

# XV Congreso de Calidad y Medio Ambiente en la Automoción

Calidad y Sostenibilidad, Oportunidad de Progreso

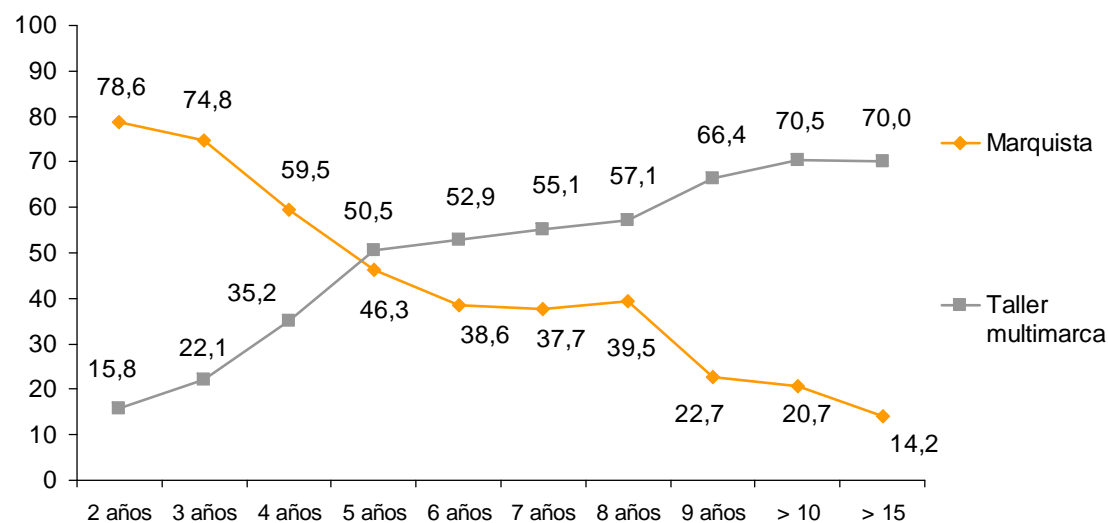


**La calidad de servicio en postventa y la fidelización del cliente.**

***...experiencias desde el punto de vista como proveedor de recambios & servicios del canal marquista.***

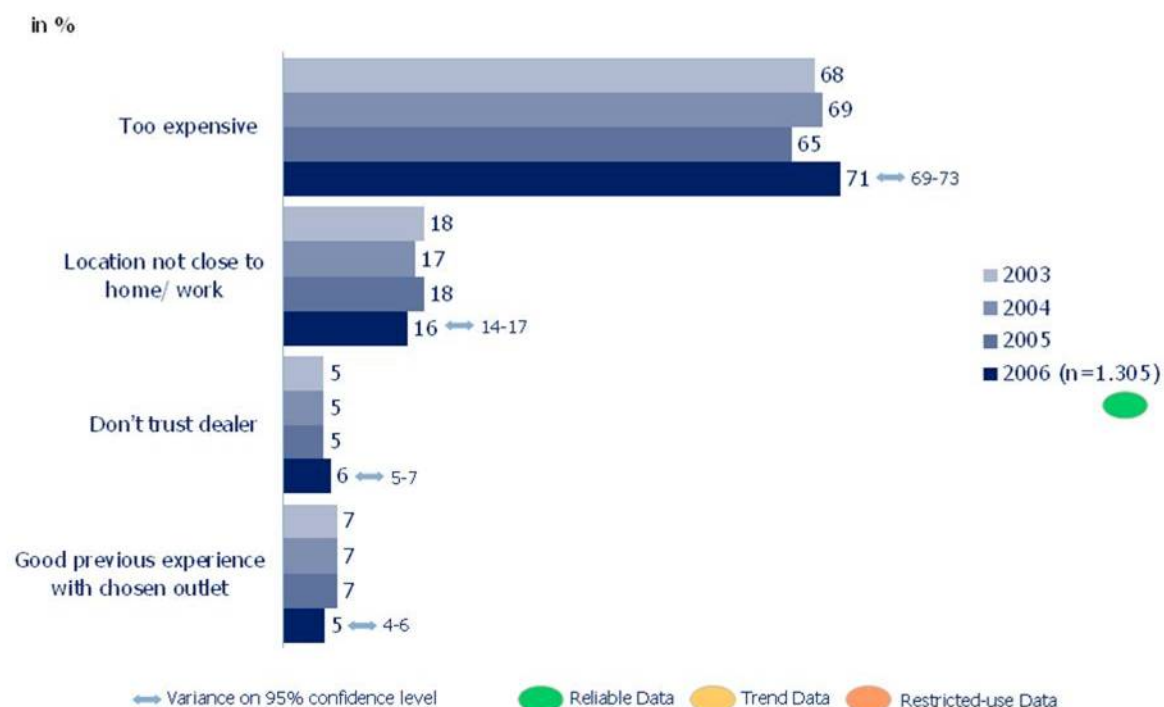
# Fidelidad.

