valor del Concesionario y de sus negocios a través de un proceso, Pro-activo y Especializado de TODO el Paquete de Productos y servicios disponibles en la marca: Financiamiento, Seguros, Accesorios, Garantías, Mantenimiento, Servicio Post venta, etc..

Atrayendo en especial a clientes que NO los solicitan.

El propósito es lograr y fortalecer el RETORNO y FIDELIDAD al Concesionario.

Objetivos del F&I



- **Desarrollo y Control** de una cartera de clientes **propia y exclusiva** del Concesionario.
- **Asegurar las ventas** de vehículos a través de la asesoría Profesional y Especializada de **Productos y Servicios de la MARCA:**
 - **Corto Plazo** : Especialización de funciones
 - **Mediano y Largo Plazo** : Desarrollando y controlando la cartera de clientes

Principio Estratégico

- Distribuidores más rentables serán quienes logren manejar una identidad corporativa PROPIA para incrementar lealtad, fidelidad del cliente.

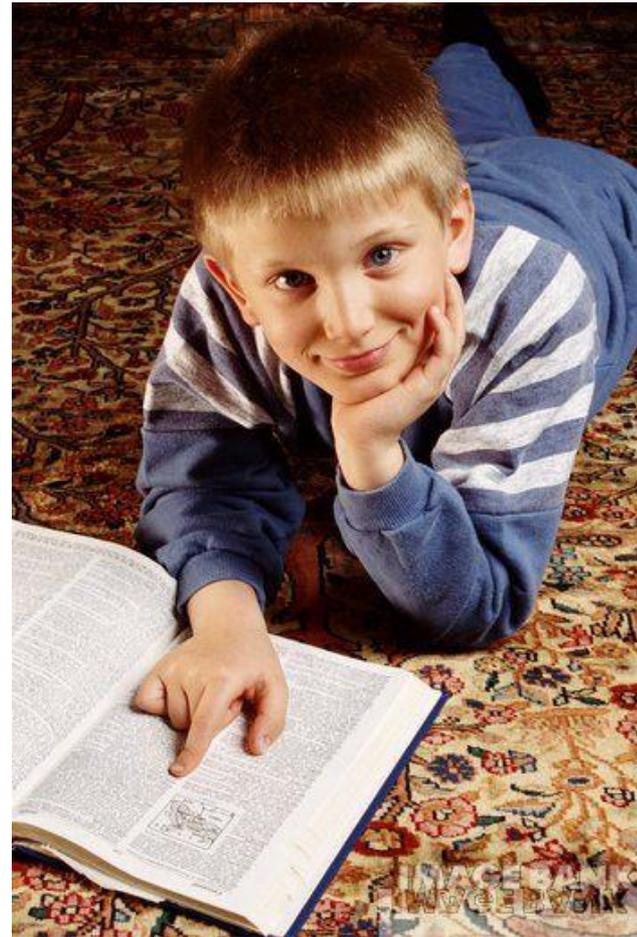




- Facilitar la compra de un **PVA** al cliente pagando una sola mensualidad

¿PVA?

- **PRODUCTO** .- Es un conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable. *
- **VALOR** .- Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite. *
- **AGREGADO**.- Añadir algo a lo ya dicho o escrito*



Beneficios del F&I

- ✓ Venta Profesional y Especializada de TODO el Paquete de Productos y Servicios de la Marca.
- ✓ Especialización y Profesionalización de Funciones.
- ✓ Desburocratización del trabajo administrativo del Asesor de Ventas: Más Tiempo para generar nuevas ventas.
- ✓ Trabajo en equipo para lograr más y mejores **IRC'S**.
- ✓ Aperturas inmediatas del Financiamiento y Seguro darán como resultado entregas más rápidas del vehículo.
- ✓ Ventas con Técnicas Científicas y Métodos comprobados.

Beneficios del F&I

- ✓ Crear y Desarrollar una Cartera de Clientes **PROPIA y EXCLUSIVA** del Concesionario.
- ✓ Crear relaciones a largo plazo entre el Concesionario, la marca y el cliente Final.
- ✓ Fidelización de los Clientes a la Marca y principalmente al Concesionario.
- ✓ Aumento en márgenes de utilidad como consecuencia de la venta de todo el Paquete de Productos y Servicios de la marca de una forma especializada y profesional.
- ✓ Estrategia de **DIFERENCIACIÓN**.

