

ASESORES COMERCIALES

ATENCIÓN PRESENCIAL

OBJETIVO:

Atender los clientes que ingresan a las salas de ventas de Distoyota con el propósito superior de servir y brindar una excelente asesoría que resulte en su fidelización y la generación de ventas.

LINEAMIENTOS GENERALES

PRESENTACIÓN PERSONAL

Es responsabilidad de la anfitriona brindar una bienvenida cálida y profesional a cada cliente que ingresan al concesionario. Al recibir al cliente, debe:

- Usted es el embajador de la marca, por lo tanto, deberá portar su uniforme de manera impecable al igual que sus zapatos. En este orden recuerde que el uniforme se debe utilizar completo, que corresponda con el día que le fue asignado y debe estar acompañado por su tarjeta de presentación digital y nametag (Este debe estar siempre visible).
- El aseo personal refleja su personalidad, por lo tanto, deberá esmerarse en que sea de la mejor manera y así brindarle al cliente una imagen agradable y generar confianza.
- Si usted es fumador, asegúrese que, al momento de atender al cliente, el olor a nicotina no sea un impedimento para crear un ambiente adecuado para la atención.
- Mantenga el cabello y uñas organizados acorde a los lineamientos de presentación personal de la compañía.

LENGUAJE CORPORAL:

- Es importante que su postura refleje confianza y seguridad al cliente.
- Intente mantener una postura erguida, hombros relajados, manteniendo contacto visual con el cliente.
- ¡Sonría! El cliente debe sentirse bienvenido al concesionario. Su sonrisa será la llave para generar empatía con el cliente y romper el hielo. Recuerde: Una sonrisa es el inicio de la hospitalidad. Y la hospitalidad es el corazón del espíritu de servicio de Toyota.
- Sus gestos hablan más que sus palabras, por ello es recomendable que su actitud sea cálida y amable para con el cliente.
- Según su observación, defina si el cliente recibirá un saludo de mano y de ser así realícelo midiendo la fuerza del mismo para no hacer sentir incómodo al cliente.
- Mantenga una distancia adecuada entre el cliente y usted, se sugiere entre 1,2 m y 2 m. Estar tan cerca del cliente puede generar incomodidad y desinterés.
- Cuidar la entonación al momento de presentar la información: no gritar, no hablar tan bajo, usar palabras adecuadas, realizar pausas para verificar que cliente este atendiendo.

SALUDO Y PRESENTACIÓN

Es responsabilidad de la anfitriona brindar una bienvenida cálida y profesional a cada cliente que ingresan al concesionario. Al recibir al cliente, debe:

- Es importante que se tenga en cuenta que, después de la atención por parte de la anfitriona y el aviso por parte de esta, no puede pasar más de 2 minutos para que el Asesor Comercial ya este brindando atención al cliente.
- Antes de dirigirse al cliente, tómese un momento y observe: ¿viene solo? ¿Viene con la familia? ¿vienen niños? ¿tienen mascota? ¿personas de la tercera edad? ¿personas con movilidad reducida?, esto con el fin de brindar una asesoría personalizada y que se ajuste a la situación.
- Prepare su frase de introducción de acuerdo con lo que logro identificar en el paso anterior e identifíquese ante el cliente con su nombre, apellido y cargo.

Ejemplo: “*¡Buenas tardes bienvenido a Distoyota! Mi nombre es Camilo Gonzalez, Asesor Comercial Distoyota ¿en qué le puedo servir?*”

Importante: Indague el nombre del cliente, ubique un espacio adecuado para la atención y ofrezca una bebida.

ENTREVISTA CON EL CLIENTE

El propósito superior de un Asesor Comercial Distoyota es acompañar a su cliente en el proceso de compra de su vehículo, el centro de su atención debe estar en escuchar sus necesidades, para ello es necesario escuchar activamente lo que expresa. Se sugiere tener en cuenta las siguientes preguntas que le ayudarán a ampliar las expectativas del cliente: hablar tan bajo, usar palabras adecuadas, realizar pausas para verificar que cliente este atendiendo.

