COMPROMISOS REFORZADOS Martín Bajuk, director comercial, nos da su visión del asunto: ***"2020 ha fortalecido aún más las relaciones y el compromiso entre proveedores y socios ASER. Todos los proveedores han entendido las circunstancias especiales del año 2020 y el Grupo ha respondido cumpliendo los objetivos comprometidos. Según nos han comunicado ellos mismos, todos los proveedores están muy satisfechos con la respuesta del Grupo durante el transcurso del año".***

> "Desde el primer momento proveedores y Grupo hemos trabajado de la mano, y la comunicación ha sido constante, para minimizar los efectos de esta situación.

Los proveedores están muy agradecidos con el compromiso del Grupo

Y es que Bajuk explica que, desde el minuto uno de la pandemia, la Central de ASER ha comunicado a los socios la necesidad de cumplir con las obligaciones de pago a proveedores: ellos también han sufrido y sufren los efectos de la COVID-19 y resalta con orgullo: ***"Los socios así lo han entendido, han actuado como corresponde y los proveedores están muy agradecidos por este compromiso del Grupo".*** *Y sigue explicando la labor en colaboración en los momentos difíciles:* ***"No estaba entre las obligaciones de los proveedores dar soluciones financieras ante el panorama económico generado en 2020, pero desde el primer momento proveedores y Grupo hemos trabajado de la mano, y la comunicación ha sido constante, para minimizar los efectos de esta situación".***

Otro punto importante teniendo en cuenta las pocas reuniones presenciales que ha permitido el 2020, explica, han sido las reuniones One-to-One realizadas durante la Convención virtual 'ASER en Directo'. La opinión de *los proveedores están muy agradecidos por este compromiso del Grupo* los proveedores con este formato que el grupo implementaba por primera vez en su Convención de 2019, ya fueron muy positivas, y este año, cuenta Bajuk, han superado todas las expectativas: ***"Se celebraron 336 reuniones entre socios y proveedores durante la tarde del jueves 26 y la mañana del viernes 27. Este formato de relaciones ha llegado para quedarse, online o presencial según lo permita la situación"***, afirma.

La situación generada por la COVID-19 obligaba al Grupo ASER y sus socios reinventarse y posponer algunas de las acciones previstas, a trasladar otras y a trabajar un aspecto que, aunque ya era fundamental para el Grupo, ha cobrado una especial importancia en 2020 y se ha convertido en especialmente necesario: la comunicación. Desde la Central del Grupo se ha trabajado para que la información que llegaba a los socios fuese clara y han actuado como canal de comunicación entre las administraciones y los socios, y entre socios y proveedores.

INTENSIFICANDO EL MARKETING Aser ha mantenido las exitosas campañas 'El Recambiazo' y 'Give Me Five', acciones cuya dinámica es sobradamente conocida por proveedores, socios y clientes y que ya están perfectamente integradas dentro de las políticas comerciales y de marketing del Grupo, y de su sistemática de funcionamiento: ***"Aunque 2020 ha hecho que algunas de las acciones planificadas para el Grupo se hayan pospuesto, también nos ha obligado a reinventarnos para cambiar el funcionamiento otras, como la Convención anual, reconvertida en el programa de televisión 'ASER en Directo' y complementada por reuniones one to one entre socios y proveedores en una plataforma virtual, que además seguimos utilizado para que proveedores y socios mantengan un estrecho contacto y una comunicación constante".***

Acerca de los resultados de 'El Recambiazo' en mayo y "Give Me Five 'en octubre, Romero nos cuenta: ***"Desde su nacimiento son acciones que acumulan más de un 50% de crecimiento y que, año tras año, superan las cifras del año anterior. En 2020, nos vimos obligados a trasladar 'El Recambiazo' al mes de junio, pero pudimos mantener el 'Give Me Five' en octubre. Podemos afirmar que, incluso en un año de datos negativos, ambas campañas siguen funcionando y no han perdido su fuerza. Aunque los datos de compra no han llegado a cifras de años anteriores, si lo han hecho las inscripciones de clientes, reflejo directo de las ventas de los socios".***

El 'Recambiazo' y 'Give Me Five' han ayudado a amortiguar la caída, nos cuenta: ***"hay un dato que nos confirma que estas acciones siguen funcionando: si comparamos datos de junio 2019, año en que se desarrolló 'El Recambiazo' en mayo, respecto a junio 2020, en el que se desarrolló la campaña de 2020, las compras crecen a doble dígito. Por supuesto, esta comparación no analiza todas las variables, y en interno hemos realizado un análisis más profundo de estos datos, pero sí es indicativo de que ambas acciones mantienen su frescura y son bien recibidas, y esperadas, en el mercado".***

En las imágenes de la izquierda vemos los talleres, recibiendo los obsequios de las promociones del Grupo.

