

LSV CX AUTOMOTIVE



 **LSV-TECH**
Digital Transformation Within Your Reach

LSV CX AUTOMOTIVE

Plataforma tecnológica para optimizar el proceso comercial y postventa del sector Automotriz, que mejore la experiencia del usuario, mediante la aplicación de la automatización de procesos HSPA Human Simulation Process Automation en combinación con Inteligencia Artificial (IA), Machine Learning (ML) y analítica de datos.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El sector automotriz se encuentra ante una nueva realidad, el horizonte es retador y se precisa de cambios, sus productos finales evolucionan para convertirse en algo totalmente nuevo. Estos retos son una oportunidad de crecimiento y desarrollo de suma relevancia para el sector (ANDI, INNpulsa & VT SAS, 2018).

Según Procolombia (2019), el desarrollo de este negocio en Colombia ha permitido la apertura de cerca de 178 concesionarios de vehículos con más 600 vitrinas y 82 marcas de vehículos a comercializar provenientes de diferentes partes del mundo. La industria automotriz y de autopartes opera gracias a la generación de empleo directo de cerca de 70 mil personas, importante en el desarrollo económico del país, además de un aporte del 4% al PIB industrial del país (Procolombia, 2019).

No obstante, el sector automotriz en Colombia se ha visto afectado por la pandemia, lo cual se evidencia en el descenso en la demanda de suministros en los hogares y empresas colombianas, y una población confinada por decisiones de los gobiernos departamentales y distritales, como medida de mitigación para el control de nuevos casos covid-19 (Duarte & Triana, 2020).

A la fecha, el atraso real del sector, mirada en las cifras del RUNT en cuanto a número de vehículos, es del 35% y este indicador de Colombia es el peor de América Latina pues otros países como Argentina, Brasil y México sólo cayeron un 30%. Mundialmente, es peor la ubicación, si se analiza que los clientes europeos han sido un 26% menos que en el 2019, los de América Latina en promedio un 31%, los norteamericanos más positivos ya que las vitrinas apenas muestran una caída del 17%, India el 25% y Rusia un 11% (Clopatofsky, 2020).

Estas cifras, reflejan un año 2020 como un período difícil para los diferentes sectores económicos incluyendo al sector automotriz, aunque no fue el más afectado por la pandemia, sufrió cambios significativos en muchos aspectos, uno de ellos es el llamado a la transformación digital y las tendencias de la industria 4.0 enfocadas al mejoramiento, optimización, automatización de los procesos de venta, entrega y postventa, con el fin de acelerar la adaptación a la nueva normalidad y la recuperación de las cifras de ventas a partir del 2021 (Clopatofsky, 2020).

El proceso de ventas no es ajeno a los cambios enmarcados por la era digital, la virtualidad entre otros, así mismo los vendedores y en especial los del sector automotriz, deben asumir no solo la responsabilidad por las metas sino también por el éxito del cliente, tienen más retos que antes. Además, las empresas del sector automotriz requieren de la mejora continua, la incorporación y mejora de herramientas digitales en sus procesos administrativos, de venta y postventa, así como un talento humano comprometido en la gestión del cambio (Montero, 2020)

En la gestión comercial y de clientes de la empresa, se ha logrado identificar las siguientes problemáticas o retos a mejorar por parte de algunos clientes del sector automotriz:

