

# Universidad Modelo



Facultad de ingeniería automotriz

Materia: PROYECTOS 7

Evento Agencia LAND ROVER

Grupo: A

Maestro: Ing. Joel Odelin Novelo Segura

Integrantes de Equipo:

Trejo Rosales Antonio

Espinosa Rodríguez Juan Alberto

Sansores Navarrete Jose Manuel

Fecha de entrega: Mérida, Yucatán a 1 de octubre de 2024

## INTRODUCCION

La industria automotriz, un crisol de ingeniería, diseño y marketing, se encuentra en constante evolución. Los avances tecnológicos han transformado radicalmente la manera en que concebimos y experimentamos los vehículos. En este contexto, los eventos de desflote se erigen como una oportunidad única para conectar a los ingenieros con los consumidores finales, demostrando cómo la innovación técnica puede enriquecer la experiencia de conducción y, en última instancia, impulsar las ventas.

El presente proyecto se centra en el análisis y diseño de un evento de desflote para una agencia Land Rover, con el objetivo de establecer un puente sólido entre la ingeniería automotriz y las estrategias de venta. Se explorará cómo las características técnicas de los vehículos seminuevos pueden convertirse en argumentos de venta persuasivos, y cómo la atención personalizada y la creación de experiencias memorables pueden fidelizar a los clientes.

### **La Ingeniería Automotriz como Motor de las Ventas**

La ingeniería automotriz es el corazón de cualquier vehículo Land Rover. Desde los sistemas de suspensión de última generación hasta los motores eficientes y potentes, cada componente es el resultado de años de investigación y desarrollo. Sin embargo, estas innovaciones técnicas a menudo permanecen ocultas bajo la carrocería, inaccesibles para el consumidor promedio.

Un evento de desflote ofrece una oportunidad inigualable para sacar a la luz estas características y demostrar cómo benefician al conductor. A través de demostraciones prácticas, talleres informativos y exhibiciones interactivas, se puede explicar de manera sencilla y clara cómo la ingeniería automotriz mejora la seguridad, el confort y el rendimiento de los vehículos.

### **La Importancia del Trato al Cliente**

Más allá de las características técnicas, el éxito de un evento de desflote depende en gran medida de la calidad de la atención al cliente. Los compradores de automóviles seminuevos suelen ser consumidores exigentes que buscan vehículos de alta calidad a precios competitivos. Para satisfacer sus expectativas, es fundamental ofrecer un trato personalizado y profesional.

Los vendedores deben estar capacitados para brindar información detallada sobre cada vehículo, responder a las preguntas técnicas de los clientes y ofrecer asesoramiento personalizado. Además, es importante crear un ambiente relajado y agradable, donde los clientes se sientan cómodos y valorados.

## **Expectativas a Futuro**

Se espera que este proyecto contribuya a:

- **Aumentar las ventas de vehículos seminuevos Land Rover:** Al destacar las ventajas técnicas de los vehículos y ofrecer una experiencia de compra excepcional.
- **Fortalecer la imagen de marca:** Demostrando el compromiso de Land Rover con la innovación y la satisfacción del cliente.
- **Fidelizar a los clientes:** Creando relaciones duraderas basadas en la confianza y la transparencia.
- **Generar leads cualificados:** Identificando a los clientes potenciales más interesados en los vehículos Land Rover.

A largo plazo, se espera que los conocimientos adquiridos en este proyecto sirvan de base para el diseño de futuros eventos de desflote, así como para la implementación de nuevas estrategias de marketing y ventas.

## **Conclusiones Preliminares**

La ingeniería automotriz y las ventas son dos disciplinas estrechamente relacionadas. Un evento de desflote ofrece una plataforma ideal para conectar ambas áreas y crear una experiencia de compra única para los clientes. Al destacar las características técnicas de los vehículos, ofrecer un trato personalizado y crear un ambiente agradable, es posible aumentar las ventas, fortalecer la imagen de marca y fidelizar a los clientes.

En las siguientes secciones de este proyecto, se detallarán las estrategias específicas para la organización del evento, la selección de los vehículos, la capacitación del personal y la evaluación de los resultados.

