

***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.



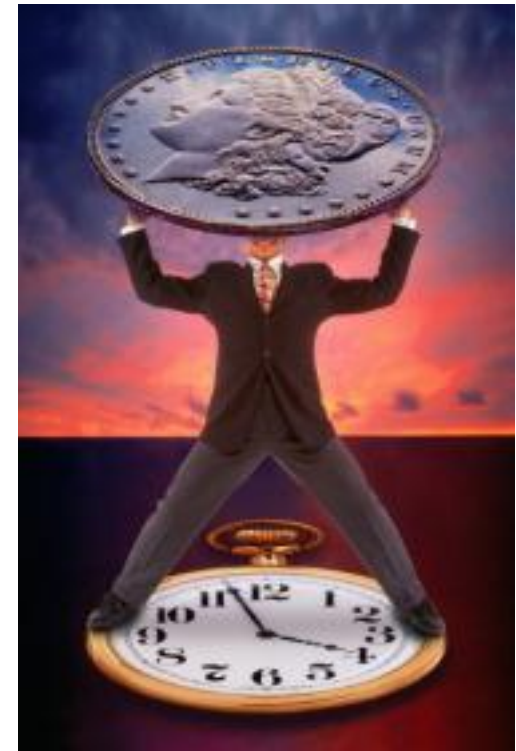
HISTORIA DE F&I

- 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.

