

“La garantía es ahora un punto clave en la venta y la fidelización del cliente”

BC Warranty Management está especializada en la gestión de garantías postventa y en los servicios de asistencia técnica de productos de electrónica de consumo.

Cuando un consumidor compra un producto, no solo quiere comprar un producto, sino que espera recibir durante todo el proceso, desde la precompra hasta la postventa, el mejor trato posible. Aquí es cuando los servicios de gestión juegan un papel crucial, como explica el *director de ventas de BC Warranty Management, Manuel Agudo*: “Los servicios de postventa integrados ofrecidos por BC Warranty Management aseguran asistencia cualificada en el ciclo de vida completo del aparato”. La compañía se sitúa como partner estratégico e internacional para fabricantes, tiendas online, distribución organizada y especializada. Su objetivo es el de enriquecer “la propuesta comercial y ofrecer una ayuda especializada en todas las fases de vida de los productos, esto es, acompañar al consumidor en las fases que siguen a la adquisición del producto”.

Señala Manuel Agudo que la oferta comercial se divide en dos niveles, producto y servicio. “El primero es el que satisface las necesidades del consumidor dispuesto a invertir, mientras que el servicio es el que fortalece la propuesta comercial, transmitiendo seguridad al consumidor sobre el valor de sus compras”. Sin embargo, desde BC Warranty Management aseguran que la clave, hoy día, se encuentra en que “el distribuidor ofrezca a sus clientes una solución completa de producto y servicio, pues así se incrementa la posibilidad de añadir márgenes gracias a los numerosos servicios auxiliares que se pueden ofrecer a los usuarios”. De esta manera, “los nuevos servicios postventa surgen como coprotagonistas de las ofertas comerciales de la industria y la distribución, a través de la utilización de innovadoras aplicaciones des-

cargables para cada dispositivo, actualizables y personalizables, según las necesidades y el estilo de vida del usuario”.

Soluciones

Los años de crisis y las nuevas expectativas de los clientes han hecho que las empresas y los distribuidores se vean obligados a incorporar nuevos servicios. “Los servicios de BC Warranty Management están diseñados para la distribución de electrodomésticos y los productos electrónicos. Nuestro objetivo es ampliar los márgenes de la distribución, pues así es como se compite y se gana en el mercado”, comenta Manuel Agudo, quien detalla: “Los servicios de postventa integrados ofrecidos por BC Warranty Management aseguran asistencia cualificada en el ciclo de vida completo del aparato”.

Entre las principales novedades de BC Warranty Management se encuentra la Web-Shop, “una aplicación web creada para hacer más eficiente la gestión comercial de los productos BC Warranty Management, que permite automatizar y facilitar las operaciones de los operadores de los puntos de venta, teniendo todo el portfolio de GARANTIA3 a su disposición en cualquier momento del ciclo de la venta”, asevera el director de ventas de la compañía, quien explica cómo funciona: “La tienda efectúa la autenticación y puede visualizar los diferentes servicios y productos, entre los que se incluyen Garantía3”.

Garantía3 es el producto estrella de BC Warranty Management y, como comenta Manuel Agudo, “está teniendo un crecimiento muy significativo respecto al año pasado, ya que la distribución lo está acogiendo muy bien”. Este servicio permite la ampliación de la garantía expedida por el fabricante por un periodo de tres años tras expirar la garantía



legal, renovando los servicios de mantenimiento y postventa garantizados por las empresas fabricantes. Este servicio se puede activar dentro de los 12 meses desde la fecha de compra del producto y se puede aplicar a todos los productos eléctricos y electrónicos, de gama blanca, gama marrón, telefonía e informática, entre otros. Entre los servicios ofrecidos por Garantía3 está la reparación totalmente sin coste del producto; la sustitución o reintegro del valor del producto en caso de que no pueda ser reparado o la atención al cliente con un número gratuito, entre otros.

“Nuestro objetivo es ampliar los márgenes de la distribución, pues así es como se compite y se gana en el mercado”

Más allá del servicio tradicional

Los servicios ofrecidos por BC Warranty Management ofrecen personalización y seguimiento individualizado. Y es que para Manuel Agudo, el servicio de postventa se ha convertido en algo clave. *“Hoy en día, un distribuidor que no ofrece a sus clientes el producto que mejor se adapta al precio que consideran justo, junto con un servicio profesional y fiable, es un distribuidor sentado en una rama débil y destinada a romperse. Actualmente, el servicio de postventa significa fortalecer la confianza con el cliente y contribuir a su serenidad cumpliendo, al mismo tiempo, una acción eficaz para favorecer las ventas”*. Por todo ello, *“las nuevas fórmulas de atención al cliente ofrecen la posibilidad de adquirir información precisa y de disponer del servicio de mantenimiento a través de portales desarrollados tanto para el consumidor que vive en la ciudad como para el que vive en el campo, también sal-*



MANUEL AGUDO

vando las distancias inevitables y dificultades logísticas con formas de integración de medios y recursos innovadores”. Tanto fabricantes como distribuidores *“han entendido que la garantía es ahora un punto clave en la venta y la fidelización del cliente. Por esta razón cada vez más empresas orientan su comunicación hacia ese campo”*.

En definitiva, la estrategia es muy sencilla: *“Hay que estar a la escucha del mercado para poder darle las respuestas que está demandando. Se trata analizar la demanda de producto que el mercado pide, ver si esa demanda es económicamente viable y transformarla en oferta atractiva y sobre todo competitiva”*. Escuchar y colaborar con los partners son algunos de los objetivos de la compañía, *“que quiere*

seguir ofreciendo el mejor soporte y apoyo en sus negocios a los partners y a las empresas”. ▀

www.bcwm.es | www.garantia3.es

Total confianza

Muchos son los clientes que valoran muy positivamente Garantía3. Un claro ejemplo es CEIFER (Grupo Estrella Azul, Sinersis), que considera el servicio una gran ventaja para la distribución: *“Garantía3 representa un recurso importante para distribuidores que quieren enriquecer su propuesta comercial y aumentar su margen. Finalmente, el uso de estos servicios genera un margen adicional sustancial. La extensión que se vende más es la de 500€ que cubre la mayoría de los productos en el mercado”*. Desde CEIFER tienen claro que *“la satisfacción del consumidor ocupa un rol muy importante para el comercio y por eso invertir en postventa es importante para diferenciarse de la competencia”*. Y es que un consumidor que cuando tiene necesidades especiales o tiene un producto que se daña sabe dónde dirigirse para manejar todo con profesionalidad, *“es un consumidor feliz que volverá a comprar, dando confianza a la marca”*.



ISABEL FERNÁNDEZ