Las propuestas digitales de FORD para seguir en contacto con el cliente

*En sintonía con las iniciativas digitales y a medida del cliente que presentó durante la pandemia, la compañía será parte de la primera exposición virtual de la agroindustria: Expoagro Digital edición YPF Agro.*

Ford Argentina venía trabajando a nivel global en una profunda transformación digital del negocio con el foco puesto en el cliente. Durante la cuarentena, este proceso se ha acelerado con el objetivo de ayudar a los clientes a transitar este desafiante momento con acciones concretas que le briden soluciones de valor y experiencias más agiles.

Al respecto, **Diego Wallentin, gerente de Marketing y Estrategia de Postventa**, se refirió a la **tienda oficial de FORD en** **Mercado Libre** que se inauguró a mediados de abril. “Los clientes pueden acceder a cualquier repuesto original de nuestra marca, y cuenta con garantía. Tenemos más de 3.000 publicaciones para que todos los clientes puedan comprar. Pueden optar por seleccionar la opción de Mercado de envío para que el repuesto llegue a su domicilio o también retirarlo en los concesionarios Pick-ups Point (puntos de retiro) de todo el país”.

Conformes con la iniciativa y la experiencia que brindan dentro de la tienda oficial, **un agregado de valor importante para FORD es el asesoramiento técnico a los clientes**. “Muchas veces hay un desconocimiento grande sobre lo que se está comprando, el vehículo es un bien complejo, y tiene muchos componentes. Entonces, el cliente puede dejarnos el número de serie que se encuentra en la Cédula Verde y con eso, validamos que el vehículo que tiene el cliente sea apto para el repuesto que está eligiendo. Esto evita cualquier trastorno posterior en lo que tiene que ver con la cancelación de la operación, y la devolución de dinero”, aclaró el gerente.

En un contexto de gran incertidumbre y con restricciones de circulación, Ford Argentina lanzó dos nuevas alternativas pensando en el cliente que debe realizarle un mantenimiento a su vehículo.

Una de ellas es **Pick-up & Delivery** que ofrece a los clientes la posibilidad de realizar el mantenimiento de su vehículo bajo la modalidad de retiro y entrega en su domicilio sin moverse de sus casas. “Lo que hicimos fue **dar un paso más para brindar una buena experiencia y conforme al cliente**, ofrecemos la posibilidad de retirar el auto del cliente a su domicilio. Siguiendo todos los protocolos de higiene y distanciamiento se procede al retiro de la unidad. Allí se acuerda con el cliente las necesidades que tiene el vehículo en cuanto a servicio de mantenimiento o algún otro tipo de control. Se retira el vehículo, se le realiza el *service* y posteriormente, la devolución del vehículo totalmente limpio e higienizado”, detalló Wallentin.

La recepción de los clientes ha sido muy buena. Frente a la situación de que muchos se sienten incómodos al dejarle el auto a un tercero que no conocen; antes que la persona salga del concesionario, el cliente recibe vía WhatsApp una foto de la persona que va a ir a retirar su unidad para que pueda identificarlo. En este sentido, Wallentin resaltó: “Es un diferencial importante en este contexto, **somos la única terminal argentina que lo ofrece**, así que orgullosos de lo que hemos logrado en estos meses con los equipos de trabajo de postventa de Ford”, y agregó: “Es un valor agregado 100% para los clientes, y no tienen que abonar absolutamente nada. Es un motivo más para que se animen, lo prueben y después obviamente nos siguen eligiendo como servicio para sus vehículos”.

Otra de las propuestas en postventa es el **Servicio Contactless** para que el cliente pueda realizar el mantenimiento de su vehículo sin esperar, con mayor flexibilidad y sin un costo adicional. “Propone que el cliente concurra al concesionario en una zona que va a estar especialmente identificada, dejar su unidad y entregar la llave al asesor de servicio o a personal de seguridad”, apuntó Wallentin. En la misma línea, subrayó que tanto la interacción con el Asesor del servicio como el pago del mantenimiento son de manera 100% digital y el servicio Contactless no genera un costo adicional al cliente.

Sobre estas propuestas innovadoras en servicios de postventa, los visitantes de **Expoagro Digital**, podrán encontrar más información en el micrositio de FORD el próximo 9 y 10 de septiembre. Además, el vehículo oficial de la expo estará participando con interesantes promociones.

Por último, Wallentin, señaló: “Trabajamos muchísimo para diferenciarnos como marca y que FORD brinde una experiencia de servicio distinta. Todas estas iniciativas al final contribuyen a ese posicionamiento de la marca en términos de postventa, así que si realmente el cliente lo valora”.

Más información en: <https://www.expoagro.com.ar/expoagrodigital/>