- ¿Cuál es el vehículo de su interés?
- ¿Qué conoce acerca del vehículo?
- ¿Cuál será el uso que le dará a su vehículo?
- ¿Este es su primer vehículo?
- ¿Qué vehículo tiene actualmente?
- ¿Como tiene planeado realizar el pago de su vehículo?

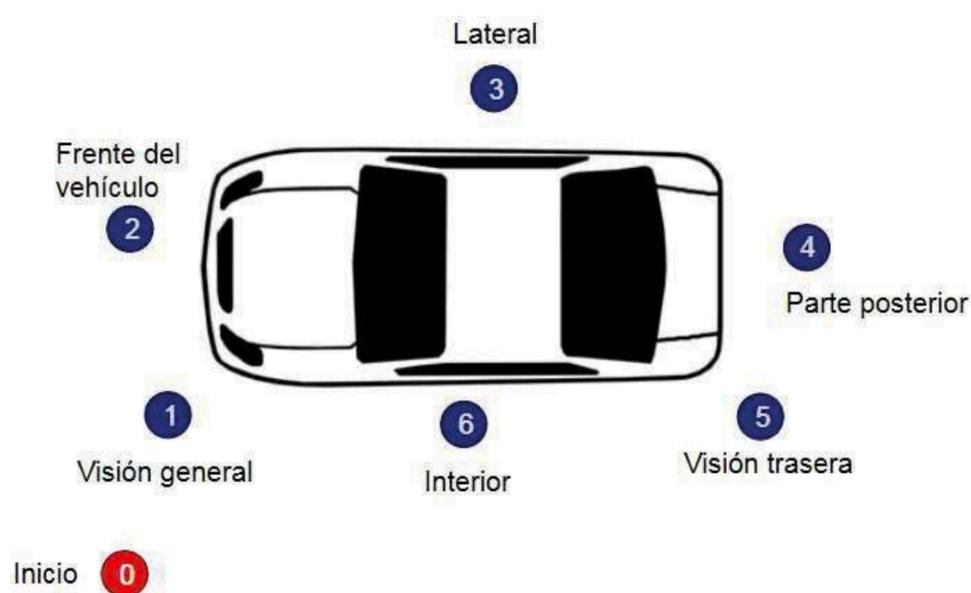
De acuerdo con las respuestas del cliente determine si el vehículo de interés se ajusta a sus necesidades y prepare su argumentación sobre el modelo a presentar.

Importante: realice la entrevista con el cliente con la mejor disposición y energía, transmitiendo profesionalismo. Recuerde que el cliente espera asesoría, que le enseñen, que le muestren y que le expliquen todo lo relacionado con el vehículo.

DEMOSTRACIÓN DEL VEHÍCULO

La presentación estática y dinámica del producto puede ser de gran influencia para la decisión de compra; si tiene la oportunidad y el vehículo DEMO se encuentra disponible y en la sucursal, úselo y genere una experiencia vivencial a nuestros clientes.

1. Visual Estática. Si el vehículo se encuentra en la vitrina, aplique la técnica de los 6 pasos de la "Presentación Estática TOYOTA"



- Paso 0: Manteniendo el control. Invite al cliente a conocer el vehículo; realice una presentación formal del mismo.
- Paso 1: Resaltar beneficios de diseño. Destaque la estética, silueta, línea y pintura.
- Paso 2: Resaltar beneficios de la tecnología. Potencia, torque, carrocería, etc.
- Paso 3: Resaltar beneficios de confort. Accesibilidad, asientos, número de pasajeros, etc.
- Paso 4: Resaltar beneficios de versatilidad y capacidad de carga. Estilo o tipo del área de carga, volumen de carga, aditamentos, etc.
- Paso 5: Resaltar beneficios de seguridad. Seguridad pasiva y activa, suspensiones, etc.
- Paso 6: Resaltar beneficios de desempeño. Sistema de audio, ergonomía, volante, etc.

Tenga en cuenta: Si el cliente le pide que le muestre una parte, función específica del vehículo o tiene dudas del negocio en general, asegúrese de resolver la inquietud planteada. Adicionalmente infórmese de cuáles vehículos pueden competir con el que esté ofreciendo y resalte las características de Toyota sin hablar mal de las otras marcas. Capacítese y conozca suficientemente los vehículos, características y funcionalidades de cada línea. Recuerde que hoy en día los clientes pueden incluso conocer más que nosotros.