## OBJETIVOS

### Objetivos Generales

- **Posicionar** a Land Rover como la marca líder en vehículos seminuevos de lujo en la región.
- **Incrementar** las ventas de vehículos seminuevos en un porcentaje del [indicar porcentaje] durante los [indicar período] siguientes al evento.
- **Mejorar** la percepción de la marca entre los clientes potenciales y actuales, destacando la calidad, el servicio y la innovación tecnológica de los vehículos Land Rover.
- **Fidelizar** a los clientes a través de una experiencia de compra única y memorable.

## Objetivos Específicos (SMART)

### *Objetivo 1: Atracción de clientes*

- **Aumentar** en un [indicar porcentaje] la asistencia al evento a través de una campaña de marketing digital y tradicional.
- **Generar** [indicar número] leads cualificados durante el evento, mediante el registro de los asistentes y la realización de encuestas.
- **Captar** las direcciones de correo electrónico de al menos [indicar número] asistentes para futuras campañas de marketing.

### *Objetivo 2: Demostración de la tecnología*

- **Realizar** al menos [indicar número] demostraciones prácticas de las características tecnológicas más destacadas de los vehículos seminuevos.
- **Explicar** de manera clara y concisa a [indicar porcentaje] de los asistentes las ventajas de las tecnologías presentes en los vehículos.
- **Organizar** talleres informativos sobre temas específicos de interés para los clientes, como la seguridad, la eficiencia energética y la conectividad.

### *Objetivo 3: Venta de vehículos*

- **Cerrar** un mínimo de [indicar número] ventas durante el evento.
- **Ofrecer** a los asistentes descuentos especiales y promociones exclusivas.
- **Realizar** pruebas de manejo a [indicar número] clientes potenciales.

### *Objetivo 4: Satisfacción del cliente*

- **Obtener** una calificación promedio de [indicar calificación] en las encuestas de satisfacción realizadas a los asistentes.
- **Resolver** al menos el [indicar porcentaje] de las consultas y dudas de los clientes durante el evento.
- **Establecer** un programa de seguimiento con los clientes que hayan realizado una compra para garantizar su satisfacción a largo plazo.

## **Justificación y Necesidades**

La justificación de tu proyecto radica en la confluencia de varios factores que hacen de este evento una iniciativa estratégica y necesaria:

- **Saturación del mercado de vehículos nuevos:** En un mercado cada vez más competitivo, los vehículos seminuevos ofrecen una alternativa atractiva para los consumidores que buscan calidad y rendimiento a un precio más accesible.
- **Evolución de las preferencias del consumidor:** Los compradores de automóviles son cada vez más exigentes y buscan experiencias de compra personalizadas y transparentes.
- **Avances tecnológicos en la industria automotriz:** Los vehículos seminuevos de Land Rover incorporan tecnologías innovadoras que

requieren ser demostradas y explicadas de manera efectiva a los clientes potenciales.

- **Fortalecimiento de la marca Land Rover:** Un evento de desflote permite posicionar a Land Rover como una marca que no solo ofrece vehículos de alta gama, sino también una experiencia de cliente excepcional.

### **Necesidad que se aborda:**

El evento de desflote de Land Rover responde a una serie de necesidades tanto de la empresa como de los consumidores:

- **Necesidad de la empresa:**
  - **Desinventar vehículos seminuevos:** La rotación de inventario es fundamental para la salud financiera de cualquier concesionario.
  - **Generar ingresos adicionales:** Las ventas de vehículos seminuevos contribuyen a aumentar la rentabilidad de la empresa.
  - **Fortalecer la relación con los clientes existentes:** Un evento de desflote es una excelente oportunidad para fidelizar a los clientes actuales y atraer a nuevos.
  - **Posicionar a la marca como líder en el segmento de vehículos seminuevos:** Al ofrecer una amplia gama de vehículos seminuevos de alta calidad y brindar un servicio excepcional, Land Rover puede consolidar su posición en el mercado.
- **Necesidad de los consumidores:**
  - **Acceso a vehículos de alta gama a precios más accesibles:** Los vehículos seminuevos de Land Rover ofrecen una excelente relación calidad-precio.
  - **Amplia variedad de opciones:** Los asistentes al evento podrán encontrar una amplia gama de modelos y versiones para elegir.
  - **Asesoramiento personalizado:** Los vendedores especializados de Land Rover podrán brindar a los clientes toda la información necesaria para tomar una decisión de compra informada.

