

[Nota de prensa:](#)

Marzo de 2005

El Servicio Legendario, seña de identidad y ventaja competitiva de la marca Lexus

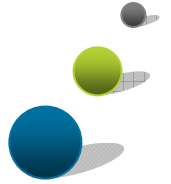
Infova imparte un curso para todos los integrantes de la red Lexus en España basado en un nuevo concepto...

INFOVA (Instituto de Formación Avanzada), ha puesto su experiencia al servicio de la prestigiosa marca de automóviles Lexus, para conseguir que sus ambiciosos planes de futuro en España sean un éxito, y ha impartido un curso explicando qué es un **Servicio Legendario**, cuáles son los valores que lo sostienen y cómo deben comportarse los profesionales de esta compañía para ser coherentes con sus valores. Toda la red de distribución de esta compañía automovilística, tanto las personas dedicadas a la venta de vehículos como de las dedicadas a posventa, así como los gerentes, han participado en este seminario.

Por parte de Infova, esta iniciativa da respuesta a los interrogantes abiertos por Lexus a raíz de su previsión de multiplicar por cuatro sus cifras de ventas en el mercado nacional en los próximos años, y representa el paso previo para la definición de una estrategia de formación y desarrollo de los profesionales de Lexus, que esté orientada a conseguir los resultados finales deseados. En este sentido, una de las cuestiones centrales durante la formación consistió en determinar cómo la marca de coches sería capaz de mantener, o incluso mejorarla calidad del servicio ofrecido cuando aumentasen las ventas y en resaltar la idea de ofrecer a los clientes una atención extraordinaria como rasgo diferenciador de la marca y valor fundamental en la cultura de Lexus España.

Por ello, el papel de Infova consistió en explicar qué es un Servicio Legendario y formar a las personas de la red de distribución de la compañía de coches de lujo, para que se comporten de una forma coherente con este tipo de servicio excepcional. Es decir, conseguir que este Servicio Legendario se convierta en seña de identidad y sea una ventaja competitiva para Lexus. “*En un mercado muy competitivo, donde el servicio es un requisito, ofrecer uno que supere las expectativas de los clientes, que de por sí ya es muy alta y que además sea un servicio que se recuerde en el tiempo por su calidad, es un proyecto ambicioso*”, destacó el director de Infova, Martínez de Miguel.

La metodología desarrollada por Infova ha incluido formación a través de la experiencia en sala y online. Asimismo, para preparar el curso, realizaron acciones de compra simulada (mystery shopping) en venta y en postventa, junto con un test de autopercepción. En base a estos datos se planificaron las jornadas de formación. Dentro de unos meses, se volverá a realizar el mismo recorrido de evaluación (mystery shopping, llamadas de petición de servicio y auto percepción), para medir el cambio que se ha producido en el servicio a los clientes. Los profesionales de Lexus tienen ahora más claridad sobre como perciben ellos mismos el servicio que prestan a sus clientes, lo que les permite analizar su propia coherencia interna con los valores diferenciadores de la marca. Asimismo, el apoyo online y los seminarios en sala han sido fundamentales para que este curso fuese un éxito. Los participantes han analizado experiencias para experimentar cada valor concreto, después lo han analizado desde un plano más teórico y han visto cómo pueden llevarlo a la realidad.



“Ésta es una formación muy de plantear cambios, de sentar las bases de lo que Lexus quiere ser, más que para sentar bases de lo que ya es; de crear cultura homogénea y definir un lenguaje común en el que, si hablamos de coherencia, de confianza o de excelencia todo el mundo entienda lo mismo. El curso ha servido, también, para asentar creencias correctas sobre la marca y los clientes”, explica Gonzalo Martínez de Miguel.

Otra de las claves para el éxito de la formación impartida ha sido que los participantes han podido experimentar de manera práctica las ventajas del Servicio Legendario. *”Han podido ver que lo que es útil a nivel profesional tiene también mucho interés en el terreno personal. Hablar y experimentar la excelencia, la confianza, el cuidar al otro, la consistencia... Todo esto que es útil en el trabajo luego te ayuda en tu vida. A una formación que te sirve para ser mejor profesional y para ser mejor persona, le encuentras siempre la utilidad”, afirma Gonzalo Martínez de Miguel.*

Los ejemplos prácticos de Servicio Legendario compartidos por los participantes tenían que ver con la forma cuidada de entregar los vehículos, con la relación con el clientes en posventa, con cumplir la palabra dada a un clientes, con generar el clima de acogida y respeto que el cliente desea, añadir valor en cada una de los momentos de interacción con el cliente....en definitiva sorprender a algunos de los clientes más exigentes del mercado.

Sirva como ejemplo cómo se realiza la entrega de los vehículos en los concesionarios Lexus. Se realiza una verdadera ceremonia de entrega en la que el automóvil tapado con una funda se destapa delante del cliente, se revisa cada parte del vehículo, se entrega con el depósito lleno, incluso tienen preparadas un ramo de flores para ella en el maletero o una botella de champán con dos copas para que cuando el cliente vuelva a casa celebre la adquisición del vehículo con su pareja. En cualquier caso esto no es lo esencial, es solo una forma de añadir valor a lo que hacemos.