

Transformación digital en la industria automotriz

Insights, desafíos y estrategias para adaptar los concesionarios a un mundo cambiante.



¿Qué encontrarás en este material?

- Información clave sobre la transformación digital en el mundo y en la industria automotriz.
- Un panorama actual sobre los principales desafíos y obstáculos de los minoristas de autos.
- Estrategias para impulsar el cambio en concesionarios y retailers.





¿Cómo construimos este informe?

Desde Asofix sabemos lo importante que es mantenerse al tanto de las últimas tendencias y novedades. Por eso, nos encontramos en permanente revisión e investigación. Este informe tiene como base nuestro blog, pero también es el resultado de un research y análisis de contenido de reportes, artículos y materiales de las más grandes consultoras y organizaciones globales.



01

Introducción

02

Impacto de la
transformación digital

03

Datos clave sobre este
fenómeno global

04

Principales desafíos
de los retailers
automotrices

05

Estrategias para
impulsar el cambio en
concesionarios

La transformación digital es una tendencia que crece día a día y que ya alcanzó a casi todas las industrias. A raíz de la pandemia, hoy nos encontramos viviendo en el mundo digital que se esperaba recién para 2025. En este escenario, las empresas preparadas para el futuro entienden lo vital que es invertir en tecnología y disponer de datos, no solo para tomar decisiones sino también para **potenciar la experiencia de sus clientes.**

Una de las pocas certezas con las que cuentan las empresas es que su supervivencia está directamente asociada a la transformación digital y que esta ya no es una opción, sino una necesidad urgente.

¿Cómo la transformación digital puede impulsar el crecimiento organizacional?

El éxito organizacional está directamente vinculado a la capacidad de adaptación a un mundo digital, dinámico y en permanente cambio, con consumidores informados y exigentes.

Sin dudas, la adopción de la transformación digital genera importantes disrupciones en las empresas y trae grandes beneficios.