- **Experiencia de compra única y memorable:** El evento ofrecerá una experiencia de compra inmersiva y divertida, con actividades y promociones especiales.

### **Problemática:**

Aunque la venta de vehículos seminuevos representa una oportunidad de negocio importante, también plantea algunos desafíos:

- **Percepción de los vehículos seminuevos:** Algunos consumidores aún asocian los vehículos seminuevos con menor calidad o mayor riesgo de averías.
- **Competencia en el mercado:** El mercado de vehículos seminuevos es altamente competitivo, con una amplia oferta de marcas y modelos.
- **Dificultad para comunicar las características técnicas de los vehículos:** Los aspectos técnicos de los vehículos pueden resultar complejos para los consumidores no especializados.

### **Importancia o razón de ser:**

La importancia de este proyecto radica en su capacidad para:

- **Generar un impacto positivo en los resultados financieros de la empresa.**
- **Mejorar la imagen de marca de Land Rover.**
- **Satisfacer las necesidades de los consumidores.**
- **Contribuir al desarrollo de la industria automotriz en la región.**



CRONOGRAMA

Año	Trimestre	Actividades clave	Fechas estimadas	Notas
2025	Q1	Evaluación del evento anterior	Enero - Febrero	Análisis de métricas, encuestas a clientes
	Q2	Definición de objetivos y presupuesto	Marzo - Abril	Establecimiento de metas claras
	Q3	Selección de modelos y preparación de vehículos	Mayo - Junio	Coordinación con la fábrica
	Q4	Diseño del evento y marketing	Julio - Septiembre	Creación de materiales promocionales
2026	Q1	Confirmación de lugar y proveedores	Octubre - Diciembre	Negociación de contratos

Actividades a considerar para cada año:

- **Planificación:** Definición de objetivos, selección de modelos, diseño del evento, presupuesto, elección del lugar, contratación de proveedores.
- **Promoción:** Creación de materiales promocionales (invitaciones, folletos, anuncios), campañas de marketing digital y tradicional.
- **Logística:** Organización del evento (montaje, desmontaje, seguridad), gestión de proveedores, coordinación de personal.
- **Ejecución:** Desarrollo del evento (pruebas de manejo, presentaciones, actividades para los asistentes).
- **Post-evento:** Evaluación del evento, seguimiento a clientes, análisis de resultados.

## **Análisis FODA para Evento de Desfile Land Rover (Formato Car Meeting)**

### ***Fortalezas (F)***

- **Marca reconocida:** Land Rover es una marca premium con una sólida reputación.
- **Enfoque en vehículos de alta gama:** Los Land Rover son sinónimo de lujo y aventura.
- **Experiencia de conducción:** La posibilidad de probar los vehículos atrae a un público interesado.
- **Comunidad de entusiastas:** Land Rover cuenta con una base de fans leal.

### ***Debilidades (D)***

- **Competencia:** Otros concesionarios y eventos similares pueden competir por la atención del público.
- **Costo de organización:** Los eventos de este tipo suelen requerir una inversión significativa.
- **Dependencia del clima:** Las condiciones climáticas pueden afectar la asistencia.

### ***Oportunidades (O)***

- **Crecimiento del mercado de autos seminuevos:** Cada vez más personas buscan opciones de compra más accesibles.

- **Interacción con la comunidad:** Fortalecer el vínculo con los clientes y generar lealtad a la marca.
- **Marketing digital:** Utilizar las redes sociales y otras plataformas digitales para promocionar el evento.
- **Colaboraciones:** Asociarse con otras marcas o empresas afines para ampliar el alcance del evento.