Fases de la Implementación *F&I* en el Concesionario

1. **Presentación y venta del Programa.**
2. **Selección del F&I.**
3. **Programa de capacitación del F&I.**
4. **Propuestas de estructura salarial del Consultor de Negocios.**
5. **Proceso de Análisis operativo y numérico.**
6. **Proceso de implementación de la estrategia F&I.**
7. **Evaluación de resultados numéricos del Concesionario cada mes, posterior al curso.**

F&I en la Operación

Gerencia de negocios

Lealtad/ Recomendación

Ventas

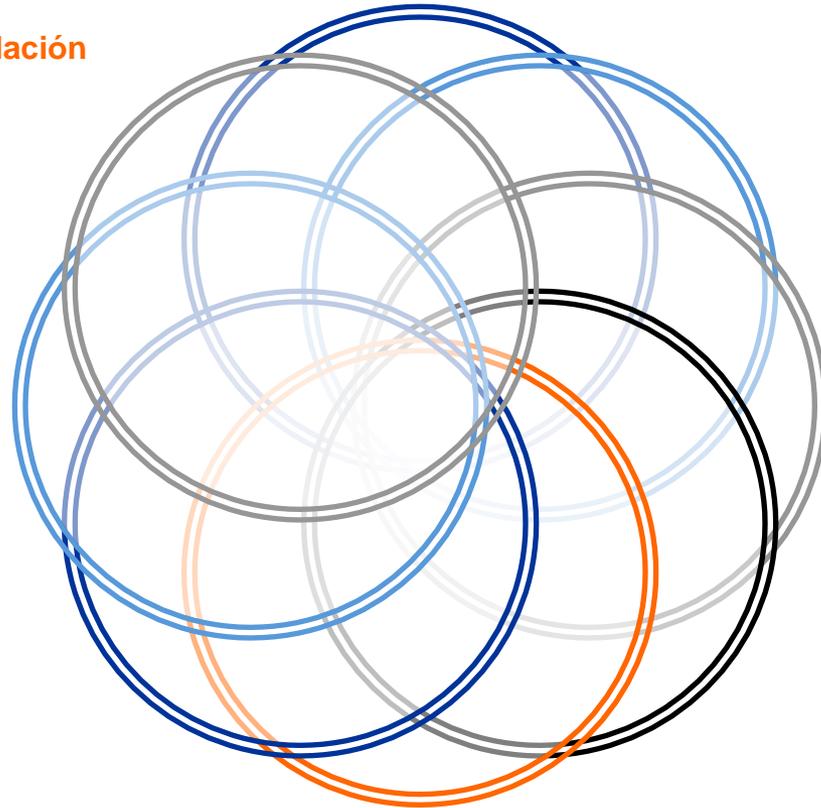
Diferenciación

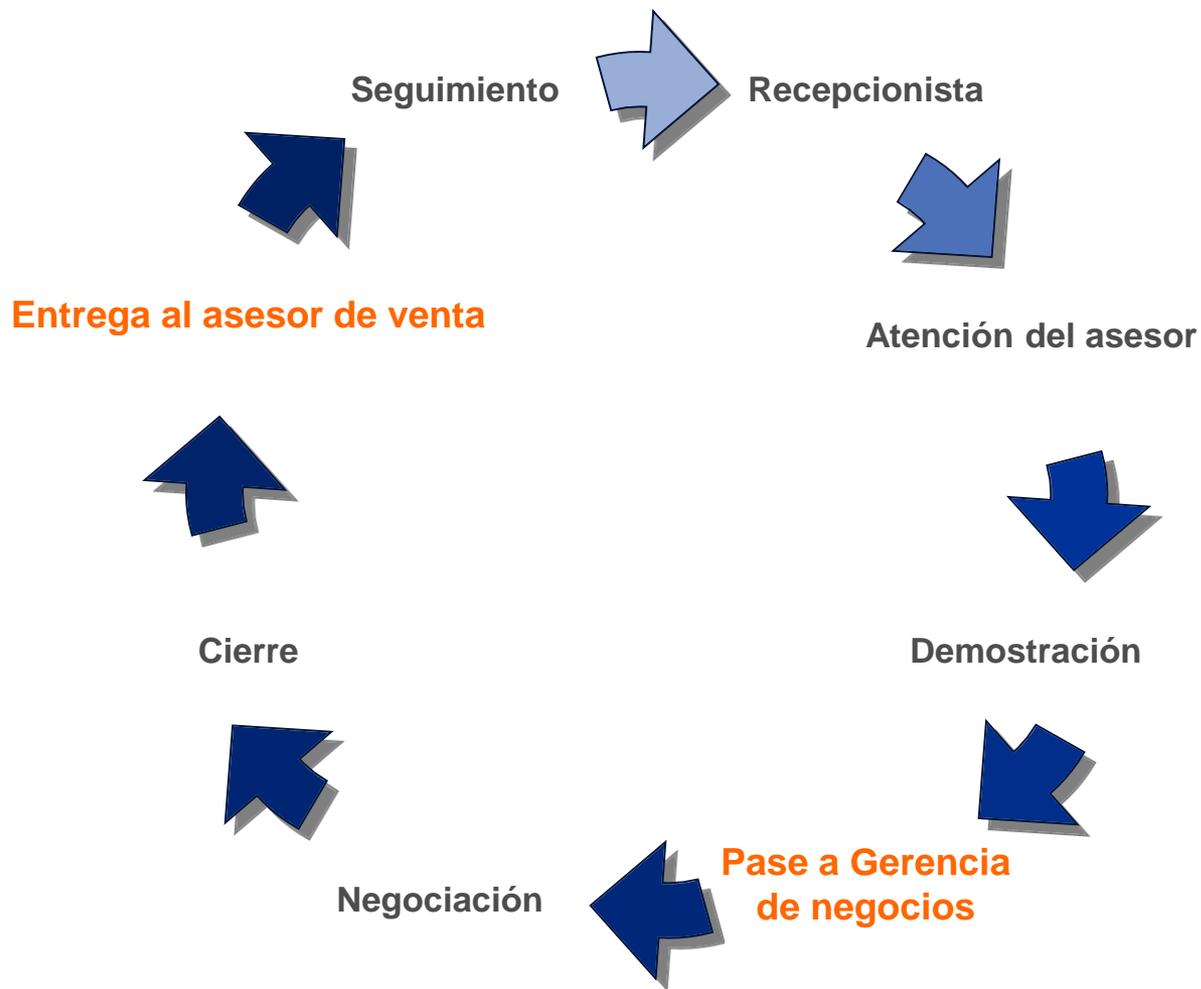
Administración

Satisfacción

Post - Venta

Cliente Interno





Pase del cliente al *F&I*

La Base de Nuestra Estrategia

Ya que como objetivo mínimo debe de ver el 80% de los clientes en piso en primer contacto

Prioridad de pase:

Buscan Información

De financiamiento

De contado

Cautivos



Pase del cliente al *F&I*

Asesora al cliente de una manera profesional y especializada.

Escuchando

Empatizando

Cumpliendo necesidades

