



23 de agosto de 2016

Nueva gama de productos y servicios de Scania: Nos centramos en optimizar la rentabilidad del cliente

- 1.500 profesionales de venta se han formado en el proyecto más ambicioso del sector para ayudar a los clientes con una mezcla optimizada de productos y servicios, totalmente basados en las necesidades de los clientes en relación con sus operaciones exclusivas.
- Los vehículos conectados y con especificaciones óptimas constituyen la piedra angular del objetivo de Scania de crear las condiciones adecuadas para una rentabilidad sostenible y unos camiones fiables para los clientes.
- Las nuevas herramientas de asistencia para ventas ofrecen a todo tipo de clientes acceso a la experiencia combinada de Scania en la gestión eficiente de vehículos a lo largo de todo el ciclo de vida.

La presentación de la nueva gama de camiones de Scania supone también el inicio del enfoque más desarrollado y optimizado para el cliente del sector, cuyo objetivo es crear y ofrecer soluciones hechas totalmente a medida en lo que se refiere a productos y servicios para determinadas asignaciones de transporte.

"Con la presentación de nuestra nueva gama de camiones, ofrecemos a nuestros clientes una selección más amplia de servicios y, al mismo tiempo, dejamos las herramientas de asistencia para ventas más avanzadas del sector en manos de nuestro personal de ventas", afirma Christopher Podgorski, vicepresidente global de Scania, Ventas y Marketing, del área de camiones. "Con la ayuda de nuestra gama completa de productos y servicios, personalizamos soluciones óptimas que maximizarán la rentabilidad para cada tipo de cliente específico".

Cada camión es una unidad de producción. Cuanto más adaptado esté para su asignación concreta y más asistencia reciba de los servicios personalizados aplicables, más oportunidades tendrá el transportista de obtener un beneficio de su inversión. La situación financiera de los transportistas está determinada por una serie de factores diferentes. Algunos de ellos se pueden controlar de manera relativamente sencilla. Otros dependen de aspectos que quedan fuera de su control y tienen una naturaleza tan compleja que las consecuencias pueden resultar difíciles de identificar y solucionar para un individuo.

"Muchos en el sector siguen trabajando centrándose únicamente en los gastos y teniendo en cuenta solo los factores más evidentes, como son los gastos de adquisición del vehículo y los gastos variables como el combustible, así como en la idea de que las paradas no son favorables", afirma Christopher Podgorski,

vicepresidente global de Scania Trucks. "Pero con este enfoque, uno puede pasar por alto el hecho de que el potencial de rentabilidad, en gran medida determinado por la optimización del vehículo para su finalidad, también tiene un importante impacto en nuestra futura situación financiera. Una especificación y un mantenimiento adecuados contribuyen a que el vehículo esté disponible y funcione eficazmente cuando sea necesario, lo cual se ve también afectado positivamente por los demás servicios que se pueden conectar al vehículo".



Con la presentación de la nueva generación de camiones, Scania también se centra con determinación en optimizar su oferta para cada cliente concreto. Al prestar especial atención a la especificación del vehículo y combinarla con los servicios del amplio ecosistema de Scania, cada cliente obtiene unos requisitos previos exclusivos para crear una inversión rentable.

El punto de partida de Scania es rentabilidad total operativa (TOE). La diferencia entre la TOE y la TCO tradicional, en la que solo se reflejan los gastos, es que también se tiene en cuenta la parte de los ingresos de la situación financiera del transportista. La forma en que se calcula el pago de una asignación de transporte (por peso, tiempo de uso, kilometraje, etc.) es un buen ejemplo de un factor que se debe tener en cuenta al especificar el vehículo y sus servicios.

Scania ha concentrado toda su experiencia combinada en camiones, soluciones de transporte optimizadas, condiciones del sector y necesidades concretas del cliente en el nuevo sistema de asistencia para ventas que ha desarrollado la compañía. Este servicio es el resultado de varios años de recopilación, análisis y consolidación de información, ideas y necesidades del cliente en relación con el polifacético sector del transporte global.

"La base es, claro está, la enorme experiencia en camiones de Scania, nuestro sistema modular y los datos recopilados de los miles de vehículos en funcionamiento durante más de diez años", afirma Christopher Podgorski. "A esto le tenemos que añadir el conocimiento añadido de los estudios del sector, las entrevistas con los clientes y los talleres de marketing, en estrecho diálogo con nuestros clientes existentes. El resultado es un conjunto de herramientas exclusivo de Scania que permite a nuestro personal de ventas, independientemente del tipo de mercado y de cliente, acceder a un conocimiento que no solo le permitirá ofrecer

un camión sino también una solución personalizada que, dependiendo de las necesidades únicas de cada cliente, tiene todas las posibilidades de convertirse en rentable. Sabemos que los transportistas reciben presiones por todos lados, así que la respuesta de Scania es hacer un esfuerzo aún mayor por darles exactamente la solución adecuada".



Las soluciones de Scania integran el conocimiento adquirido de la compañía tanto sobre camiones como sobre diversas soluciones de transporte, así como sus características específicas. Al centrarse en las necesidades particulares de cada cliente, basándose en la experiencia, los datos de funcionamiento y el conocimiento del mercado, las soluciones de Scania incluyen valores añadidos que benefician al cliente.

No existen soluciones únicas

En el competitivo mundo del transporte actual, es difícil sobrestimar la importancia de ser capaces de diseñar un vehículo totalmente optimizado y respaldar tanto su uso como su propiedad con servicios relacionados como la financiación, los contratos de servicio y los servicios de gestión de flotas. Scania fue uno de los pioneros en la conexión de camiones para ayudar a optimizar el uso y la disponibilidad, entre otras cosas. Actualmente en el mercado europeo existen más de 200.000 camiones Scania conectados.

"La oferta que presenta ahora Scania ofrecerá a nuestros clientes una mejor asistencia y más oportunidades que nunca para conseguir el máximo rendimiento de su inversión en camiones", afirma Christopher Podgorski. "Nuestra gama de productos y servicios relacionados, en combinación con el modo en que nos hemos equipado para ayudar a nuestros clientes, representa una importante fase de desarrollo en nuestro sector. Ahora Scania va a mejorar la oferta de asistencia a nuestros clientes en lo que se refiere al negocio que más les interesa: el suyo".

Si desea obtener más información, póngase en contacto con:

Örjan Åslund, Head of Product Affairs, Scania Trucks, tel. +46 (0)70 289 83 78,
e-mail: orjan.aslund@scania.com