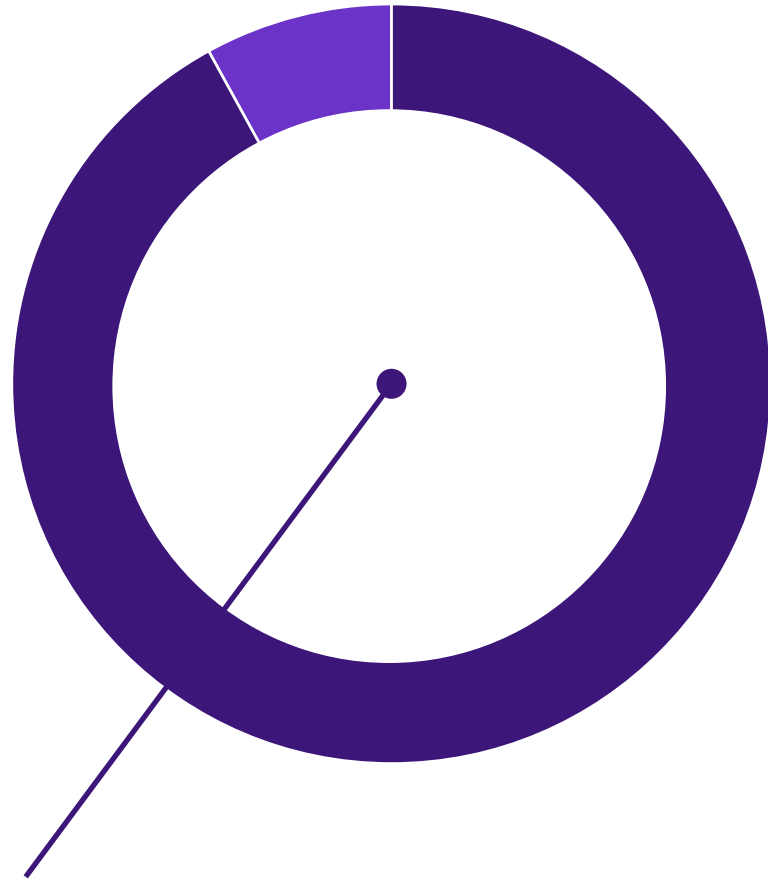
Modelos operativos más rápidos y ágiles

Capacidad de adaptación a entornos cambiantes

Rentabilidad y escalabilidad del negocio

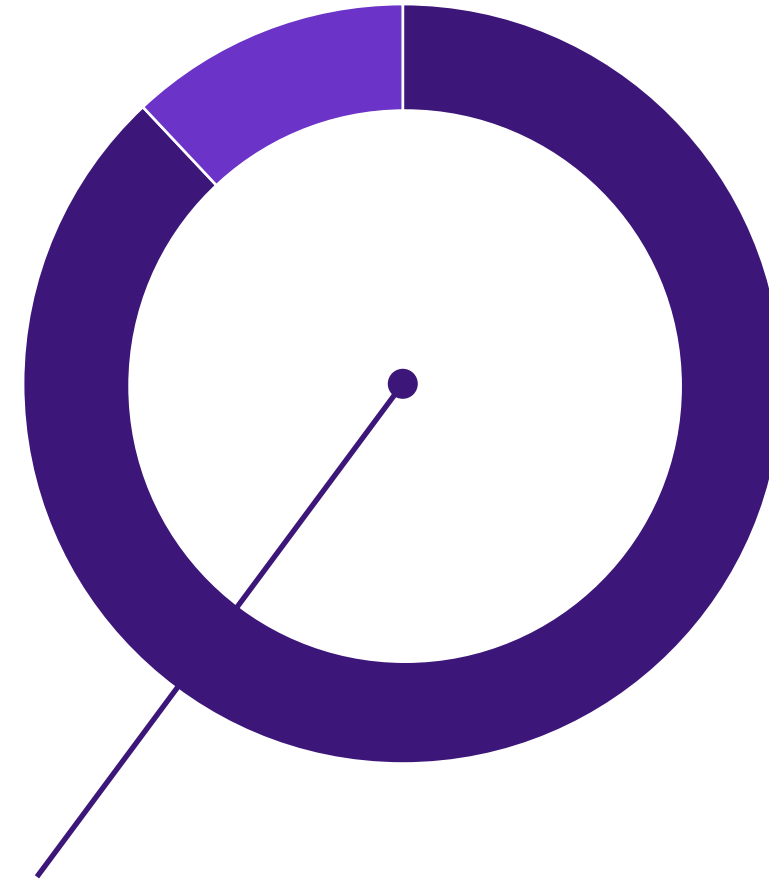
Mejores experiencias para clientes y colaboradores





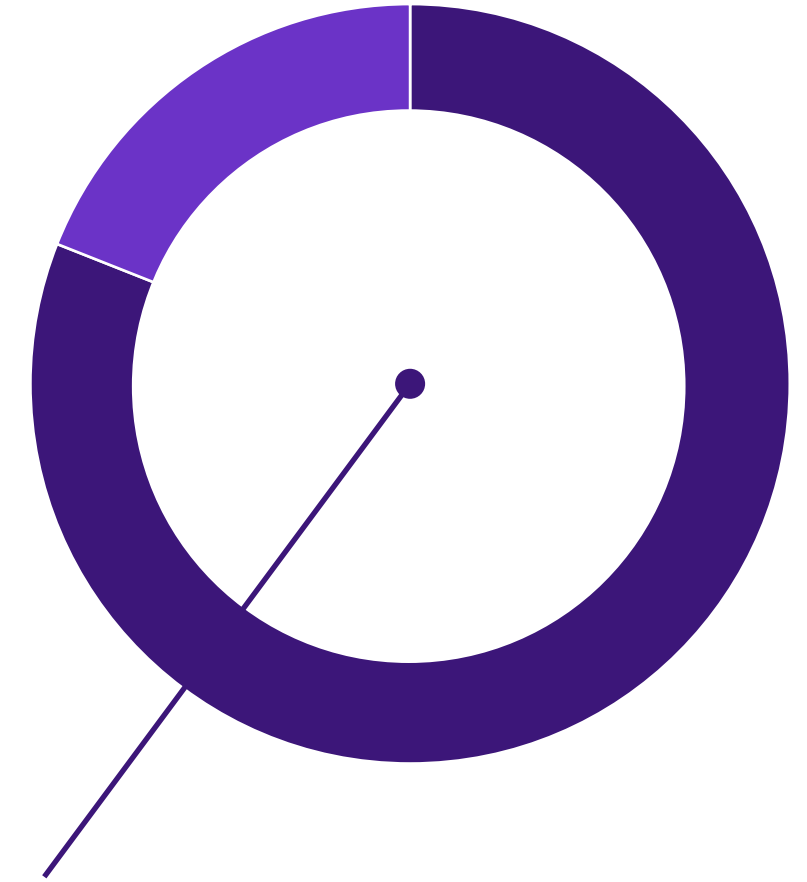
92%

de las empresas reconoce que la capacidad de adaptación y la flexibilidad son claves para sobrevivir a la transformación digital.