- Deficiencias en el proceso comercial, postventa y experiencia con el cliente, por un alto porcentaje de actividades manuales y desarticulación de sistemas transaccionales en el sector automotriz que ocasiona pérdida de ventas potenciales.
- Descentralización de la información y uso de diferentes herramientas (Excel, PDF, DMS, Plataformas externas de las marcas).
- Actividades manuales (seguimiento a cotizaciones, retomas, financiamiento, post venta)
- Débil seguimiento a las ofertas comerciales por parte de los comerciales y directivos.
- La información del proceso comercial no está en tiempo real para la toma de decisiones
- Pérdida de información de prospectos, leads, leads calificados por la rotación de asesores, los cuales se llevan la información del prospecto, y del proceso de venta etc, con pérdida del Now How empresarial.
- Proceso de “cotización” poco eficiente, se requiere 12 días.
- Procesos totalmente manuales: identificación de prospectos, calificación del prospecto a lead calificado, financiamiento, test drive, retoma, alistamiento, matrículas, post venta.
- Proceso de venta atrasado a las necesidades del negocio, las nuevas tecnologías y acceso de información para la toma de decisiones por el equipo comercial.
- Mecanismos débiles para llevar la trazabilidad del prospecto
- Débil mecanismo de seguimiento de cotizaciones y oportunidades por parte de los asesores y directores.

La pandemia plantea cuatro retos principales para el sector: i) activar el consumo, ii) incentivar la confianza del consumidor iii) buscar alternativas gubernamentales que incentiven la reactivación iv) transformación digital de los procesos internos lograr procesos 100% digitales: con mayor velocidad de respuesta, que sea más sencillo y fácil, el journey 100% digital, ya que ha visto cómo sus clientes han pasado de la atención presencial a la atención online, un cambio de paradigma y de gestión de cambio de todos los participantes del ciclo de venta; la información oportuna y de calidad de los prospectos de clientes, la agilidad en la respuesta a las cotizaciones de los clientes, el cierre de ventas, disminución de los tiempos de trámites y entrega del vehículo adquirido, el cumplimiento de expectativas del cliente, la atención postventa y garantía del vehículo, son elementos que debe mejorar con la ayuda de la tecnología con plataformas como un Sistema de gestión de relaciones con los cliente que incluyan elementos de inteligencia artificial, Robótica, entre otros.



EL SECTOR AUTOMOTRIZ:

El sector automotriz enfrenta en los últimos años el surgimiento de tendencias con el poder de cambiar el sector, entre estas tendencias se encuentran regulaciones del gobierno, actitudes sociales, desarrollo tecnología, privacidad y seguridad y cambio en el poder económico (ANDI, INNpulsa & VT SAS, 2018). En el informe de Cierre de Brechas (2018), se mencionan tecnologías que potencian las tendencias disruptivas del sector, entre las que se encuentran IoT, realidad virtual, robótica y automatización, big data, analítica, Inteligencia Artificial, seguridad de datos.

Según Mehl et al (2015), citado por ANDI, INNpulsa & VT SAS (2018), los actores de la industria automotriz deben entender que la tecnología y los desarrollos tecnológicos en el sector son necesarios, pero no son suficientes, que se requiere de enfocarse en comprender e implementar sistemas flexibles, escalables, interoperables. Sistemas que no van solo en la producción, sino que además tienen el reto de dar valor al cliente, de centrarse en la agilidad, la confianza, la oportunidad con el cliente, que implican la gestión de información en volúmenes altos para toma de decisiones; sistemas que reflejen la visión global de los clientes.

El potencial de mercado de CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive) será inicialmente a nivel de Colombia, el cual es cerca de 178 concesionarios de vehículos con más 600 vitrinas y 82 marcas de vehículos a comercializar, los cuales cuentan con sistemas integrales para la administración de la empresa como ERP, o sistemas desarrollo propios que en su gran mayoría adolecen de un sistema integral, automático e inteligente.

Según las encuestas en el 85% de los concesionarios de Colombia manejan el ERP DMS, el cual carece de un módulo de CRM automotriz, lo que ocasiona el manejo manual de la administración y relacionamiento con los clientes y un potencial de venta para LSV TECH. Así el ERP DMS tiene el 25% del mercado Automotriz de Perú y el 15% de Ecuador, países foco comercialización del producto en el futuro cercano para LSV TECH.