2. Visual Ficha técnica. Si el vehículo no se encuentra disponible en la sala muestre al cliente la ficha técnica explicando detalladamente cada uno de los beneficios del vehículo y complementé invitando al cliente a nuestra página web (www.distoyota.com). Adicional a ello, para las sucursales Distoyota que cuentan con pantalla touch se pueden apoyar de ella para hacer de la experiencia algo más memorable.

a. Funcional Test Drive: Es obligatorio ofrecer la prueba de ruta si el vehículo está en sala, en caso de no ser el vehículo que el cliente desea, realícelo en un vehículo de características similares. Para realizar el test drive remítase al instructivo IO-08-04, de esta manera garantiza que el cliente viva la experiencia de manejar un Toyota. Si el test drive no está disponible, busque la disponibilidad en otra sucursal o coordine una cita con el cliente para realizar la prueba posteriormente en caso de ser necesario.

Nota: Verifique que el cliente se sienta a gusto con la explicación del producto, indague si tiene alguna duda adicional y acláresela. Invite al cliente a realizar la cotización.

COTIZACIÓN VEHÍCULO Y SEGUIMIENTO

Este paso permitirá que nuestro cliente se sienta seguro de continuar con el proceso de negociación pues se muestra nuestra firme intención de vender el producto que necesita.

- Todos los clientes que ingresan a nuestras sucursales Distoyota deben ser creados como prospectos en la plataforma de KUMO y antes de su retiro de esta, el cliente ya debe contar con la cotización en su correo electrónico.
- Posterior a esta cotización, es importante que realice un seguimiento al cliente máximo 36 horas después, para validar qué ha pensado el cliente y cómo va el proceso de negociación.

Tenga en cuenta: Asegúrese de que la(s) cotización(es) tengan información actualizada, veraz, completa y suficiente frente a las solicitudes del cliente. Recuerde que la cotización constituye una oferta comercial que compromete a Distoyota.

GARANTÍA

Es fundamental que el asesor comercial consulte siempre el libro de certificado de garantía Toyota. En este documento encontrará toda la información necesaria para explicarle al cliente de forma clara cómo funciona la garantía de su vehículo, qué aspectos cubre y cuáles son sus condiciones. Así garantizamos una asesoría completa y transparente.



PLAN DE MANTENIMIENTO

Incluya dentro de su explicación al cliente toda la información relacionada con el Mantenimiento Planeado Toyota. Este programa no solo representa un beneficio adicional, sino que es una herramienta clave para que el cliente conozca cómo puede proteger su inversión, mantener su vehículo en óptimas condiciones y planificar los mantenimientos de forma anticipada, sin costos sorpresa. Informar al cliente sobre el Mantenimiento Planeado refuerza la confianza en la marca, resalta el respaldo de Toyota y demuestra un compromiso real con su seguridad y la durabilidad del vehículo. Recordemos que un cliente bien informado toma mejores decisiones y valora mucho más la experiencia de compra.

MENCIONE LA CADENA DE VALOR

- Seguros: infórmele al cliente el servicio de póliza de seguro todo riesgo que ofrece Distoyota; procure que el cliente salga con un valor aproximado del valor de este seguro para el vehículo de su interés.
- Financiación: Coméntele al cliente los diferentes planes de financiación con los que contamos.
- Usados: Menciónele al cliente que en Distoyota contamos con vehículos usados Toyota y Multimarca.
- Accesorios: ofrézcale al cliente los accesorios que estén disponibles para el vehículo de su interés y adjúntelo a la una cotización.

Tenga en cuenta: Mencione las campañas vigentes del mes como gancho para persuadir al cliente., adicional recuerde resaltar nuestros servicios posventa y beneficios como Plan de Mantenimiento Prepagado.

