

Hoy escribe

Audatex, más cerca del cliente

Inmersos en una situación de crisis económica y financiera mundial, y conscientes de la necesidad que tienen hoy todas las empresas de adoptar medidas que las hagan ser cada vez más competitivas, Audatex ha iniciado una nueva etapa empresarial. En este nuevo periodo, Audatex incrementa su presencia en sectores como el asegurador y está adaptando sus servicios a las necesidades más concretas del mercado, reforzando su posición en áreas como talleres, empresas de renting y de garantías mecánicas.

El temporal de frío y nieve vivido en la zona centro de España el pasado enero es un ejemplo claro de las necesidades del sector ante comportamientos inesperados del mercado como el provocado por la meteorología. Los directivos del sector Asegurador, Leasing y Renting se preguntaban: ¿Cómo está afectando esta situación a mi negocio? ¿Cómo debo reaccionar? Son preguntas aparentemente sencillas pero que necesitan una respuesta inmediata y no un análisis "Post Mortem".

Por su parte, los peritos y talleres se cuestionaban: ¿Cómo puedo cubrir todos los vehículos dañados (la nieve no distingue entre turismos, furgonetas, camiones o motos)? ¿Cuánto trabajo puedo automatizar y reducir para poder dedicarme a la esencia de mi trabajo (evaluar y/o reparar daños)?

Llama la atención que este tipo de cuestiones salten a la palestra con motivo de un temporal cuando en realidad son el tipo de preguntas que dentro del grupo Audatex nos planteamos diariamente para poder satisfacer las necesidades actuales y futuras del sector. En este caso nos servirán de excusa para abordar las tendencias del mercado y los dos niveles donde éstas se mueven, el ejecutivo y el usuario.

Es indudable que los ejecutivos necesitan herramientas de análisis que les facilite la toma de decisiones de forma inmediata, así como darles un seguimiento rápido que les permita saber si la decisión fue la correcta y modificarla, si es necesario, en el mismo momento que se detecte una desviación en el mercado. En esta línea se enmarca nuestra última gama de nuevos servicios como AudaCheck, AudaWebAudit y Audatex Insight (recientemente lanzado a nivel mundial en Las Vegas).

Sin embargo, los usuarios tienen unas necesidades bien distintas y buscan una herramienta que de cobertura a la totalidad del parque automotriz (compuesto por más de 21,7 millones de turismos y todo terrenos, 5,1 millones de camiones y furgonetas y más de 4,7 millones de motos y ciclomotores, según datos de la DGT), y que a su vez sea rápida, confiable, con actualización permanente de datos y con identificación rápida y exacta. Como ejemplo de ello es la incorporación en AudaPlus de nuevas funcionalidades de identificación del vehículo como el AudaVin, servicios como AudaMantenimientos,



Javier Velasco

Director General de Audatex España

AudaGlass o el Intelligent Capturing, que permite el acceso sencillo y de forma intuitiva a la identificación real del vehículo sobre el que estamos trabajando.

La única forma seria de poder afrontar este reto es reinvertiendo gran parte de nuestro capital en soluciones que faciliten el trabajo de nuestros usuarios y ayuden a afrontar los tiempos de crisis a nuestros clientes. Prueba de ello es que Audatex invierte más de 90 millones de dólares (más de 68 millones de euros) cada año en investigación y desarrollo, ya que una posición de liderazgo no lo es por su volumen sino por su capacidad de análisis, innovación y de marcar las tendencias de mercado para los próximos años. Nos sentimos orgullosos de que nuestros competidores sigan la estela de nuestros productos ya que ello nos ayuda a entender que vamos por el buen camino.

Además de desarrollo propio, también realizamos adquisiciones que complementan los servicios demandados sectorialmente en cada país o globalmente por clientes internacionales como pueden ser las recientes adquisiciones de Universal Consulting en Alemania, INPART en Brasil o de HPI en Reino Unido (anteriormente del grupo Aviva).

A escala mundial, Audatex está presente en más de 50 países y nuestro reto es traer las mejores prácticas mundiales, así como exportar el eficiente esquema pericial/repador que caracteriza nuestro mercado y ¡que corre por nuestras venas! porque Audatex ha crecido con este sector desde antes de los peritos/talleres pensasen en usar ordenadores.

Personalmente me considero un aprendiz ya que “sólo” llevo trabajando catorce años para esta compañía y muchas de las personas del sector con las que me reúno me superan en años de experiencia y me recuerdan los propios orígenes de la empresa en España. Nuestro reto es mantener el viejo espíritu que caracterizó Audatex pero también afrontar los retos de las nuevas necesidades del mercado.

En este sentido, se ha renovado parte de la estructura interna de la compañía y se han reforzado las áreas punteras de la compañía, además de dar un giro estratégico en nuestro departamento de Comunicación a cliente y crear el Centro de Servicio al Cliente, desde el que esperamos conocer la opinión de cada uno de nuestros usuarios y clientes

Cuando estamos a punto de cumplir treinta años en España, ponemos en marcha una nueva etapa en la que hemos adoptado una filosofía basada en valores como el servicio, la innovación, la calidad y, sobre todo, la cercanía al cliente. Una empresa de servicios debe mostrar su valor y compromiso en momentos como el actual y Audatex está comprometida con esta realidad.