

RE-IMAGINEMOS

EL TRANSPORTE
URBANO SOBRE RIELES

POST PANDEMIA



Ventas y Comunicaciones 4.0

Nuevas formas de comunicación e interacción con los clientes

Ventas y comunicación 4.0

Nuevas formas de comunicación e interacción con los clientes – Principales conclusiones

RETOS

- Nuevos negocios
- Recuperación de las grandes caídas de la facturación.
- Retraso o cancelación de proyectos clave
- Nuevos productos/servicios
- Digitalización e Innovación
- Cambios en el modelo de negocio y estructura organizativa

PREOCUPACIONES

- Nuevos modelos regulatorios.
- Planes de recupera de los gobiernos.
- Nuevos modelos de negocio,
- Cambios en los clientes, mercados, finanzas.
- Adaptación de los equipos de venta
- Aparición de nuevas herramientas.
- Estamos viviendo una situación cambiante y ambigua, con un nuevo entorno.
- La relación directa y personal parece complicada de recuperar.

AREAS DE MEJORA

- Conciliación laboral.
- Teletrabajo.
- En esta línea, redefinir los equipos de trabajo, la gestión de equipos, las relaciones personales y el estilo de liderazgo.
- La tecnología/digitalización aparece también como área de mejora importante.
- Aprendizaje de nuevas herramientas
 - Facilidad de comunicar a más personas al mismo tiempo
- La pandemia afecta nuestros planes y formas de comunicación con nuestros clientes (operadores privados, públicos) y stakeholder,

• (*) silde basada en la presentación: Cómo dirigir cuando no sabes como Guido Stein