Explica alternativas de pago.

Dandole el plan a su medida

Ofreciendo la mejor forma de pago

Ninguna cotización debe de ser igual



Pase del cliente al *F&I*

Ofrece el paquete de productos de la marca.

Financiamiento

Garantías

Accesorios

Seguros

Da seguimiento al negocio.

Base de datos

Solicitudes aprobadas no
compradas

Control en piso



Apoyos de un buen F&I

Vehículo X

Precio de Venta \$760,000

| Opciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| II | 35% | 35% | 35% | 35% | 35% |
| Enganche | \$ 266,000.00 | \$ 266,000.00 | \$ 266,000.00 | \$ 266,000.00 | \$ 266,000.00 |
| MESES | 24 | 24 | 36 | 36 | 60 |
| INCLUYE | Seguro Básico | Seguro Amplio | Seguro Básico | Seguro Amplio | Seguro Amplio |
| | Caja Seca | Caja Seca | Caja Seca | Caja Seca | Caja Seca |
| | | RC por amplia | RC ampliada | RC ampliada | RC ampliada |
| | | | Kit de emergencia | Kit de emergencia | Kit de emergencia |
| | | | | | GPS |
| Pago Mensual | \$25,442.82 | \$25,796.87 | \$18,707.56 | \$19,184 | \$13,558 |
| | | \$354.05 | | \$476.84 | |