DMS es un software de gestión documental que permite la gestión de grandes cantidades de documentos, suele rastrear, almacenar, archivar y organizar documentos electrónicos o imágenes de documentos en papel. También, cuenta con un ERP que permite optimizar la operación de una empresa y lograr integración de la información. Otro de los servicios ofrecidos por DMS es la logística comercial, mercadeo, cotizaciones, facturaciones, crm, ecommerce.

Según las directivas de la empresa LSV Tech SAS la venta autos nuevos en línea es una tendencia mundial que puede reducir costos para el cliente, llegar al punto de ser una operación completamente en línea con envío a domicilio, como si se tratara de un libro, una camisa o hasta una computadora es un reto para cualquier concesionario de vehículos que hoy en día juega un papel decisivo en los proyectos estratégicos del sector.

Según Lozano en la revista Forbes de Mexico (2020) “ En México, el valor de ventas por ecommerce ronda los 216,750 millones de dólares, con un crecimiento en 2019 de 35%, de acuerdo con el análisis “Entorno competitivo de la industria automotriz por Internet en México” elaborado por comScore. “Es el país con mayor potencial de crecimiento. Se estima que para 2022 se convertirá en el mercado más grande de América Latina”.

A close-up photograph of two people in white business shirts shaking hands. The background is a blurred car showroom with several white cars. The image is overlaid with a blue gradient and decorative blue shapes. The word 'MERCADO' is written in white, bold, uppercase letters on the left side, with a horizontal blue line underneath it.

MERCADO

Esta sección tiene como objetivo presentar la evaluación de mercado del proyecto CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive) de la compañía LSV TECH desde el punto de vista de la demanda y de la oferta. Desde la demanda, el usuario consumidor del producto está enfocado al sector terciario, especialmente, al comercio de vehículos automotores en Colombia. Para identificar las empresas que conforme a su naturaleza y objeto social pueden estar interesadas en el producto de la compañía se ha consultado el portal de información empresarial de la Superintendencia de Sociedades según código CIIU, en este caso, 4511 Comercio de Vehículos Automotores Nuevos y 4512 Comercio de Vehículos Automotores Usados. Dentro de esta categoría se encuentran empresas como: Autogermana, Automotores Comagro, Casa Toro Ford Nuevos, Autoexpo, Praco Didacol, Madiautos, Casa Toro Usados, Com Automotriz, Autonal, Districars Norte, entre otros.

En la actualidad se pueden encontrar algunas soluciones tecnológicas, aunque con algunas ventajas y desventajas (se adjunta en la plataforma un adjunto con dicho análisis), a continuación, se muestran la descripción general de algunas de esas soluciones tecnológicas, el análisis detallado se muestra en el anexo adjunto:

1. Odoo: Es un conjunto de aplicaciones empresariales totalmente integrado, personalizable y de código abierto. La mayoría de las necesidades comerciales, como CRM, Ventas, Proyectos, Fabricación, Inventario y Contabilidad, se satisfacen a través de esta solución de software todo en uno diseñada para todas las empresas, independientemente de su tamaño y presupuesto.

2. Zoho CRM: Es un software de gestión de relaciones con el cliente (CRM) basado en la nube que ayuda a empresas de todos los tamaños a cerrar tratos de forma más inteligente, mejor y más rápida. La solución permite a las empresas llegar a sus clientes a través de todos los canales, incluidos el teléfono, el correo electrónico, las redes sociales y el chat en vivo.

3. Oracle CRM On Demand: Las soluciones Complete CRM de Oracle ofrecen las capacidades más amplias y profundas que ayudan a las organizaciones a impulsar las ventas, el marketing, la lealtad y la eficacia del servicio. Y en combinación con las soluciones de comercio de Oracle, brindan una experiencia unificada entre canales para los consumidores.

4. Quiter: Es una empresa especializada en el diseño, creación, implantación y soporte de DMS (Dealer Management Systems) para el sector del automóvil. Actualmente, es uno de los grupos de ingeniería informática orientada al automóvil.

5. Incadea: Es un proveedor global de soluciones innovadoras para la industria automotriz. Ayudan a mejorar las posiciones de sus clientes haciendo uso de tecnología de punta impulsada por Microsoft Dynamics 365 Business Central.