88%

de los clientes espera que las empresas aceleren sus iniciativas digitales.



81%

de las personas con poder de decisión en las empresas están impulsando estrategias digitales.



-
- Las empresas están virando hacia el software y tecnología para 2030

- Los ejecutivos mundiales aspiran a que más de la mitad de sus ingresos en los próximos 3 años provengan de tecnologías y servicios digitales.

2028

2027

2026

2025 ●—————

2024

2023

2022

2021

2020

2019

2018

2017

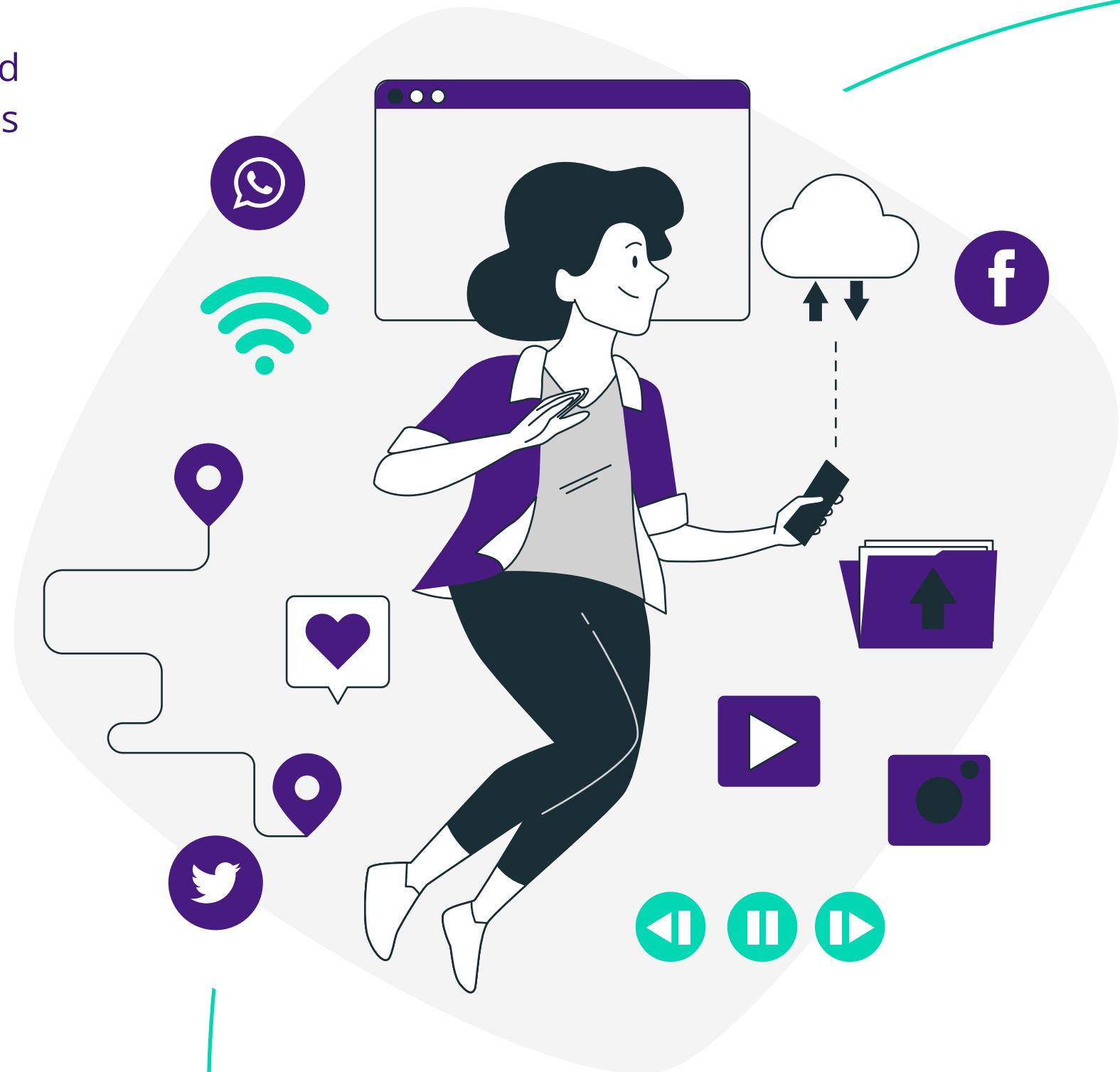
A pesar del auge del comercio online, las tiendas físicas no desaparecerán.

