

"No queremos clientes queremos usuarios satisfechos de pasar la itv en APPLUS ITV"

Entrevista a Jorge Rodríguez, Responsable de Marketing y Comunicación en Applus+ Automotive. Una labor necesaria para los conductores es la revisión periódica de sus vehículos, logrando así mejorar entre todos la seguridad vial y el medioambiente. En este sentido la compañía Applus+ Automotive, líder en la inspección de vehículos, realiza más de 15 millones de inspecciones cada año en Europa, Norteamérica y Sudamérica

Applus+ es una de las compañías líderes mundiales en Inspección de vehículos. El objetivo de la empresa es que los clientes se sientan usuarios, profesionales de la automoción o administraciones públicas cumplan con las normativas reglamentarias en seguridad y medioambiente y así poder mejorar la conducción y seguridad en las carreteras.

El Responsable de Marketing y Comunicación en Applus+ Automotive es Jorge Rodríguez, se encarga de la estrategia digital de la multinacional con la cual establece la planificación para el año entrante según su posicionamiento actual y comenta: "Applus es una empresa 100% dedicada al cuidado de los vehículos y el medioambiente. Son movidos por el constante avance tecnológico en favor de la seguridad vial."

En España, disponen de 78 centros de inspección técnica de vehículos (ITV) y 12 centros móviles presentes en Cataluña, Galicia, Comunidad Valenciana, Aragón, País Vasco, Castilla la Mancha, Madrid y Canarias. Para atender toda esta demanda, Applus+ Automotive trabaja constantemente en mejorar su canal online y su propia aplicación móvil.

Una labor necesaria para los conductores es la revisión periódica de sus vehículos. De esta manera se logra una mejora en la seguridad vial y el medioambiente. En este sentido la compañía Applus+ Automotive, líder en la inspección de vehículos, realiza más de 15 millones de inspecciones cada año en Europa, Norteamérica y Sudamérica.

Applus + Esta presente en Sudamérica, en Argentina, Chile, Costa Rica, Uruguay y Ecuador. En Estados Unidos y en Europa, concretamente en España, Andorra, Irlanda, Georgia, Dinamarca y Finlandia. Actualmente existe una capacidad laboral de más de 4.500 trabajadores, donde se realizan aproximadamente 15 millones de inspecciones anualmente. A nivel nacional, la empresa cuenta con 78 centros de inspección técnica de vehículos (ITV) y 12 centros móviles repartidos por diferentes comunidades autónomas. La red de estaciones está presente en Cataluña, Galicia, Comunidad Valenciana, Aragón, País Vasco, Castilla la Mancha, Madrid y Canarias.

Una de las principales vías de entrada de nuevos usuarios es por el canal digital. El portal de reservas en la web de Applus+, es decir el canal online tiene un amplio desarrollo y el móvil cada mes va ganando terreno. Las estrategias están enfocadas en poder mejorar cada día la experiencia de

navegación y reserva. Con la entrada del Smartphone son muchos los usuarios que acceden al portal mediante tablets y móviles y es por ello que se han unificado criterios para poder desarrollar un booking intuitivo, fácil y muy ágil. La clave está en desarrollar un método en el que cualquier usuario pueda reservar su cita previa e incluso pagar su inspección en menos de 2 min.

Applus+ tiene un site totalmente responsive sin grietas visuales en cuanto al UX.

"En España más de 5 millones de usuarios piden y pagan su ITV a través del móvil." reafirma Jorge.

Mediante las diferentes divisiones de negocio y marcas actualmente operando en Andorra, España, Argentina, Chile, Ecuador, Dinamarca, EE.UU. y Finlandia, en todas se prestan servicios de Marketing 100% orientados al cliente.

Desde la empresa se realizan diferentes estrategias tanto en el canal offline (dinamizando el punto de inspección) como en canal online. Por un lado, la aproximación al cliente se lleva a través del Social Media, ya que Applus+ cuenta con un equipo que esta al tanto de cada mensaje y consulta por parte de los usuarios, y cada semana comunica contenido útil para la audiencia. Por otro lado, se llevan estrategias SEM y SEO con la ayuda de la agencia de Marketing Maktagg. Con ellos trazan una estrategia conjunta por tal de poder seguir siendo líderes en un mercado con cada vez más pluralidad. Su plan es poder ser dinámicos y proactivos es fundamental para poder diferenciarse de la competencia.

Jorge comenta: "Años previos los esfuerzos económicos iban destinados a tener un gran call center, capaz de absorber las más de 2000 llamadas diarias. Cada vez, este departamento se ha ido reduciendo en favor de la presencia tanto en desktop, como en mobile o Tablet. Actualmente, el 70% de las reservas se producen por Online Booking. Al mes recibimos más de 2.500.000 visitas. Es importante que la facturación sea canalizada por un buen booking capaz de ayudarnos a gestionar mejor las colas en los centros y poder dimensionar la demanda. El mobile como es habitual, cada año crece, siendo una herramienta que nos aporta el 55% de las reservas. Por lo que se puede decir que más de 5 millones y medio de personas reservaron la cita previa por la web www.applusitv.com".

Los próximos objetivos para la empresa serán seguir con estrategias de posicionamiento. Poder ofrecer herramientas ágiles y útiles para que el trámite de concertar una cita previa le sea fácil e intuitivo. Otro objetivo que tienen desde la empresa es potenciar el canal en Youtube explicando consejos y tips que ayuden a los clientes o a cualquier usuario a mejorar su seguridad y la de su familia, y así entre todos, reducir la accidentalidad en las carreteras.

La empresa se diferencia por nuevos espacios que han sido incluidos. Se han creado lugares para niños donde puedan dibujar y pasárselo bien mientras sus padres pasan la ITV. Todas las estaciones poseen de WIFI gratuito y zonas de vending. El objetivo es potenciar las zonas de espera y mejorar el journey dentro de los centros apostando por calidad.

"La idea es seguir ofreciendo cursos de seguridad vial tanto a los más pequeños como a los más grandes". Se han construido dos parques de seguridad vial con coches eléctricos tanto en las estaciones de Pinto como en Adeje, donde existen acuerdos con los colegios para que puedan formarse y aprender las señales de circulación, van a ser los futuros conductores y deben estar preparados para ello.

A nivel Online, tienen una web ágil, con múltiples opciones de reserva y pago, mantener la posición de liderazgo en los canales sociales, y tratando de ser cada vez más próximo, realizar más videos explicativos y que estos busquen la personalización.

Datos de contacto:

Agencia de MarCom Maktagg
936818511

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Motociclismo](#) [Automovilismo](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#) [Industria](#) [Téxtil](#) [Industria Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>