EXPLICACIÓN TIEMPOS DE ENTREGA

- Explíquelo al cliente de manera cordial que entiende perfectamente lo emocionado que está por recibir su nuevo vehículo.
- Menciónele que está haciendo todo lo posible para asegurarse de que su vehículo llegue lo más pronto posible, sin prometer una fecha.
- Para el cliente es muy importante que lo mantengan informado sobre el proceso de entrega de su vehículo, así que menciónele al cliente su interés por comunicarse con él, tan pronto tenga noticias.
- No se olvide del cliente, si se encuentra en lista de Back Order es importante mantener un contacto constante una vez al menos cada 10 días, dando un parte de tranquilidad y confianza en el proceso.

Tenga en cuenta: En Distoyota realizamos actividades constantes para los clientes, puede invitarlos mientras estamos en el proceso de entrega con el fin de irlo fidelizando y que vaya teniendo una relación con la marca.

NEGOCIACIÓN

Pregúntele a su cliente como desea realizar el pago total de su vehículo y coménteles cuáles son los medios de pago con los que cuenta Distoyota:

- De contado
- Con retomas: consulte con el cliente si tiene algún vehículo que quisiera dejar como parte de pago, para realizar peritaje, avalúo o dejarlo en consignación.
- Financiación: ofrézcale los planes de financiación vigentes, presénteles al F&I de la sala para que éste lo asesore de la mejor manera sobre el plan financiero que mejor se acomode a las necesidades.
- Haga seguimiento de que la simulación del crédito sea efectiva, adicional que se entregue la viabilidad de ser requerida por el cliente.

SEGUIMIENTO POST VISITA

Una visita sin seguimiento es una oportunidad perdida. El seguimiento no es opcional: es una parte crítica del proceso comercial y de la experiencia que le brindamos a nuestros clientes. Es importante que el cliente sienta que su visita fue valorada y que su interés continúa siendo atendido, evitando que se sienta dejado a la deriva o sin cierre.

- Al terminar el proceso comercial con el cliente, es obligatorio enviar vía correo electrónico desde la plataforma de KUMO la cotización formal del vehículo de su interés. Adicional a ello, vía WhatsApp y para reforzar la información sobre el vehículo envíe ese mismo día: La cotización, ficha técnica del vehículo de interés, opciones de financiación y un mensaje cálido y amigable sobre el proceso que se acaba de tener.
- Máximo 36 horas después, es obligatorio contactar al cliente para hacer un seguimiento al negocio y confirmar cuáles serán los siguientes pasos con el cliente para que la venta sea todo un éxito.

Recomendación: Un cliente que no recibe seguimiento siente que no fue escuchado. Un cliente que se siente acompañado tiene más posibilidades de cerrar.

La venta muchas veces no se da en la primera visita, pero sí gracias a un seguimiento oportuno, amable y profesional.

GUIÓN DE ATENCIÓN

Asesor comercial: *“¡Buenas tardes bienvenido a Distoyota! Mi nombre es Camilo Gonzalez, Asesor Comercial Distoyota ¿en qué le puedo servir?”*

Cliente: *“Buenos días Camilo.”*

Asesor comercial: *“¿Me recuerda su nombre por favor?”*

Cliente: *“¡Claro que sí! Mi nombre es Fernando.”*

Asesor comercial: *“Don Fernando, es un gusto para nosotros atenderlo el día de hoy. Antes de iniciar ¿Le gustaría tomar un café, agua o aromática?”*

Cliente: *“Si Diego, una aromática estaría bien.”*

Asesor comercial: *“¡Claro que sí Don Fernando! permítame un momento, voy por la aromática y ya estoy de regreso con usted.”*

| En el menor tiempo posible regresar con la bebida e iniciar con el proceso de prospección del cliente.

Asesor comercial: *“Ahora si Don Fernando, cuéntenos ¿Está buscando alguna referencia en particular o le gustaría recibir algunas recomendaciones por parte nuestra?”*

Cliente: *“Camilo, vengo interesado en un Toyota Yaris Cross, quiero que me cuente sobre todos los beneficios y bondades de ese vehículo.”*

Asesor comercial: *“¡Perfecto Don Fernando! Permítame contarle todo sobre lo que este vehículo tiene para usted. (Realizar explicación detallada de los beneficios más relevantes).”*

“Adicional a ello, Don Fernando ¿Para qué planea usar este vehículo? ¿Será para uso diario, viajes en familia, trabajo o algún otro propósito específico?”

| Conocer la experiencia previa del cliente y detectar áreas donde su nuevo vehículo podría representar una mejora.