Ventas y comunicación 4.0

Cómo comunicarnos con nuestros clientes y público

Desde marzo

El COVID-19 impactó en nuestra rutina diaria

- Cierre de fronteras
- Restricciones a los viajes
- Medidas de distancia social

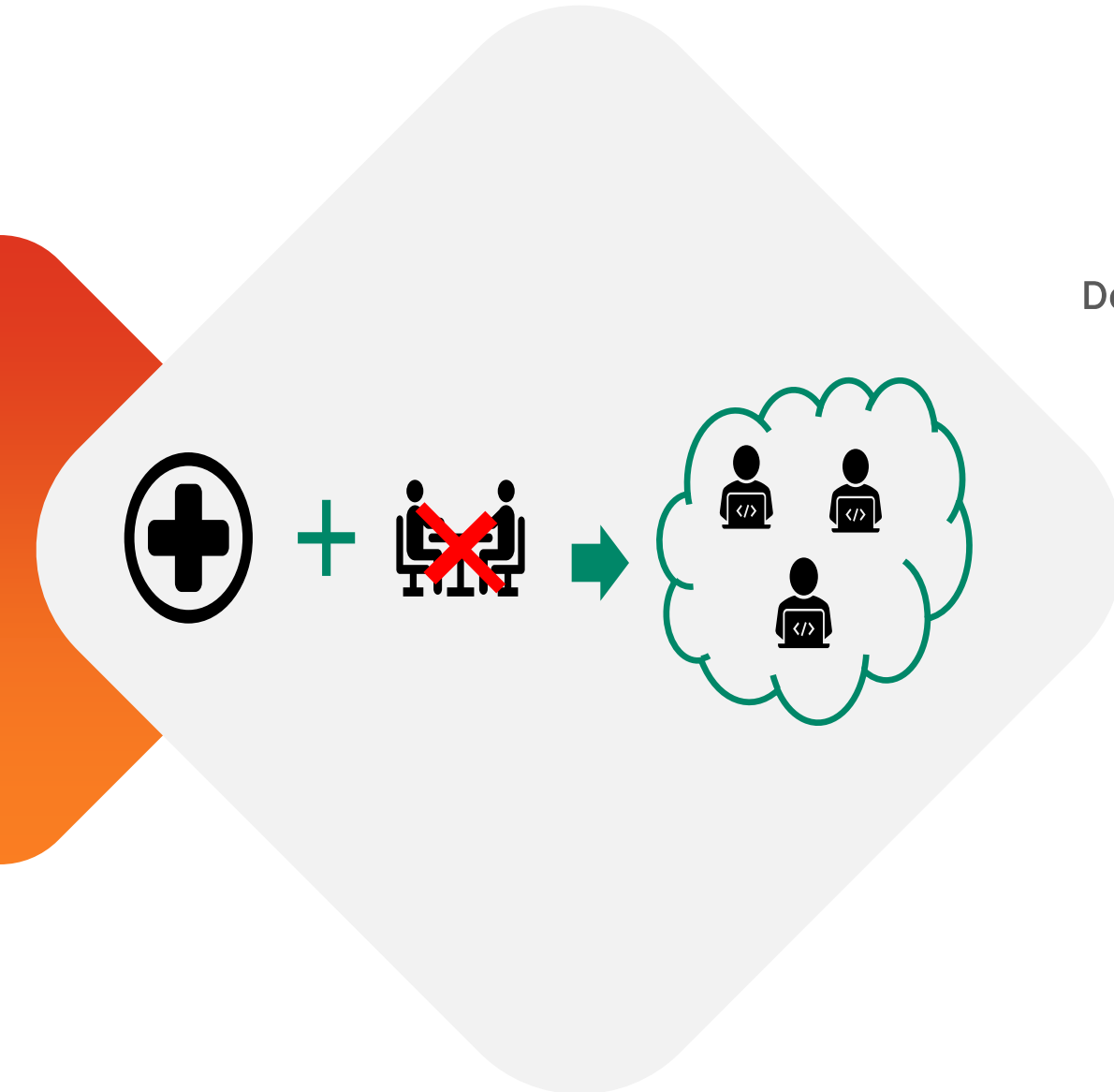


- Perdida de contacto y cercanía con el cliente.

• Y todo ello nos lleva o se traduce en:



- Teletrabajo
- Digitalización.
- Nuevas forma de trabajo
- Utilización de “nuevas herramientas” que abren la Puerta a nuevas fórmulas
 - Webinar, reuniones online y redes sociales.



Ventas y comunicación 4.0

Nuevas herramientas, reuniones on line



Ventajas

- Mayor predisposición y facilidad de involucración tanto interna como externa
- Programación de una serie de reuniones de seguimiento desde el comienzo
- Facilidad de organizar reuniones con clientes con productos en común, compartir experiencias
- Mayor cobertura de los mensajes y direccionamiento de los mismos.



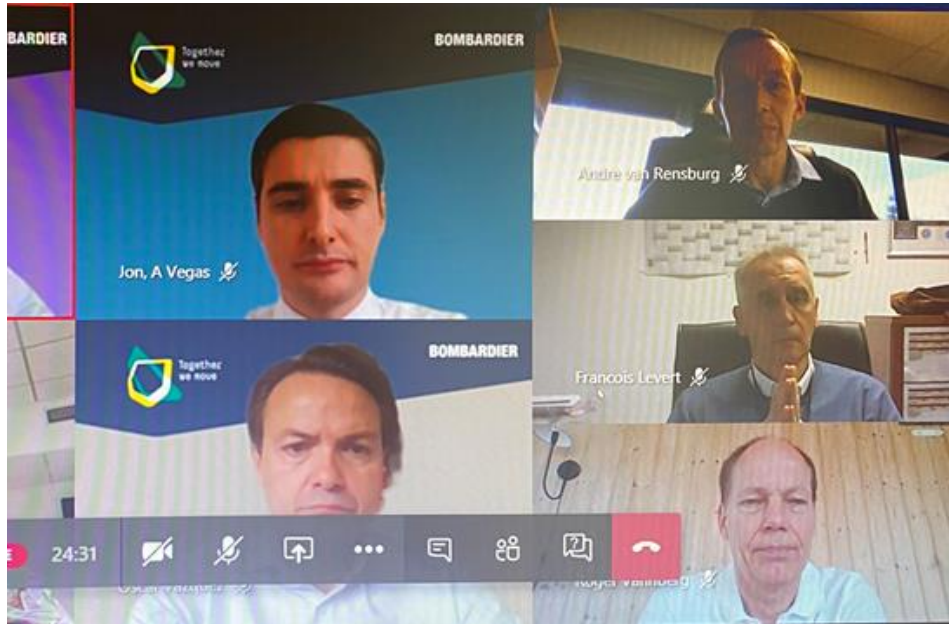
Retos y/o desventajas

- Obligación de una mayor coordinación, alineación y preparación de los mensajes
- Problemas de herramientas, conexión ...etc..
- Obligación de mantener los horarios.



Ventas y comunicación 4.0

Nuevas herramientas, reuniones on line



Ejemplo:

Webinar Operadores ferroviarios en la “nueva” normalidad:

1ª Redimensionamiento coches, disposición, mantenimiento,

2ª Presentación de soluciones de Bombardier con respecto a un primer feedback

RE-IMAGINEMOS

EL TRANSPORTE
URBANO SOBRE RIELES

POST PANDEMIA

Gracias



Javier Hinojal

Head of Institutional Relations and Communication, Bombardier Iberia.

 CONGRESO ANUAL Y
ASAMBLEA GENERAL

 | Uniendo
Destinos