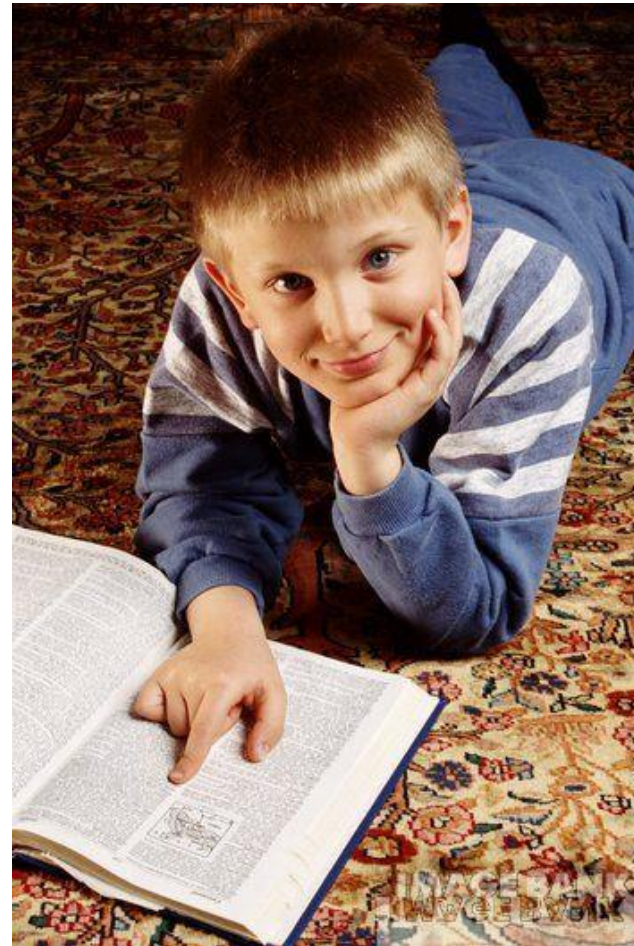




- Facilitar la compra de un **PVA** al cliente pagando una sola mensualidad

¿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

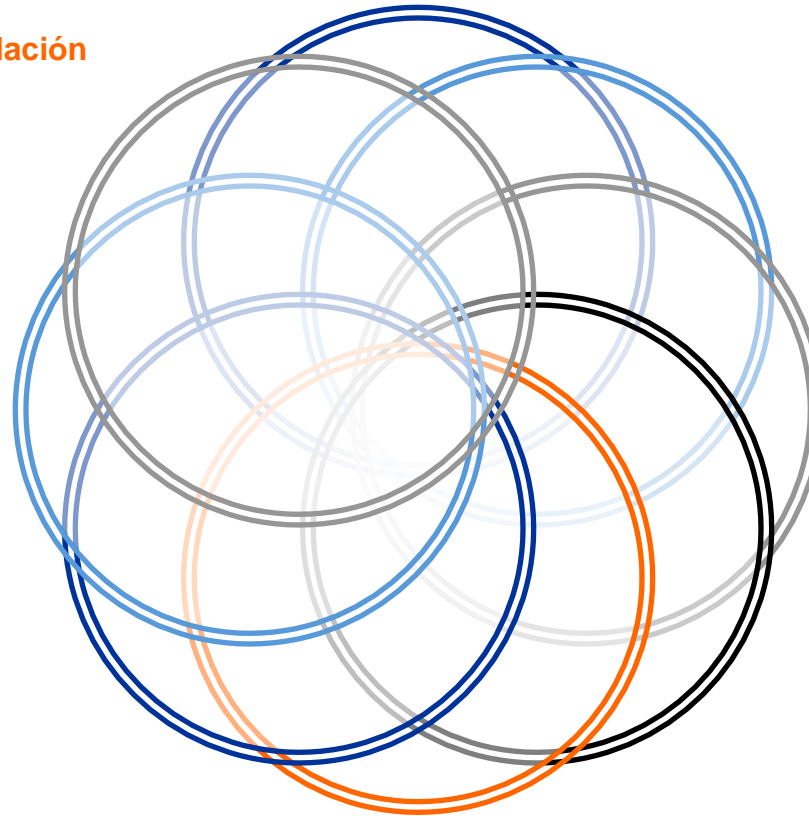
Diferenciación

Administración

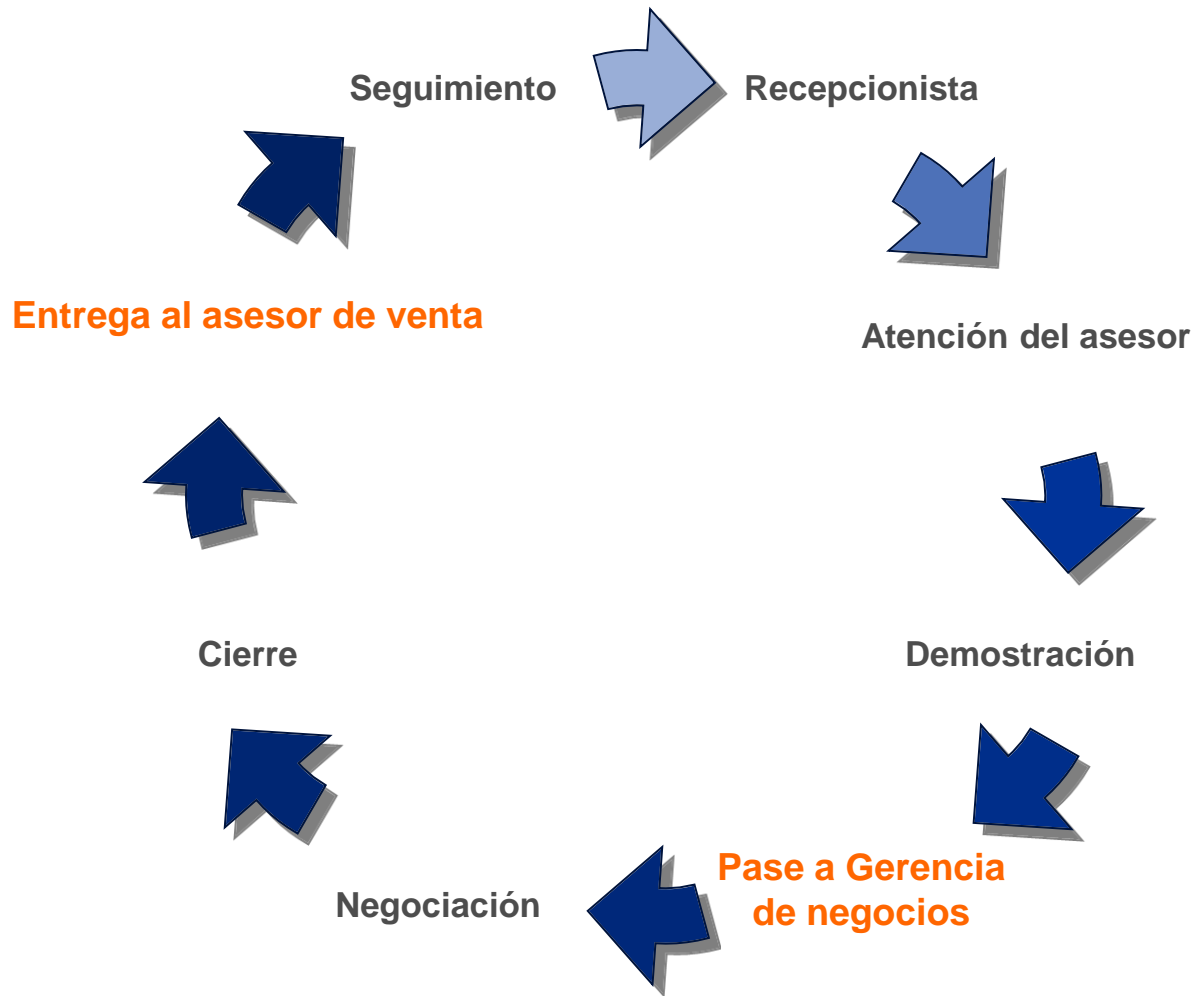
Satisfacción

Post - Venta

Cliente Interno



F&I en la Operación



