A un año de la pandemia

**Aprendizajes y prácticas empresariales para fortalecer las relaciones con el consumidor**

* *Medidas de movilidad sostenible se traducen en reducción del gasto operativo y entregas de servicio o producto más eficientes.*
* *Estabilidad para colaboradores se refleja en una mejor atención al cliente externo.*

**Marzo 2021.** A un año de la llegada de la pandemia por COVID-19 a nuestro país, muchos son los aprendizajes por compartir tras los cambios drásticos en los hábitos de los consumidores y cómo las empresas han tenido que reinventarse de forma acelerada para satisfacer las necesidades.

Tendencias estratégicas que hoy pueden servir como herramientas para que pequeñas y grandes compañías compitan en un mercado marcado por la digitalización, el respaldo a los clientes en todas las etapas de compra y la flexibilización de servicios con la integración de medidas de movilidad empresarial.

“*Como marcas, debemos reconocer la importancia de crear valor a través de la fabricación y entrega de productos o servicios que se enfoquen en generar una experiencia memorable para nuestros clientes; siempre basados en una escucha activa que nos permita brindarles respaldo y una asesoría personalizada*”, indicó Jorge Ramírez, director de Operaciones de Grupo Purdy.

**¿Cuáles son estas tendencias?**

**Digitalización en todas las fases de compra.** Si bien la utilización de canales digitales era vista como una opción, hoy se convirtió en la clave del éxito de una empresa. Las marcas deben comprender que, la relación con un cliente apenas comienza con la compra, es decir, se deben brindar soluciones integradas a plataformas digitales donde el cliente pueda tener centralizada toda la información de su producto o servicio. Los sistemas que adquiramos como empresa deben ser adaptables a los cambios acelerados que está experimentando el mercado.

Grupo Purdy, por ejemplo, fortaleció sus canales virtuales y lanzó una herramienta en línea para los dueños de Toyota, llamada Purdy Go, enfocada en el servicio posventa, mediante esta plataforma los clientes pueden acceder a toda la información de sus vehículos, agendar citas e incluso, solicitar el servicio de talleres móviles.

La digitalización representó un valor añadido a los procesos de compra y mayor acercamiento al cliente. Por ejemplo, los clics generados a WhatsApp desde el sitio web crecieron en más de 300%, lo que se traduce en un mayor acercamiento al cliente que puede terminar en compras de vehículos o adquisición de otros servicios. Similar caso para CAFSA, brazo financiero de Grupo Purdy, con las solicitudes de crédito, análisis 100% en línea y nuevos productos que implican transacciones sin contacto.

**Medidas de movilidad sostenible.** Las empresas, al incluir estrategias de movilidad más eficiente, pueden percibir una reducción significativa en el gasto operativo y mitigar los impactos ambientales.

Algunas medidas de movilidad que las empresas pueden aplicar son reorganizar las jornadas laborales, definir una logística de distribución que contemple rutas y horas donde el flujo vial es menor y los tiempos de entrega se vean reducidos. Otros ejemplos son las nuevas soluciones de desplazamiento que faciliten la vida de las personas mediante plataformas de autogestión desde la comodidad de su dispositivo móvil.

“*Las soluciones de movilidad confiable y sostenible son un pilar en nuestra estrategia de negocio, por eso, contamos con servicios como KINTO, una aplicación multimodal que integra opciones de micro movilidad o alquiler de vehículos por hora en una sola aplicación y que funciona por medio de una suscripción mensual. Estas nuevas soluciones llegaron para quedarse y el éxito del servicio nos permitirá seguir explorando alternativas que simplifiquen el traslado de los consumidores*”, afirmó Jorge Ramírez, director de Operaciones de Grupo Purdy.

**Brindar estabilidad al cliente interno resulta en clientes externos felices.** Las marcas que brinden seguridad y respaldo a sus colaboradores podrán evidenciar un compromiso mayor reflejado en un acompañamiento integral a sus clientes externos.

*“Entendimos que al cuidar la salud emocional de nuestra gente mediante planes que garanticen su estabilidad, logramos mejorar su capacidad para enfocarse en atender las necesidades de los clientes de manera efectiva y ser sensibles ante la situación sanitaria que aun continua”,* finalizó Jorge Ramírez, director de Operaciones de Grupo Purdy.

**Acerca del Grupo Purdy**

Grupo Purdy es un grupo empresarial dedicado a brindar soluciones de movilidad confiable y sostenible. Fue fundada el 7 de enero de 1957 y desde sus inicios, la organización se ha enfocado en implementar procesos innovadores y tecnológicos. Es una de las empresas costarricenses que cuenta con un GUINNESS WORLD RECORDS™. Tiene más de diez años de integrar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial y planes de Sostenibilidad dentro de la visión del negocio, siendo la única empresa automotriz certificada con la marca país Esencial Costa Rica. Adicional, fue la primera empresa automotriz certificada Carbono Neutral Plus en Latinoamérica y la única empresa Carbono Neutral Plus en Costa Rica que cuenta con sumidero propio.

**Para más información comunicarse a CCK Centroamérica 2296 2722 con:** Andrey Barrantes: 7050-7830, abarrantes@cckcentroamerica.com