### **Amenazas (A)**

- **Cambios en el mercado automotriz:** Tendencias como la electrificación pueden afectar las preferencias de los consumidores.
- **Crisis económicas:** Las condiciones económicas generales pueden impactar la asistencia y las ventas.
- **Restricciones gubernamentales:** Regulaciones sobre eventos públicos y emisiones pueden limitar las actividades.

El evento de desfile de Land Rover se abordará desde una perspectiva centrada en el usuario, aplicando los principios del Design Thinking. A través de una profunda comprensión de las necesidades y expectativas de los asistentes, se diseñará una experiencia única y memorable que combine la emoción de los vehículos Land Rover con actividades interactivas y un ambiente agradable.

### **Elementos clave del marco teórico:**

- **Experiencia del cliente:** El foco estará en brindar una experiencia excepcional a los asistentes, desde el momento en que llegan hasta que se van.
- **Personalización:** Se ofrecerán experiencias personalizadas basadas en los intereses y preferencias de los asistentes.
- **Interacción:** Se fomentará la interacción entre los asistentes y la marca Land Rover, así como entre los propios asistentes.
- **Innovación:** Se incorporarán elementos innovadores y tecnológicos para hacer que el evento sea más atractivo y memorable.
- **Sostenibilidad:** Se considerarán aspectos de sostenibilidad en la organización del evento.

### **1. Empatizar:**

- **Investigación del público objetivo:**
  - **Crear perfiles de usuario:** Define diferentes tipos de asistentes (amantes de Land Rover, familias, jóvenes, etc.).

- **Encuestas y entrevistas:** Realiza encuestas online y entrevistas a potenciales asistentes para conocer sus expectativas, intereses y motivaciones.
- **Análisis de redes sociales:** Investiga las comunidades online de Land Rover y otros grupos relevantes para identificar tendencias y conversaciones.
- **Análisis de la competencia:**
  - Identifica eventos similares y analiza sus puntos fuertes y débiles.
  - Descubre qué hace que otros eventos sean atractivos para el público.

## 2. Definir:

- **Definir el problema:** ¿Qué problema estamos resolviendo con este evento? (por ejemplo, aumentar las ventas de vehículos seminuevos, fortalecer la marca Land Rover, crear una experiencia memorable para los asistentes).
- **Establecer objetivos claros y medibles:** ¿Qué queremos lograr con el evento? (aumentar el número de asistentes, generar leads, mejorar la imagen de marca).
- **Identificar los puntos de dolor:** ¿Qué desafíos enfrentan los potenciales asistentes al considerar asistir a un evento de este tipo? (distancia, falta de información, etc.).

## 3. Idear:

- **Generación de ideas:** Realiza una lluvia de ideas con tu equipo para generar un gran número de conceptos para el evento.
- **Categorización de ideas:** Agrupa las ideas en categorías temáticas (actividades, ambientación, promoción, etc.).
- **Combinación de ideas:** Combina ideas diferentes para crear conceptos innovadores.

## Ejemplo de ideas:

- **Actividades:** Pruebas de manejo off-road, simuladores de conducción, talleres de personalización de vehículos, zona infantil, conciertos en vivo, food trucks, mercado de accesorios.
- **Ambientación:** Decoración temática de aventura, zonas de descanso con sofás y pantallas, áreas de juego para niños.
- **Promoción:** Redes sociales, influencers, colaboraciones con revistas especializadas, email marketing, publicidad en radio y televisión.

#### 4. Prototipar:

- **Crear un plan detallado del evento:**
  - Diseño del layout del evento (zonas de exhibición, áreas de descanso, escenarios).
  - Programación de actividades (horarios, duración).
  - Diseño de materiales promocionales (invitaciones, flyers, banners).
  - Presupuesto detallado.
- **Crear un prototipo digital:** Diseña un sitio web o una aplicación para el evento.
- **Realizar pruebas a pequeña escala:** Organiza un evento piloto con un grupo reducido de personas para probar las ideas y recopilar feedback.

#### 5. Probar:

- **Evaluar el evento:**
  - Realiza encuestas a los asistentes para conocer su nivel de satisfacción.
  - Analiza las métricas del evento (asistencia, ventas, engagement en redes sociales).
  - Recopila feedback de los colaboradores.