6. Spiga: Es una aplicación de gestión para talleres de reparación y concesionarios totalmente modular y que controla todos los ciclos de gestión de estos negocios.

La migración masiva de los usuarios de Internet del escritorio a dispositivos móviles conlleva que los ciudadanos ahora esperan disponer de información en tiempo real desde cualquier lugar, de hecho, la proporción de tráfico mundial en Internet procedente de dispositivos móviles creció del 0,7 % en 2009 al 52,99 % en 2017, y las cifras siguen aumentando.



SOLUCIÓN

La empresa LSV TECH SAS en sus ejercicios de gestión comercial y seguimiento postventa ha identificado Pasar al siguiente nivel en la gestión comercial y postventa automotriz, requiere una mezcla de enfoques tradicionales y nuevos enfoques impulsados por datos, para potencializar de las ventas, los momentos de verdad e interacción con los clientes, la experiencia y satisfacción del usuario, elementos que pueden ser sustentados por la Inteligencia Artificial, la Automatización Robótica de Procesos, los cuales permiten priorizar a los clientes potenciales, la clasificaciones de oportunidades, visualización de la información en un solo lugar, automatizar el ingreso de datos a través del registro de actividades, la venta guiada, las alertas sobre las principales acciones que se requiere de la oportunidad, y los próximos pasos sugeridos.

De ahí que LSV TECHNOLOGY SAS como compañía especializada en Transformación Digital e Industria 4.0, ha detectado esta oportunidad y busca ayudar a las empresas del sector automotriz a adaptarse rápidamente a un mundo más conectado y cambiante, mediante el desarrollo del software CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive), que incluye dentro de su modelo de producto un CRM sistema de gestión de relaciones con los clientes y la inclusión de nuevos enfoques, un software para la gestión comercial y postventa, con la automatización de procesos o HSPA Human Simulation Process Automation en combinación con Inteligencia Artificial (IA), Machine Learning (ML) y analítica de datos con el fin de lograr una hiper-automatización de procesos, mejorando la experiencia de los clientes y empleados aumentando la productividad de los mismos, liberándose de tareas repetitivas y brindándole tiempo para enfocarse en añadir valor a los clientes y la empresa, buscando la optimización del proceso de ventas y postventa que aporten a la mejora de resultados financieros en las empresas.

El sector automotriz debe estar a la vanguardia de las tendencias de la gestión comercial y postventa, que le permita de manera eficiente y productiva maximizar la experiencia del cliente interno y externo en toda la cadena del ciclo de la venta, que incluye entre otros la gestión, administración de los prospectos, la disminución de los tiempos de entrega de las cotizaciones al cliente final, el cierre de ventas, entrega de vehículos, manejo de postventa y garantía.

Es por esto que la innovación propuesta con el desarrollo de una plataforma tecnológica para optimizar el proceso comercial y postventa del sector Automotriz se centra en la experiencia del usuario, con una diferenciación basada en la practicidad y en el uso de tecnologías como inteligencia artificial, robótica y analítica de datos. Además, le ofrece al sector una posibilidad de integración con sus sistemas de manera ágil, eficaz y pragmática, con ello se busca en que el sector resuelva la encrucijada de avanzar y perder la inversión en desarrollos actuales, que cumplen solo una parte de la función o exigencias del reto actual.