Apoyos de un buen *F&I*

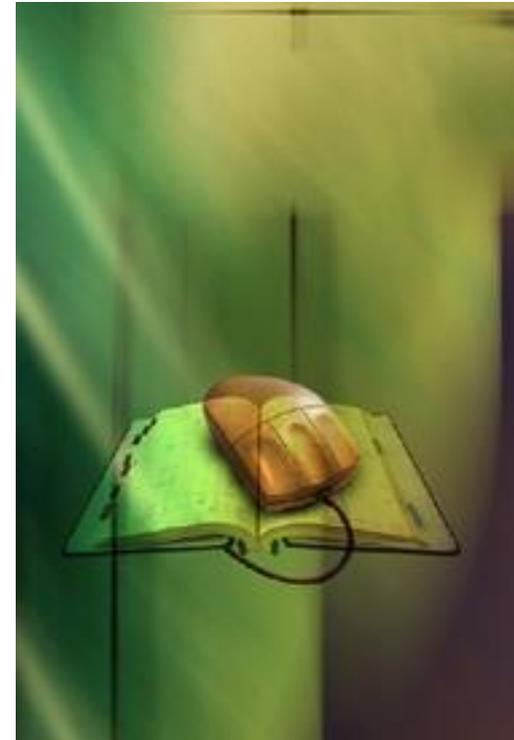
Menu Selling

- **Si quieres que el cliente decida en tu oficina dale las opciones de comparación y toma de decisiones.**
- **Si no lo haces el cliente por instinto tendrá “Que pensarlo”; realmente tiene que compararlo.**
- **¿Con quién?, si no es contigo mismo con otra agencia.**
 - Dar opciones + recortar tiempo = incremento ventas

Apoyos de un buen *F&I*

Libro de pruebas

- **Mi libro especializado sobre el mercado automotriz**
 - financiero
 - asegurador
 - la economía general de un país
 - ventas
 - lanzamientos
 - productos
 - Competencia



Esta información debe ser comprobada con hechos científicos o encuestas especializadas

Apoyos de un buen *F&I*

¿Pará que me sirve?

- **Es útil principalmente para el tratamiento del escepticismo y tratar las objeciones**
- **Mostrar profesionalismo**
- **Despejar dudas**
- **La información es poder**



Apoyos de un buen *F&I*

QUE DEBE INCLUIR EL LIBRO DE PRUEBAS

- ✓ Lista de Precios Autos
- ✓ Fichas Técnicas
- ✓ Comparativo de Tasas
- ✓ Análisis de Beneficios
- ✓ Tabla Valores Seguro Automóviles
- ✓ Cartas de clientes
- ✓ Artículos de Periódicos o Revistas
- ✓ Internet

**Todo aquello que tenga que ver con el negocio
y que permita llevar al cliente a tomar una
decisión más rápida de compra.**



Pase del cliente al *F&I*

Da seguimiento al negocio.

Base de datos

Solicitudes aprobadas no
compradas

Control en piso

Control de guardías conforme a
pase y a cierre

Manejo de utilidades extras por
asesor

Control de los clientes
atendidos



Pase del cliente al *F&I*

Antes de darse el pase, necesita

- Nombre del Cliente
- Datos del vehículo de interés.
- Tipo de operación que piensa efectuar
- Datos adicionales.
- La razón y la importancia de ser pasado a otra persona -beneficios-
- El cargo y responsabilidad de esta persona
- **El estado de la venta y el perfil del cliente**