Cliente: *“Diego este vehículo, lo estoy buscando porque debo movilizarme todos los días hasta mi lugar de trabajo. Adicional a ello, los fines de semana viajo a una finca cerca de Bogotá con mi esposa y mis dos hijos.”*

| En la compra es importante que como asesor comercial pueda detallarle al cliente todas las características del vehículo y le brinde la mejor experiencia sobre el vehículo de su interés, o si por el contrario puede brindarle otras alternativas de vehículo que se podrían ajustar a él.

Asesor comercial: *“¡De acuerdo Don Fernando! No hay nada mejor que verlo en persona. Si le parece bien, me encantaría mostrarle el vehículo para que lo conozca más de cerca. Incluso podemos hacer una prueba de manejo para que experimente cómo se siente al conducirlo.”*

Cliente: *“Si Diego, vamos”*

Realizar la demostración del vehículo de acuerdo al paso a paso que se les compartió y verificar los documentos y firma para realizar el test drive. Es importante crear una experiencia inmersiva que ayude al cliente a visualizarse con el vehículo, lo que aumenta las posibilidades de cierre.

Asesor comercial: *“Don Fernando ¿Cómo tiene planeado realizar el pago de su vehículo? ¿Está considerando opciones de financiamiento o prefiere hacer un pago al contado?”*

Cliente: *“Actualmente tengo un Volkswagen y me gustaría entregarlo como parte de pago.”*

Importante indagar los diferentes métodos de pago que el cliente tiene considerado para la compra de su nuevo vehículo.

Cliente: *“Diego, la idea es poder vender mi vehículo y con lo que reciba poder entregarlo para poder financiar menos.”*

Recordarle al cliente nuestra oferta de valor como lo es tomar el crédito con Toyota Financial Services, entregar su vehículo como parte de pago, incluir su seguro todo riesgo dentro del pago de su vehículo.

Asesor comercial: *“Don Fernando, recuerde que en Distoyota recibimos su vehículo usado como parte de pago, el valor restante del vehículo podemos financiarlo con nuestro aliado Toyota Financial Services. Don Fernando ¿Le gustaría que realizáramos la cotización y el peritaje de su vehículo de una vez?”*

Cliente: *“Si Diego por favor realicemos cotización del vehículo y peritaje.”*

Presentar una oferta clara y personalizada, ofreciendo además extras que puedan interesar al cliente.

Asesor comercial: *“¡De acuerdo sí señor! Don Fernando le voy a enviar por correo electrónico y WhatsApp la cotización correspondiente, junto con los diferentes materiales digitales para que pueda tomar la decisión de una manera más sencilla.”*

En este punto es vital que el cliente reciba toda la información clara, entregar cotización, ficha técnica y de claridad sobre las fechas de entrega.

Asesor comercial: *“Don Fernando, a veces, los tiempos de entrega pueden tomarse entre _____ debido a diferentes factores que se pueden presentar, como la lista de espera o la disponibilidad de ciertos colores, lo cual está fuera de nuestro control.”*