Ahora más importante que nunca.



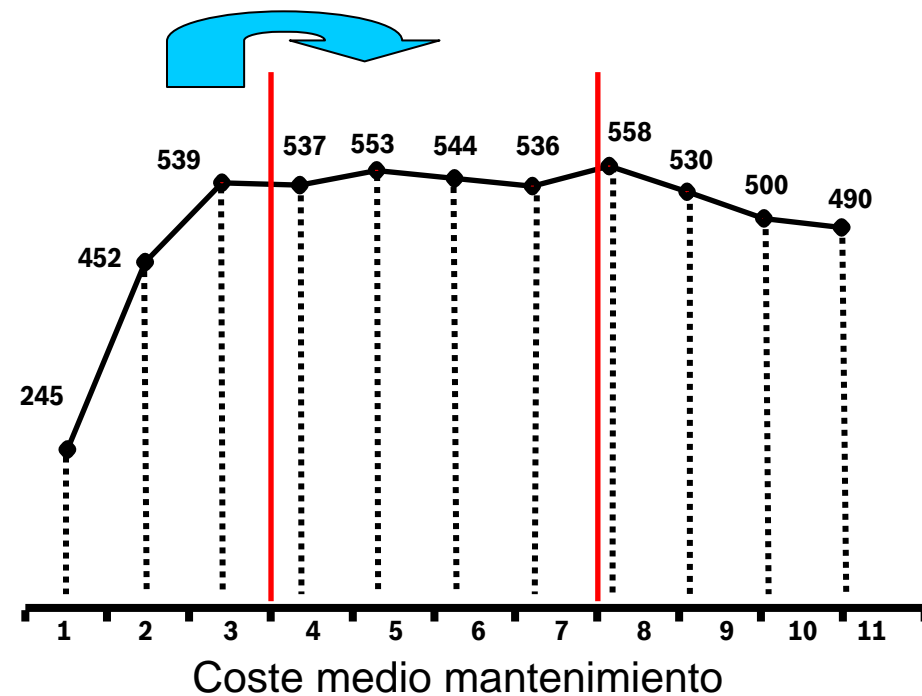
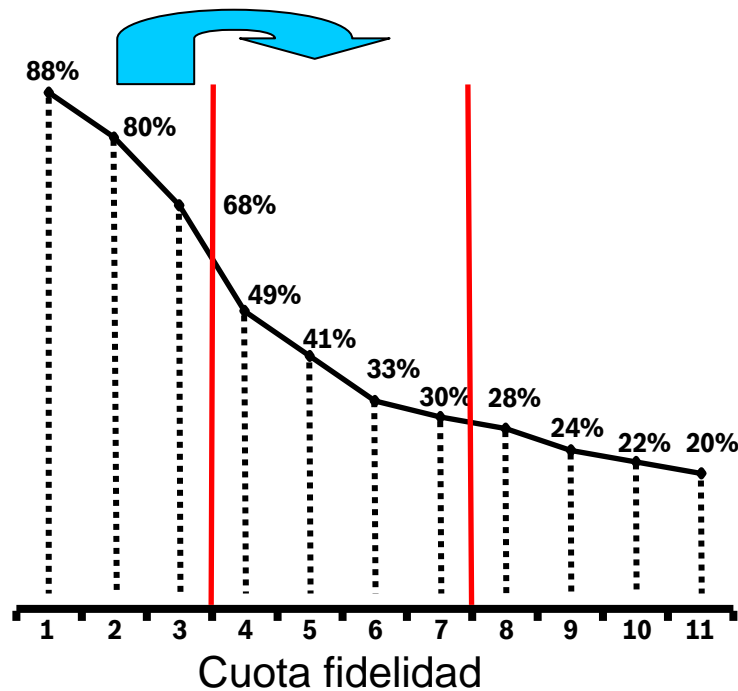
# Calidad de servicio y percepción.