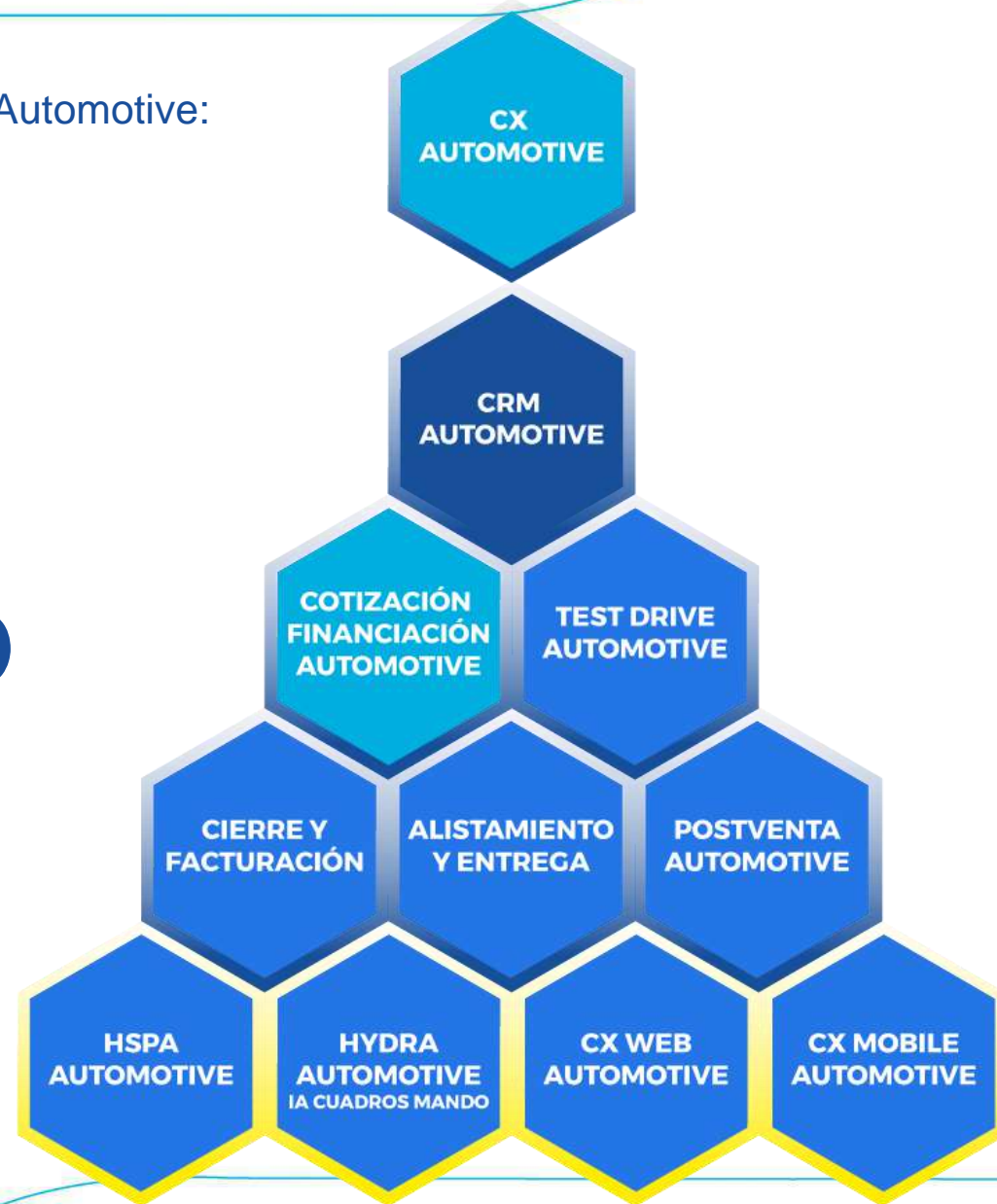
CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive) tiene la capacidad de integrarse con otras plataformas de mercado a través de una interfaz con cualquier Plataforma tecnológica, especialmente para DMS el cual es líder en el sector automotriz colombiano, permitiendo realizar el proceso de migración, salida en producción y cambio al momento de implantarse en las empresas de forma rápida y flexible.

CX Automotive (Customer Experience Automotive): CX Automotive, es más que un CRM, y aunque el desarrollo cumple esa función, no se limita a la misma, sino que permite una gestión de información, para quienes interactúan con la misma, lo cual permite una mejora en la gestión con los clientes, su experiencia y el logro de clientes efectivos, adicional a ello integra otros procesos, que generalmente la mayoría de soluciones no integra, como el test drive, post venta, además de la analítica de los datos.

