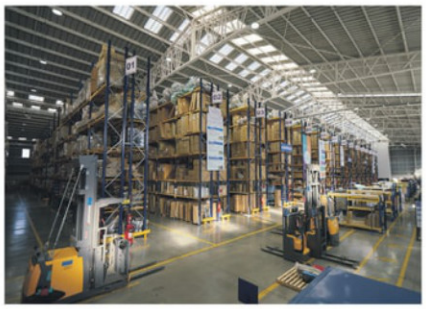
PUBLICIDAD

Gildemeister y Hyundai modernizan su postventa con foco en lo digital, clientes y una renovada red de infraestructura nacional

En su 40° aniversario, Gildemeister y Hyundai refuerzan su negocio de postventa con una modernización integral del área. Centrada en mejorar la experiencia de cliente y garantizar la confiabilidad de la marca, la estrategia significó una transformación tecnológica para todos sus servicios, y una fuerte inversión en infraestructura logística y capacitación técnica.

"Debíamos mejorar procesos y rediseñar la relación completa entre el cliente y su vehículo", señaló Raimundo Undurraga, gerente corporativo de Supply Chain de Gildemeister. "El resultado es evidente. Tenemos un servicio más ágil, más digital y con una red más robusta", agregó.



Durante el último año, el índice de satisfacción NPS subió de 78% a un peak de 86%, las visitas a los talleres oficiales de Hyundai aumentaron un 17% y las ventas de postventa crecieron un 10%. "Cuando el cliente siente que la atención es oportuna, las respuestas son rápidas, hay tecnología y su tiempo se respeta, vuelve", asegura Undurraga.

La digitalización de la operación fue uno de los grandes cambios. Gildemeister implementó el Contact Center, un modelo multicanal que incluye plataformas que permiten agendar en línea, monitorear el servicio en tiempo real y aprobar las reparaciones vía WhatsApp. Esto se complementó con el uso creciente de inteligencia artificial en la gestión de las garantías y diagnóstico técnico, reduciendo tiempos de respuestas, incluso en casos complejos.

También se rediseñaron los servicios para distintos perfiles de clientes, como el "Service Economy", que son revisiones básicas a precios accesibles; el "Taller Móvil", que realiza atenciones a domicilio en la región Metropolitana; y las mantenciones prepagadas, que hoy superan el 60,5% de penetración. En paralelo, han aumentado la fidelización mediante beneficios como asistencia en ruta 24/7, revisiones gratuitas, descuentos asociados y programas como "recupera tu garantía".

Infraestructura renovada

En un país tan extenso, la logística y la capilaridad de la red son clave. Para eso, Gildemeister y Hyundai renovaron profundamente su infraestructura física, la que se extiende por casi 4 mil kilómetros y cuenta con más de 140 técnicos y 70 asesores de servicio. Varios de sus 38 talleres oficiales fueron complemente renovados como Movicenter, La Serena, Viña del Mar, Maipú, Osorno y Valdivia.

Uno de los hitos más relevantes fue la inauguración del nuevo Centro de Distribución de Repuestos, que alberga un "Vertical Lift" de 13,5 metros, un ascensor inteligente de repuestos capaz de almacenar más de 8 mil productos en 120 módulos verticales y que utiliza un software avanzado para recuperarlos automáticamente. "Hemos aumentado la precisión del inventario, bajado los tiempos de preparación y despacho, y llegado a una cobertura superior al 93%", afirmó Undurraga.

Capacitando a la fuerza laboral del futuro

Para acompañar la transición a la electromovilidad, Gildemeister ha apostado por la formación técnica. Junto a los programas de capacitación especializada en baterías y fallas de vehículos eléctricos, la compañía trabaja en un "Centro de Capacitación Postventa", un espacio de alto estándar teórico y práctico, proyectándose como el centro de formación de postventa más avanzado del país.

Para Undurraga, la transformación del área responde a una convicción clara de Hyundai y Gildemeister de que la postventa debe ser una relación continua entre la marca y el dueño de un auto. "La incorporación de nuevas tecnologías y la experiencia centrada en el cliente apuntan a dar un servicio de alta calidad", concluyó el ejecutivo.

Centro Logístico de Automotores Gildemeister (CLAG) en Lonquén con más de 200.000 m² de superficie

GILDEMEISTER HYUNDAI