

## D R A C



Fernando Pardo  
Director General  
GROUP AUTO UNION ESPAÑA  
EUROTALLER

El objetivo de EuroTaller como Red Postventa Multimarca es incrementar el nivel de negocio de sus Afiliados.

La estrategia establecida pasa por tres situaciones.

- 1.- **DIFUSIÓN:** Adquirir notoriedad en el mercado mediante mensajes en los distintos medios, Radio, Prensa y Televisión, para que los clientes actuales y potenciales conozcan la existencia, actividad, imagen, servicios que la Red puede ofrecerles.

En este sentido destacamos el III Congreso Internacional y el Plan de Publicidad en TV.

- 2.- **RECONOCIMIENTO:** Conseguir que entidades con reconocida solvencia evalúen a la Red en términos de calidad, imagen y servicio.

Este reconocimiento nos está posicionando en un plano máximo de competencia en la Postventa de Automoción.

En este sentido destacamos la certificación de Talleres Especialistas en Carrocería de EuroTaller que han conseguido la certificación de calidad otorgada por Centro Zaragoza.

- 3.- **ACCESO A MERCADOS / CLIENTES:** Al conseguir notoriedad (ser conocidos) e imagen (opinión) la Red EuroTaller, puede tener acceso a mercados / clientes que han estado "atados" a las Redes de Marca. Estamos hablando de vehículos con antigüedad entre 0 y 6 años, renting, rent-a-car, flotas.

En estos mercados podremos competir con similar imagen, gestión, servicio, pero, además, con todos los atributos que una Red Multimarca como EuroTaller puede ofrecer: precios competitivos, cercanía, trato personal, y sobre todo a cualquier automovilista de cualquier marca de automóvil.

Esto lo conseguimos por el esfuerzo, superación, integración en la marca EuroTaller y participación de los Talleres Afiliados a la Red EuroTaller.