Para 2025, se espera que sigan representando el 57% del crecimiento y el 82% de las ventas totales en América Latina. Pero hay algo que no pueden ignorar: **para subsistir, deberán transformarse.**



Para 2030, el modelo comercial tradicional de los concesionarios, que ya tiene más de 100 años, podría llegar a su fin.

Para los minoristas del mundo automotriz, la necesidad de repensar los modelos de negocio y descubrir nuevas maneras de operar en un entorno no solo digital, sino también omnicanal, es urgente.





4 desafíos que los retailers automotrices deben superar





Procesos y experiencias tradicionalistas

1

Las experiencias de compras en los salones de ventas suelen ser largas, dificultosas y poco personalizadas.

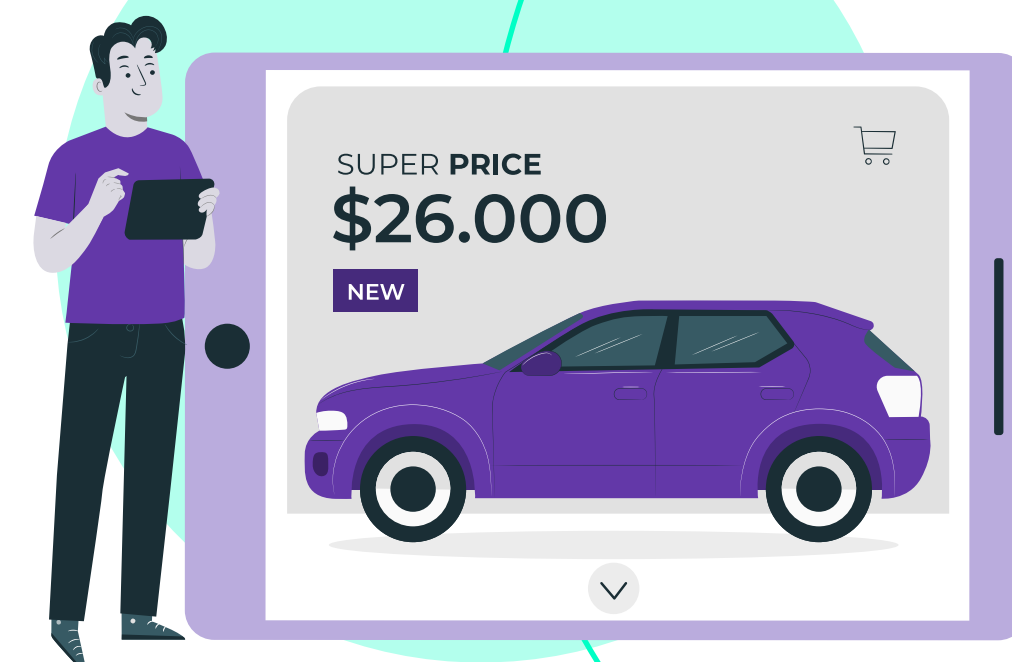
Los equipos comerciales atraviesan diversos procesos burocráticos para la toma de decisiones.

Competencia mixta y desigual

Los competidores digitales de los concesionarios tradicionales simplifican la experiencia de compra-venta y transparentan los precios.

Los concesionarios ven limitada su capacidad para capturar el margen de los productos e influir en el comportamiento de compra de los clientes.

2





Múltiples sistemas de gestión desintegrados

3

Las operaciones y seguimiento de clientes en los concesionarios se realiza a través de diversos software y sistemas.

La desarticulación de las tecnologías genera efectos inversos, complejiza los procesos y atenta contra la rentabilidad.