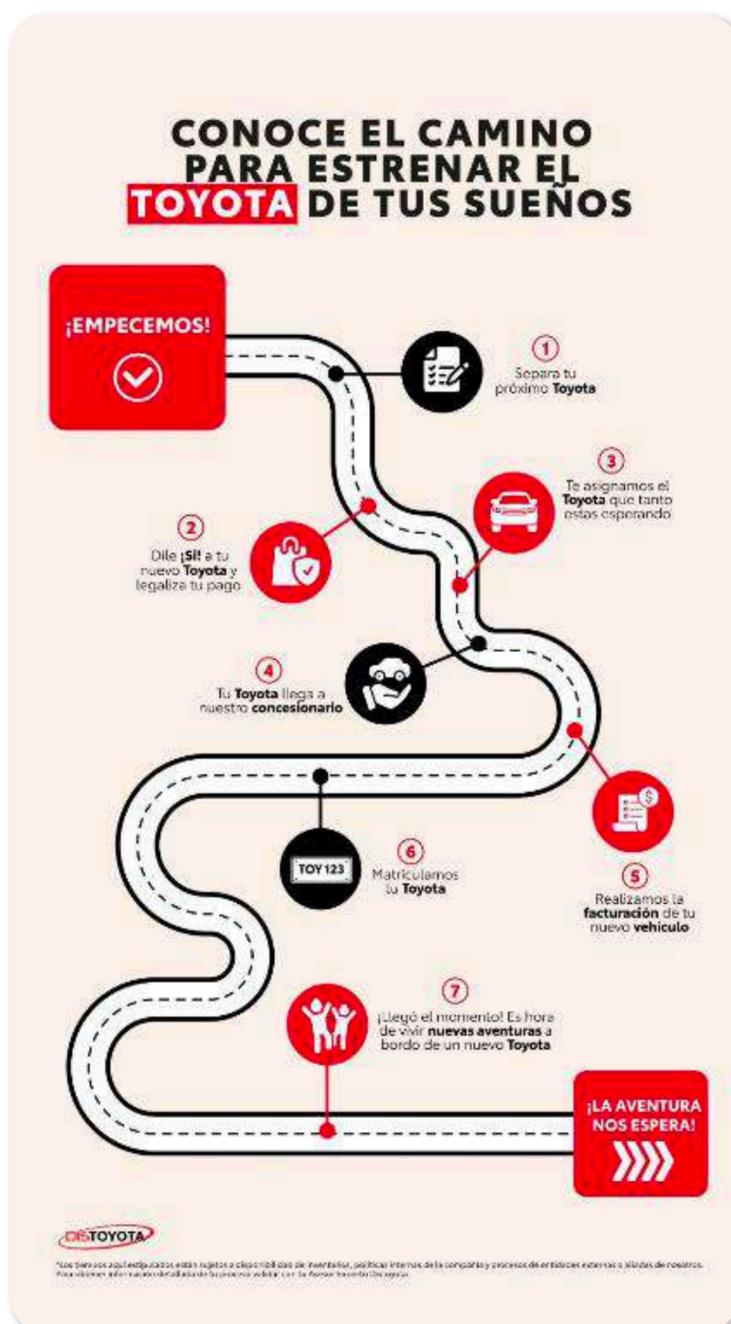
“Adicional a ello, en Distoyota hacemos todo lo posible para asegurarnos de que los vehículos de nuestros clientes lleguen lo más pronto posible, no puedo prometerle una fecha, pero tan pronto nosotros cerremos negocio, yo me estaré comunicando con usted para mantenerlo informado sobre el proceso de entrega de su vehículo.”

Cliente: “Ok, Camilo.”

Establecer expectativas claras sobre los tiempos de entrega para evitar sorpresas o malentendidos más adelante. Adicional, es importante que luego de la negociación mantenga una conversación con el cliente sobre la llegada de su vehículo.

Asesor comercial: “Don Fernando, una vez que estemos de acuerdo en todo, procederemos con la formalización de la compra. Solo necesitaremos algunos documentos para iniciar los trámites. ¿Le parece bien si comenzamos con esto?”

En este punto, se inicia el proceso de negociación y acompañamiento durante todo el proceso del vehículo. No olvidar compartir la imagen de proceso de compra para que el cliente tenga claro todo el proceso y sepa en qué momento debe realizar los pagos.



Asesor comercial: *“Don Fernando, le agradezco por su tiempo hoy. Si tiene cualquier duda o necesita más información, no dude en contactarme. Puede hacerlo a través de mi número de teléfono, nuestra línea de atención y correo electrónico o también puede visitarnos.”*

“Tan pronto tenga noticias sobre su vehículo me estaré comunicando con usted para que sigamos con todo el proceso de pagos y fecha de entrega.”

| Asegurarse de que el cliente tenga claras las vías de contacto y que sienta que el asesor está disponible para cualquier duda futura.

Asesor comercial: *“Don Fernando ha sido un placer atenderle. Quedo a su disposición para cualquier cosa que necesite. ¡Le deseo un excelente día!”*

DISTOYOTA