Gerente de Negocios

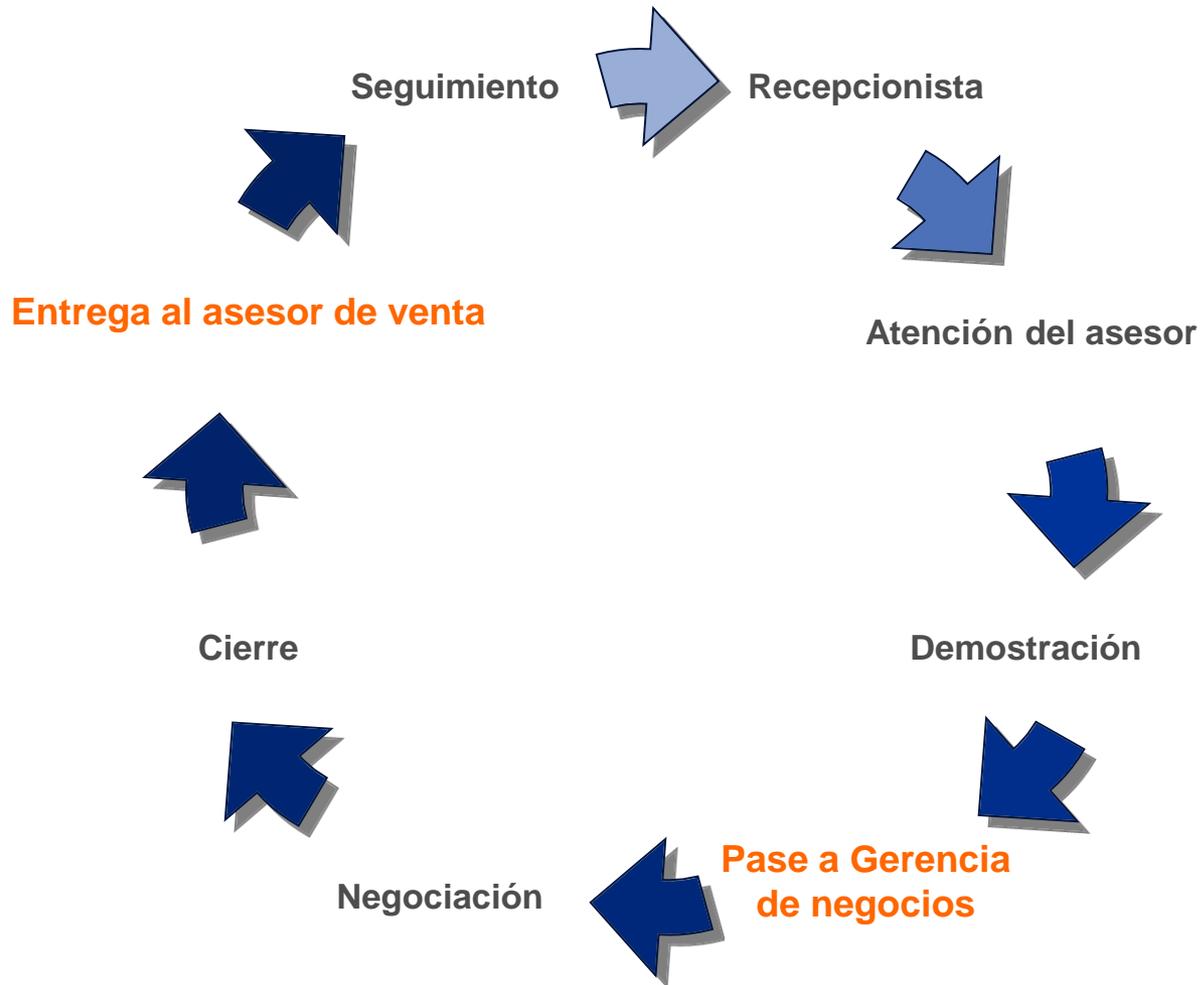
DEVOLUCION
DEL
CLIENTE



Asesor

- Planea Alistamiento
- Planea Entrega

F&I en la Operación



¿Qué es lo que genera *F&I*?



Características del Gte de Negocios ó F&I

- Proactividad
- Liderazgo y Ética de negocios
- Buena Comunicación
- Entendimiento y uso del concepto de venta estratégica
- Dominio de la escalera de venta
- Manejo de objeciones
- Dominio de técnica de cierre
- Imagen y Profesionalismo
- Seguimiento y control



Gracias

*Fabiola Morales Arzate
Gte. Regional Ventas y F&I Zona Centro-Sur
supventas1@prodigy.net.mx
52 84 9800
044 55 54031379*