Razón principal de no elegir la marca XYZ para una reparación de mecánica.

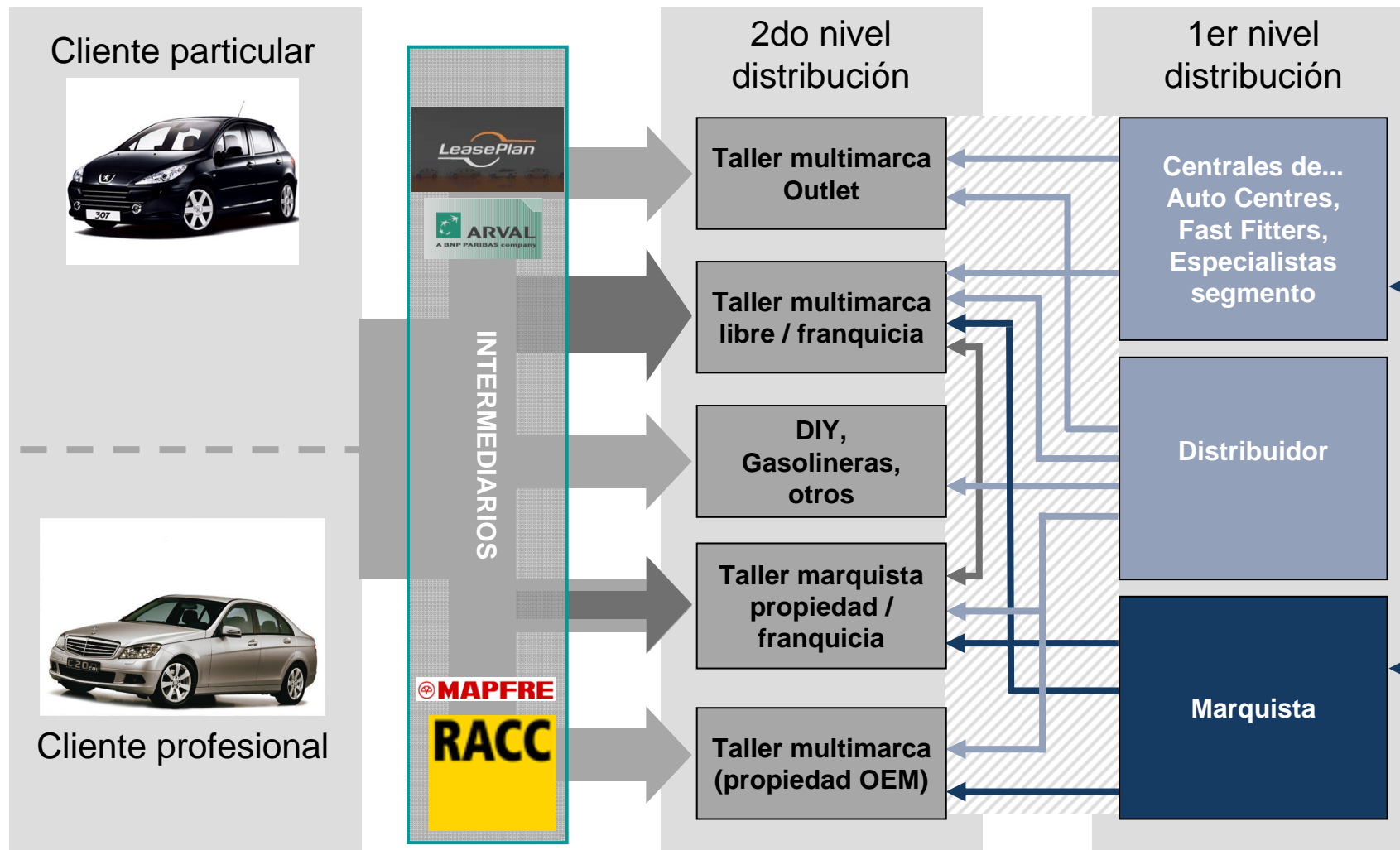


# Fidelidad y estrategia.

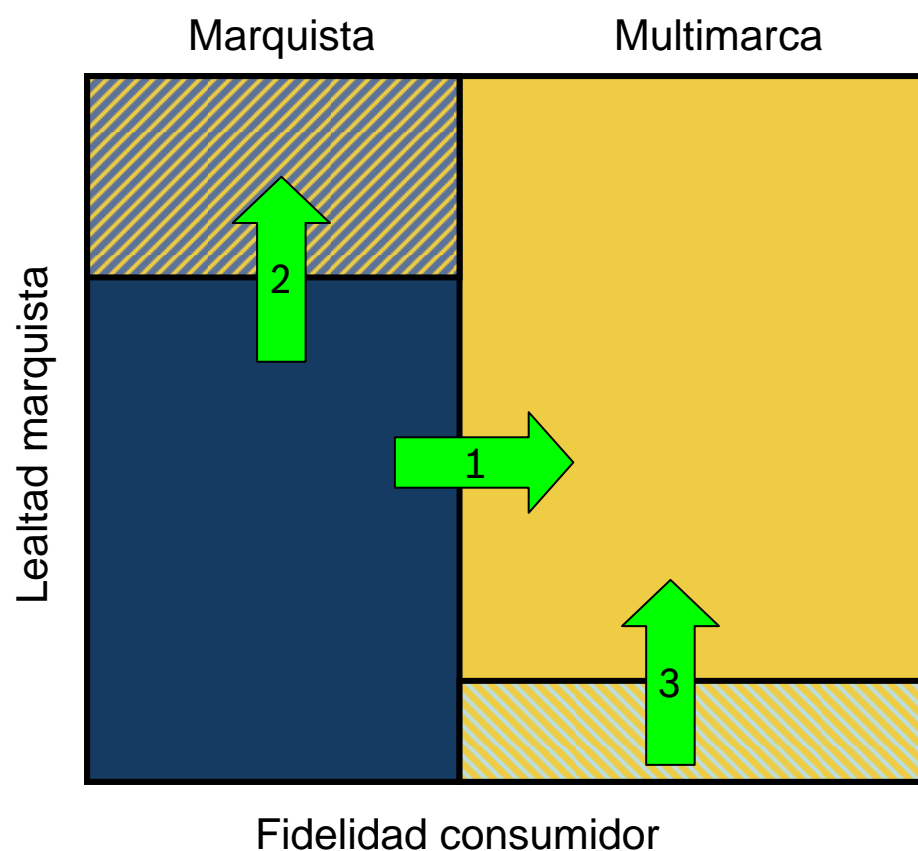
## Importancia de relación Servicio & Recambio.



# Fidelidad y rentabilidad.



# Calidad servicio, fidelidad y más.



2. Lealtad a la compra de productos & servicios.

1. Calidad de Servicio & fidelidad

3. Recambios, conceptos de taller, acudir a la distribución libre, ...



# Un ejemplo marquista.

## Interview with Dr. Frank Reintjes Head of Mercedes-Benz Global Service & Parts

**A&A EXTRANET:** *So where do you see growth opportunities in aftersales for Daimler?*

**REINTJES:** There are plenty of opportunities for growth – first off, by raising penetration and retention in the existing business model. If the lowest-performing third of dealers could be brought up to average, that would generate enormous growth. We are currently considering quite a few options beyond the current business model, for example, to strengthen the over-the-counter business or to participate in the independent service provider business.