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*

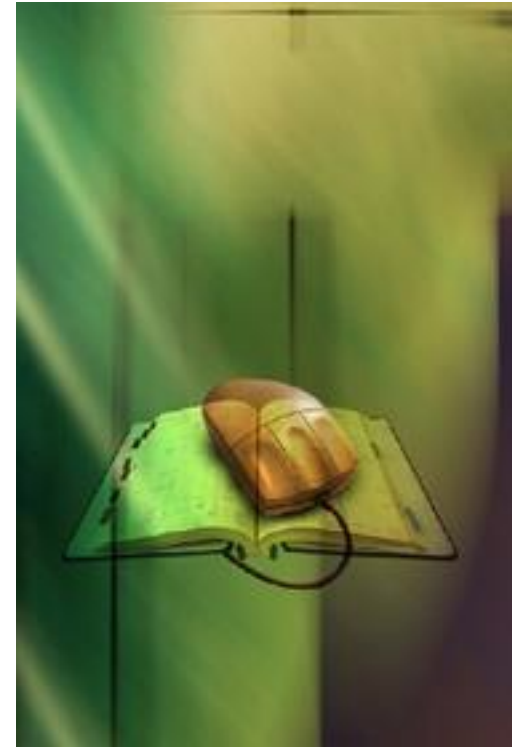
Menu Selling

- **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

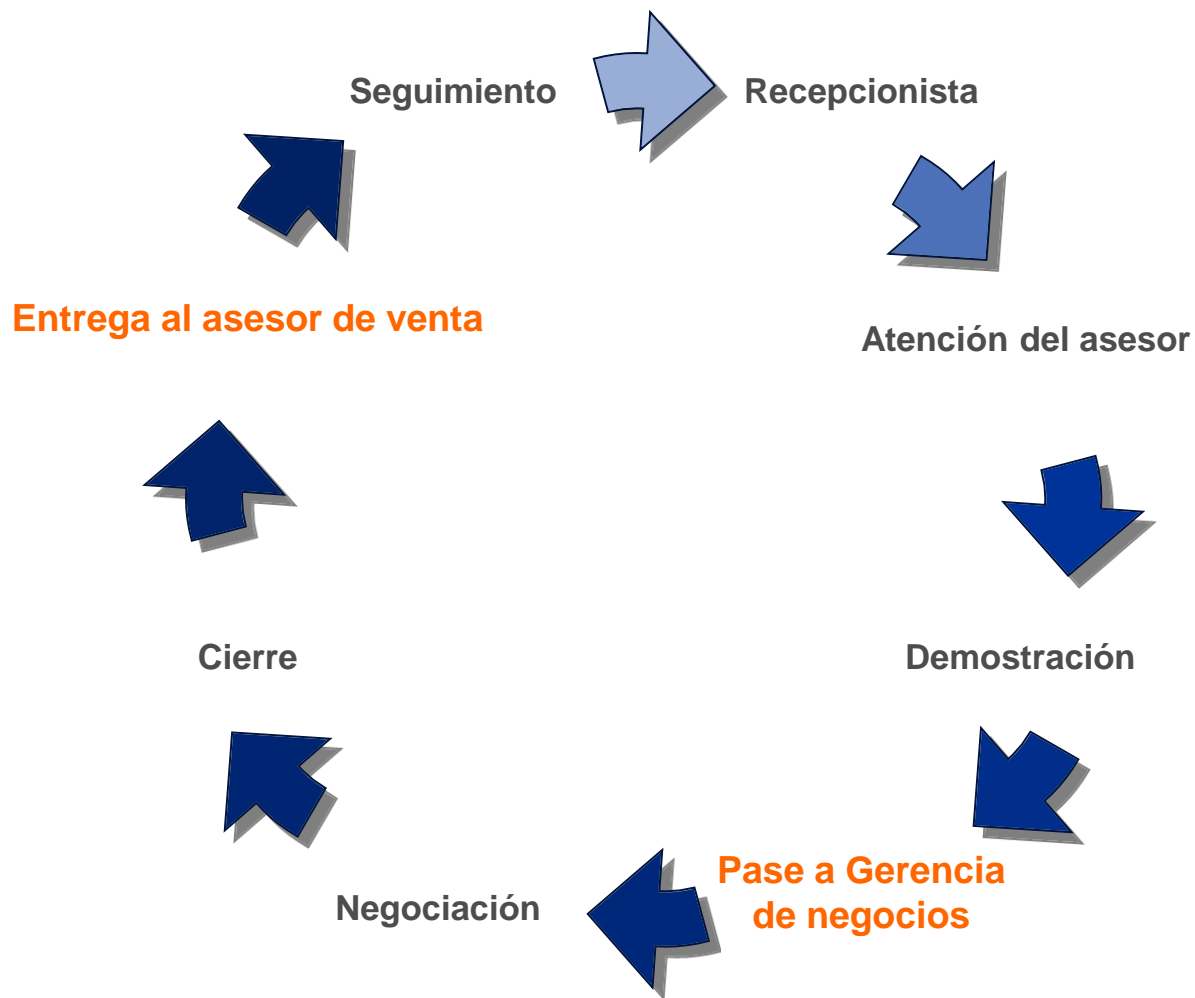
DEVOLUCION
DEL
CLIENTE



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](mailto:supventas1@prodigy.net.mx)
52 84 9800
044 55 54031379*