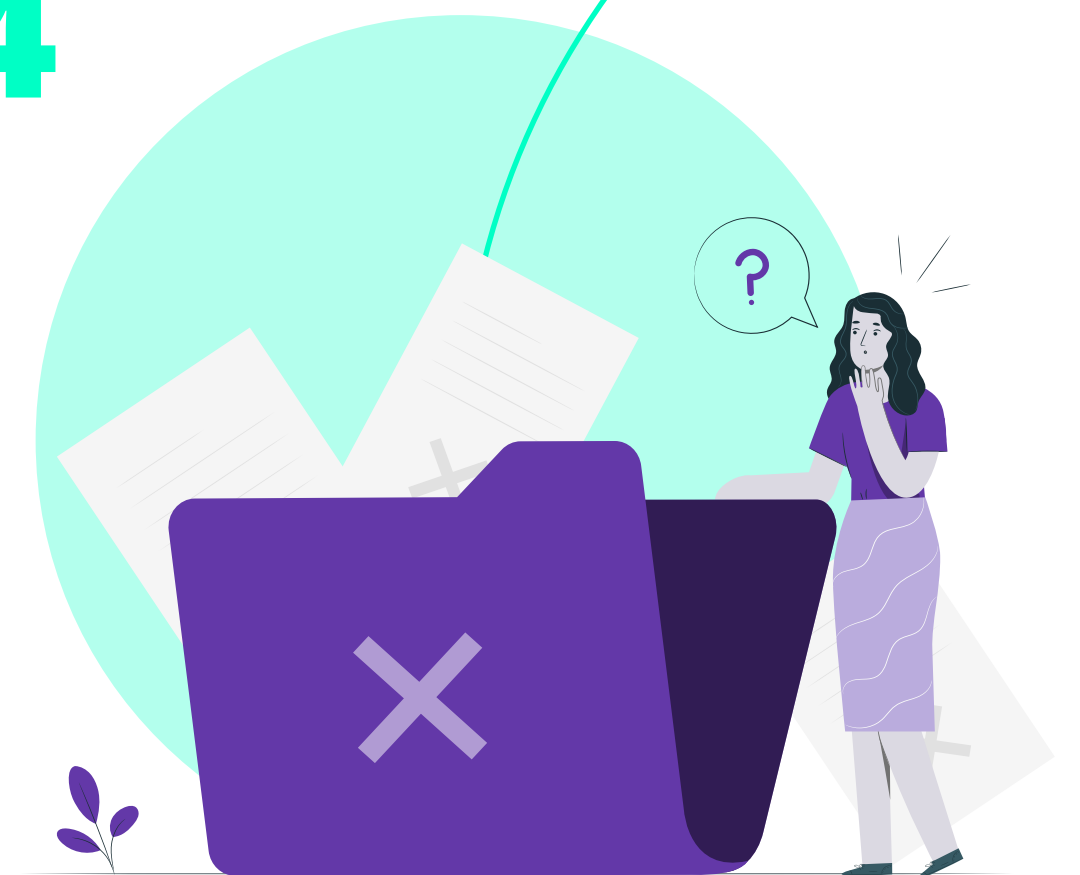
Temor al cambio y falta de infraestructura