**McKinsey & Company Automotive & Assembly Extranet**  
<http://autoassembly.mckinsey.com>

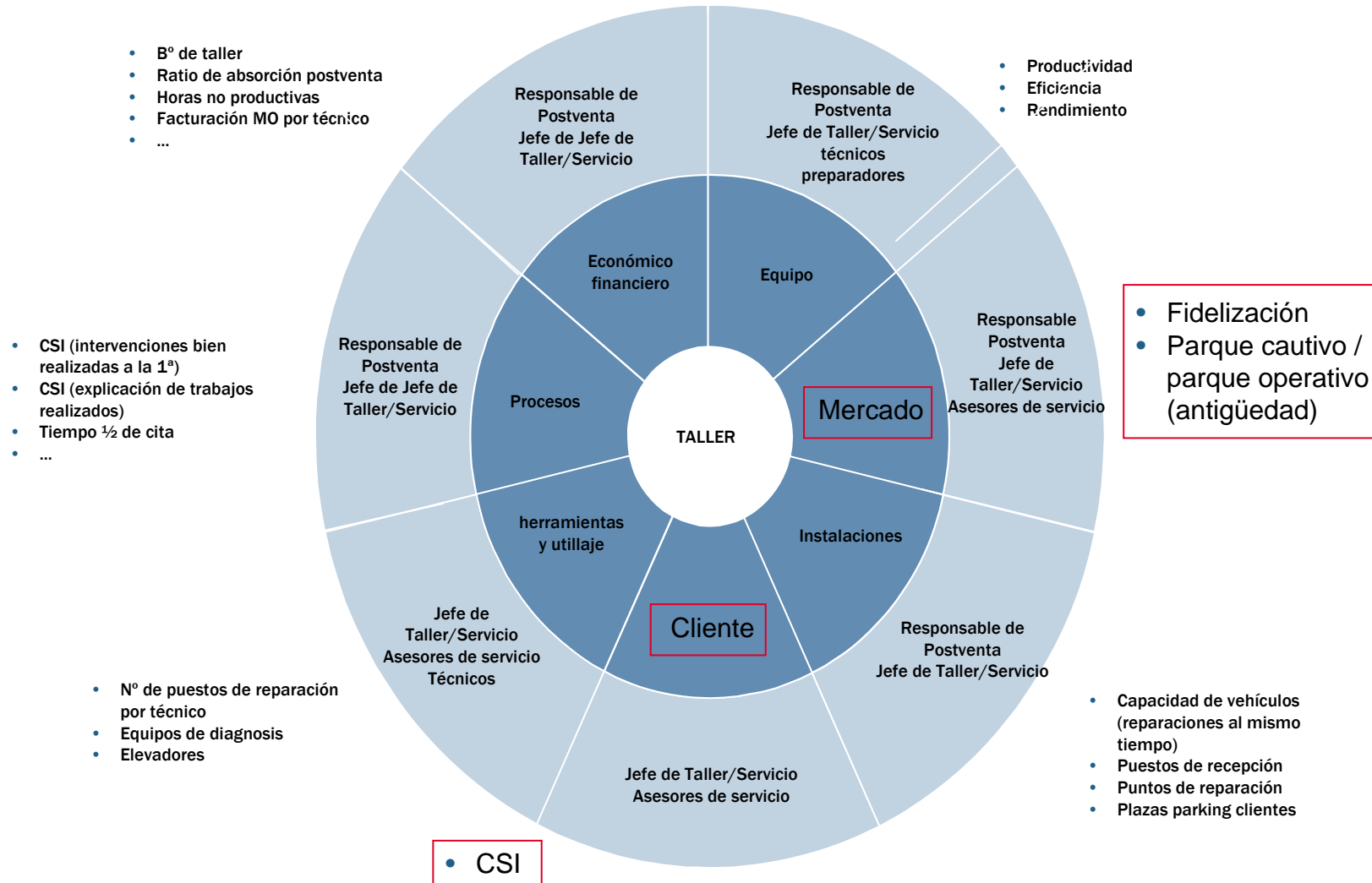


# Otros ejemplos marquistas.

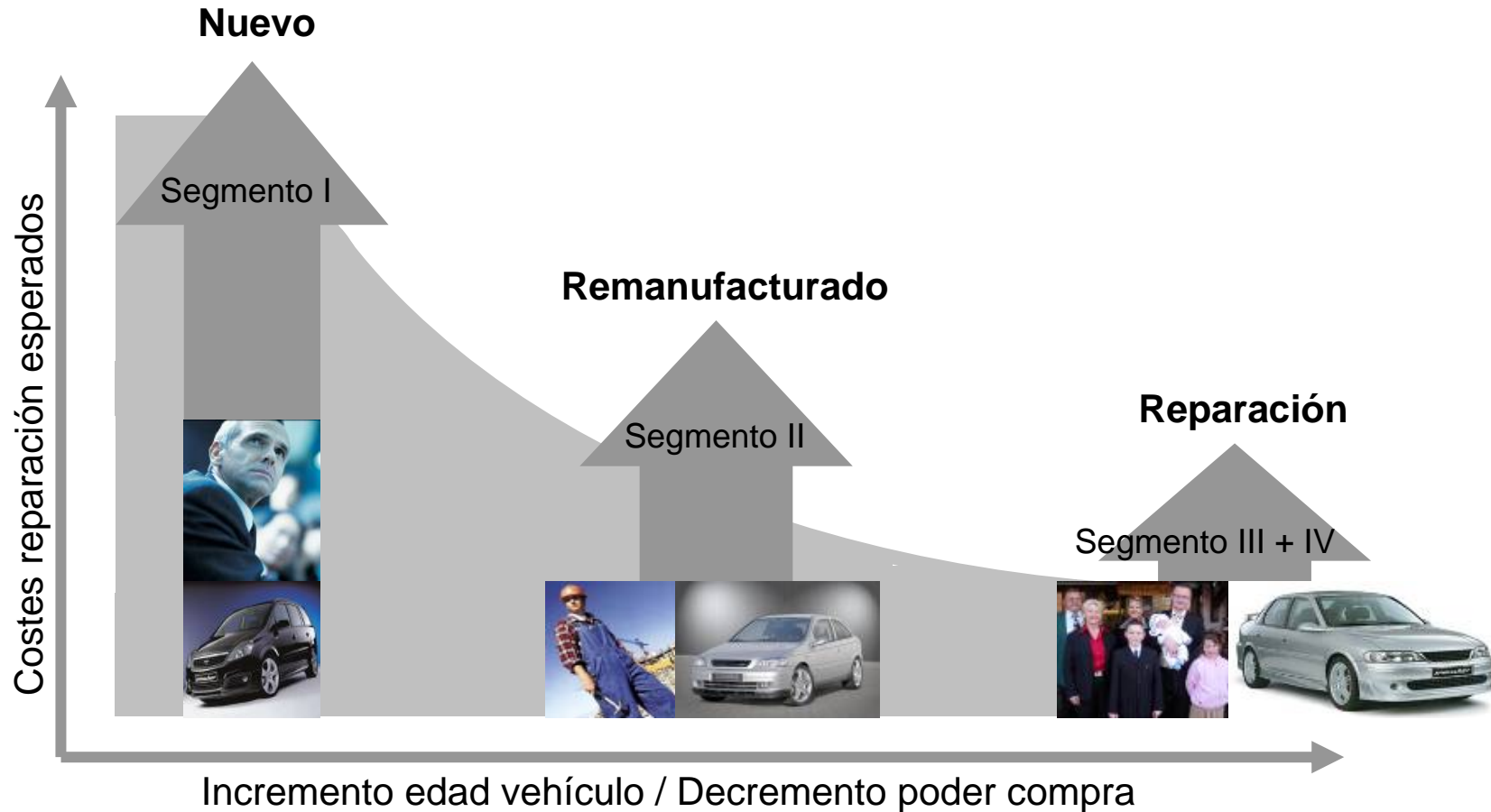




# Calidad de servicio.



# Fidelidad y oferta producto.



# XV Congreso de Calidad y Medio Ambiente en la Automoción

Calidad y Sostenibilidad, Oportunidad de Progreso



**¡Muchas Gracias por su atención!**