Toda esta experiencia en el cliente se soporta en 4 desarrollos que son HSPA Automotive, Hydra Automotive, CX Web Automotive, CX Mobile Automotive.

En la siguiente figura se muestra el esquema de CX Automotive:

MESA DE SERVICIO



El módulo CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive) digital y virtual:

es novedoso para la industria que busca lograr un proceso de ventas 100%, donde entran en juego elementos innovadores como el HSPA que se encargará de automatizar mediante robots todos los procesos del flujo de compra de un vehículo y lograr la etapa de financiamiento y pago sin ningún riesgo para el cliente.

CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive) Mobile:

Contempla en su desarrollo una terminal móvil para smartphone o Tablet, por la cuál todos tus comerciales cuentan con información actualizada en tiempo real sobre los clientes existentes y potenciales, el estado de prospecto, la programación de actividades, en fin todo lo relacionado con el ciclo de ventas automotriz, lo cual representa un importante ahorro de tiempo, ofrece una completa experiencia en los teléfonos inteligentes, las tabletas y otros dispositivos con conexión a Internet. Permite a los departamentos de ventas, post venta, atención al cliente pueda acceder a la información clave y gestionarla en tiempo real, estén donde estén.

TECNOLOGÍA



HSPA Automotriz: Con HSPA Human Simulation Process Automatic:

Es un Human Hub, una plataforma que permite automatizar procesos, simulando un ser humano que se encarga de automatizar tareas repetitivas y sistemáticas en todo el ciclo de la venta del sector automotriz que se realizan de forma regular, lo que diferencia HSPA de la automatización de procesos tradicional, es que se puede ejecutar en la interfaz de usuario sin tener que involucrarse con códigos en Back-End, incluye, además, el proceso automatizado es atemporal lo que le permite funcionar en cualquier momento.

Hidra Automotriz – IA BI:

Con inteligencia artificial y BI: Es un sistema de apoyo a la toma de decisiones, basado en Inteligencia Artificial y power BI.

La mesa de servicio para CX Automotive está diseñada e implementada bajo la mejor práctica internacional de ITIL V4 será punto único de contacto para los usuarios, responsable por el manejo eficiente de todos los incidentes y requerimientos del servicio mediante la asignación de personal dedicado.



A man with a beard, wearing a dark long-sleeved shirt, stands in front of a whiteboard. He is pointing with a pen at a cluster of colorful sticky notes (pink, yellow, and light blue) arranged on the board. The sticky notes appear to be part of a brainstorming or project planning session. In the foreground, the backs of several people's heads and shoulders are visible, indicating they are listening to the presentation. The background is a plain white wall. The overall scene is set in a professional or educational environment.

INVESTIGACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA

Para el desarrollo de este proyecto la empresa empleara la metodología que tiene definido en su manual de procedimientos, con lo cual se espera alcanzar los primeros tres objetivos específicos propuestos, los cuales están relacionados con el desarrollo de la plataforma tecnológica, adicional se explicara la fase para alcanzar el objetivo relacionado con la gestión del conocimiento.

CX AUTOMOTIVE Customer Experience Automotive es un producto desarrollado por LSV TECHNOLOGY SA, que posteriormente será implementado en la empresa Autotropical, dicha empresa participa activamente en todas las fases del desarrollo, validación, pruebas y puesta en funcionamiento, de tal manera que sirva de producto aplicado en el sector Automotriz.

El producto a realizar es un CX AUTOMOTIVE (Customer Experience Automotive) tendrá dos enfoques en la implementación de proyecto: Una desde la planeación general del proyecto el cual consiste en una mezcla de metodología tradicional de proyectos en cascada con metodología PMP, etapas de desarrollo de producto y metodología agile SCRUM.