4

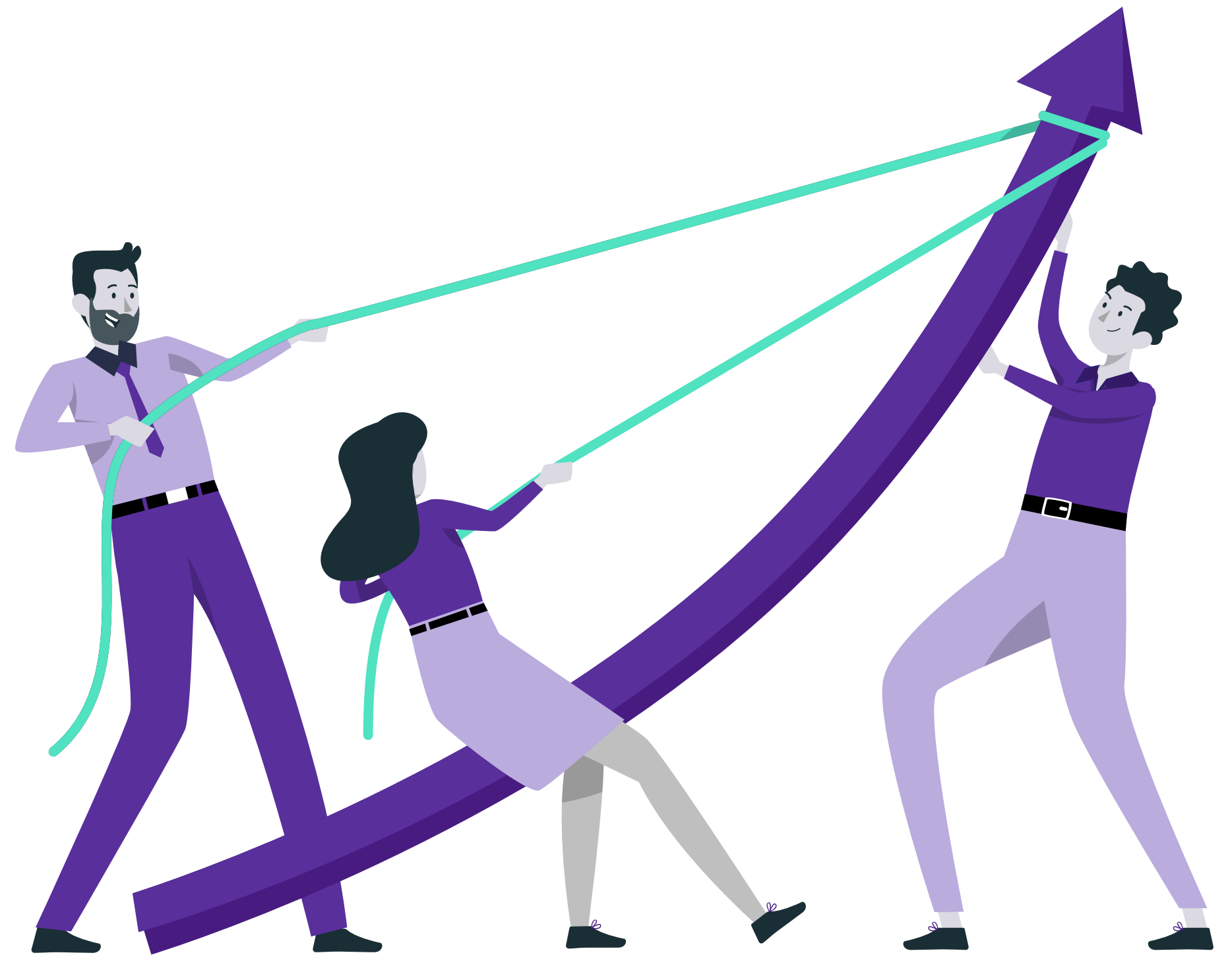
Temor a cambiar todo el proceso comercial.

Temor a una mayor transparencia y a su influencia en los resultados finales.

La mayoría de los concesionarios hoy no cuentan con la infraestructura necesaria para combinar datos online y offline.



Estrategias para impulsar la transformación digital en concesionarios



01

Reinventar los salones

- Espacios más modernos y tecnológicos.
- Gran presencia de marca.
- Experiencias de compra sin fricciones.

02

Rediseñar las operaciones internas

- Reducción de costos operativos logrando mayor eficiencia.
- Mejora de las habilidades de los equipos comerciales.
- Revisión de las estructuras e integración de roles.



Los concesionarios que toman una postura agresiva sobre la eficiencia operativa y rediseñan las operaciones internas para atender a una base de clientes más digitalizada, a menudo capturan mayores volúmenes de ventas y rentabilidad.



03

Personalizar la experiencia de cliente

- Cuanto más personalizada sea la experiencia de compra, mayores serán las posibilidades de que las personas continúen y concreten la compra.
- La clave: mover el foco de una mirada basada en el vehículo a una centrada en las personas.

04

Construir experiencias omnicanal

- Articulación de interacciones online y offline en el proceso de compra.
- Integración de los datos en línea y fuera de línea.



Aumentan la confianza y satisfacción del cliente.



Permiten ahorrar y optimizar tiempos.



Aportan eficiencia a los equipos comerciales.

La mayoría de los concesionarios aún no están realizando los esfuerzos necesarios para dar el salto digital. Pero no hay dudas, quienes antes hagan el cambio tendrán ventajas de llegada y de permanencia.

¿Tu negocio está listo para despegar?





Fuentes: Asofix, Salesforce, Mckinsey & Company, Think with Google, Institute of Business Value.

www.asofix.com