



SOLUCIÓN

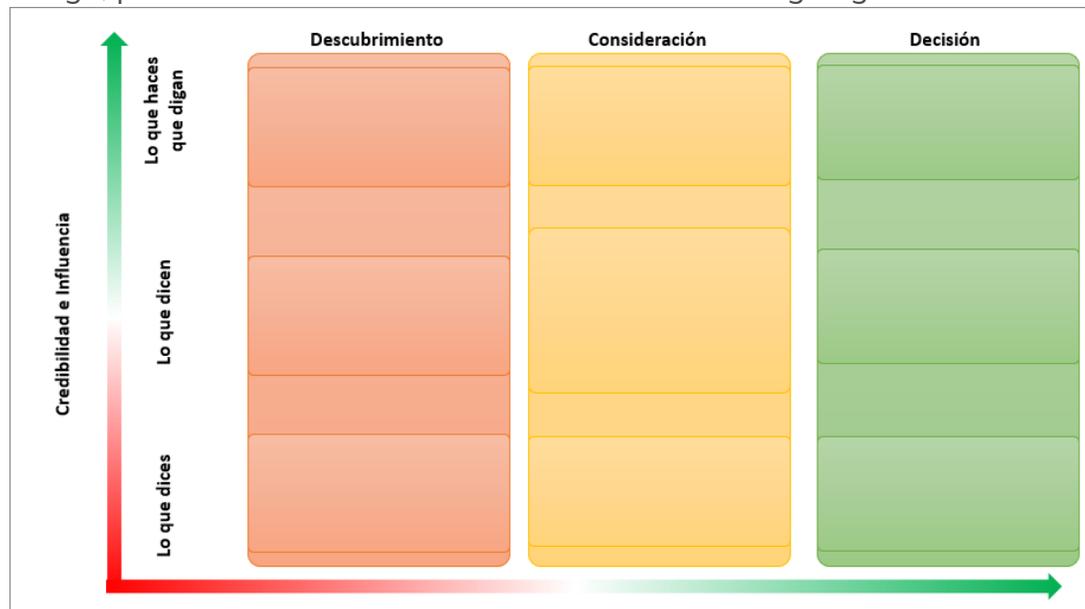
Continuaremos con el ejercicio llevado hasta el momento en esta lección con nuestro cliente que posee un concesionario.

En este reto deberás crear la matriz de credibilidad para el servicio de taller automotriz, para ello deberás tener en cuenta:

- Este es un servicio extendido que suele ofrecerse a clientes que ya compraron el auto motor o moto y que podría tener un segmento adicional para clientes que vienen de otras marcas.
- Nos concentraremos entonces en clientes que ya compraron un producto y que son clientes potenciales para el servicio de taller, preventivo y correctivo.

A partir de esta información deberás:

1. Para empezar, crear la matriz y posicionar las estrategias según el momento: descubrimiento, consideración y decisión y, según el factor de credibilidad: lo que dices o haces, lo que dicen de ti y lo que haces que se diga de ti.
2. Luego, presenta tus resultados en la matriz de la imagen guía:

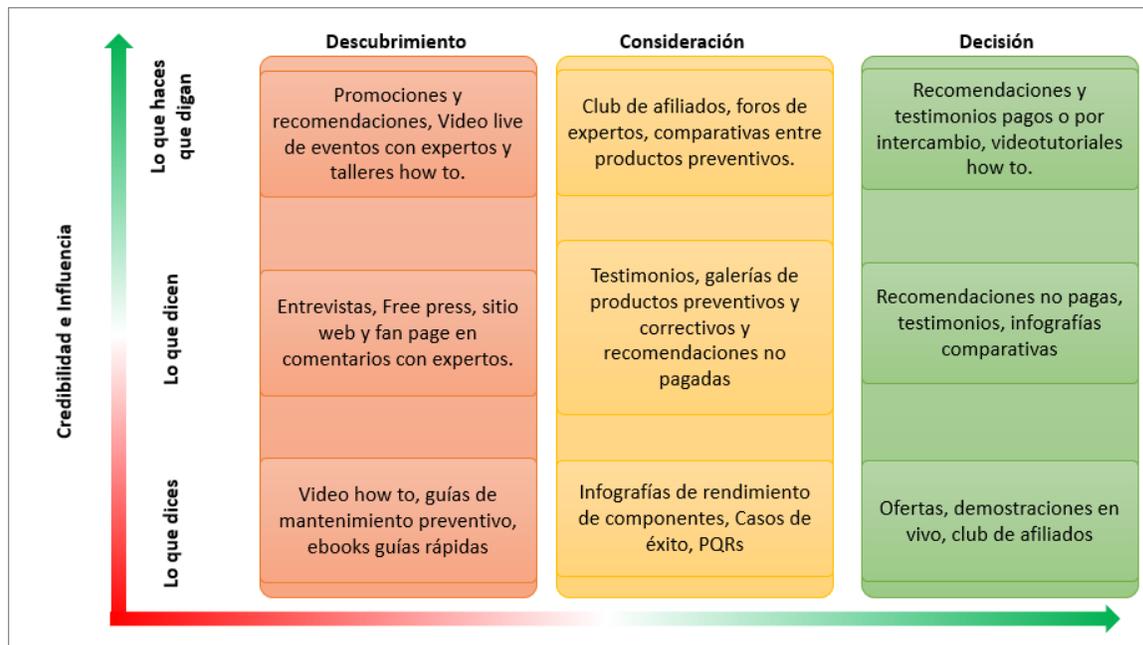


3. Para finalizar, explica las razones por las cuales posicionaste las diferentes estrategias en la matriz.

RETROALIMENTACIÓN

Tu respuesta es correcta, si tu solución es similar a la siguiente:

Hemos usado la imagen guía para el proceso y hemos determinado las siguientes acciones de ejemplo:



En resumen:

- Hemos usado un enfoque sobre el hacer, por ello las estrategias están orientadas hacia aquellas acciones que se pueden promover hacia el cliente, para el mantenimiento preventivo o correctivo, de preferencia en video.
- A partir de la venta, ingresos al club de afiliados y testimonios recogidos, aprovechamos el free press que se pueda lograr y la creación de infografías y manuales tipo e-book que mantenga una imagen corporativa clara y definida.

Recuerda que no hay una solución definitiva. Aquí hemos presentado un ejemplo de la matriz de credibilidad e influencia y las posibles estrategias, sin embargo, habrá factores adicionales que en cada caso y según nuestro buyer persona alimentarán las estrategias de esta matriz.