LA LABOR DE ASER, SEGÚN DIRECTIVA, SOCIOS Y CLIENTES

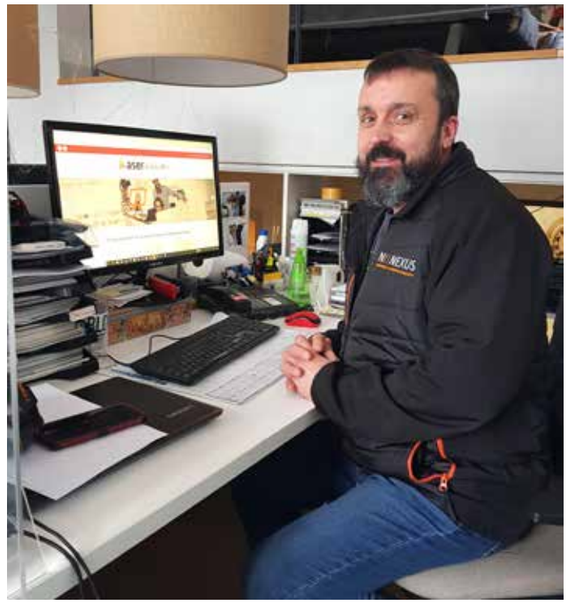
Puntos de vista

2020 arrancaba, primero, como un año de consolidación de acciones para el grupo que ya forman parte del ADN del Grupo, pero también como un año de nuevos proyectos, en los cuales ya habían empezado a trabajar durante el último tramo del año 2019. Las sensaciones, buenas pese a todo.

Las 12 Causas, una de las campañas de éxito que tiene una nueva edición este 2021.

NUEVAS ACCIONES
Una de las novedades de 2020 fue 'Las 12 Causas ASER', acción

> "Podemos afirmar que las cifras del Grupo se han comportado mejor que la cifra global del mercado.
> José Luis Bravo



Mario Romero, director de marketing de Aser

> “ ‘El Recambiazo’ y ‘Give Me Five’ son acciones que mantienen su frescura y son bien recibidas, y esperadas, en el mercado. Mario Romero

cuyo objetivo es promover el mantenimiento responsable de los vehículos. El grupo entiende que sobre este punto, tanto los Grupos como los distribuidores y talleres, tienen una obligación moral, y deben promover que el usuario mantenga su vehículo en perfectas condiciones para evitar problemas de seguridad y al medio ambiente. Romero explica: ***“2020 no ha sido el mejor año para medir el resultado de la acción, pero sí hemos podido comprobar que el plan de comunicación ha funcionado y la campaña es reconocida en el mercado. Además, también ha afectado ligeramente a las compras, haciendo que las cifras de compras de los productos en campaña cada mes hayan crecido”.***

LA BOTELLA MEDIO LLENA José Luis Bravo, director general de Aser explica: ***“Es difícil destacar lo positivo en un año como 2020, pero ya me conocéis y sabéis que no me gusta recrearme en la negatividad, y prefiero destacar lo positivo y lanzar mensajes de optimismo. Lo llevamos oyendo desde el primer semestre: 2020 ha sido un año de caída en el mercado de la posventa. Las previsiones más optimistas anuncian una caída de alrededor del 15%, que llega hasta un 20% para las previsiones más negativas. Pero en el Grupo ASER, como ya anuncié en nuestro programa ‘ASER en Directo’, esperamos una caída de entre el 8% y el 9%, por lo que podemos afirmar que las cifras del Grupo se han comportado mejor que la cifra global del mercado.***

> Las acciones del Grupo han ido dando frutos positivos para los socios, incluso en momentos de dificultad

También nos han ayudado ‘Las 12 Causas ASER’, aunque en este caso la pandemia ha hecho que perdamos, por un lado, el impacto de la campaña en algunos meses concretos en que la actividad ha disminuido a valores límite y, por otro lado, la visión real del impacto de la campaña. Esperamos que en 2021 podamos tener un dibujo más claro de los resultados reales de esta acción”.

Las acciones han sido apoyadas por los socios, que se muestran satisfechos.

Destacan, en un año en que no era posible realizar su Convención en el formato habitual, el haber reafirmado su compromiso con el sector y con los proveedores con el programa ‘ASER en Directo’, en el que lanzaron un mensaje positivo: ***“nos consta que ese mensaje ha llegado al sector. Y hemos conseguido, con nuestra plataforma, que los proveedores comprueben el compromiso del Grupo y sus socios con la realización de más de 300 reuniones en menos de un día”.***

www-aserautomotive.coms

DISTRIBUCIÓN

> “ Con ‘Aser en Directo’ se ha comprobado el compromiso del grupo y sus socios con el sector. José Luis Bravo

¿QUÉ OPINAN LOS SOCIOS DEL GRUPO ASER?

EMMS (Vilafranca del Penedés, Barcelona)

Las acciones desarrolladas desde la Central del Grupo ASER son un gran estímulo para nosotros y para nuestros clientes, pero en 2020 han sido fundamentales para ayudar a reactivar nuestras ventas en el escenario negativo generado por la Covid-19.

En nuestro caso, además, hemos estado más activos que nunca y todas estas acciones han contribuido a motivarnos aún más, algo que se puede aplicar a todo el equipo de EMMS.

Durante el 2020 hay cuatro aportaciones del Grupo ASER que destacaríamos, sin quitar importancia a las demás:

- Toda la información y asesoramiento recibidos, especialmente en los primeros meses de la pandemia, para poder tomar decisiones adecuadas.
- Haber sido muy proactivos en las campañas, mostrando más fuerza que nunca.
- El trabajo realizado para concentrar compras de los socios en los proveedores estratégicos.
- La rápida actuación en la gestión de rapeles y bonus, que nos han permitido generar más tesorería.

www.emms.es

Max Margalef, gerente de EMMS y presidente de Aser A.A.

Jesús y Joaquín Hernández, gerentes de Recambios Jesús

RECAMBIOS JESÚS (Murcia, Almería y Alicante)

Como socios del Grupo Aser tenemos que decir que, gracias a las campañas desarrolladas desde la Central, este año hemos podido salvar un año muy difícil. Gracias a ‘El Recambiazo’ y a ‘Give Me Five’ hemos llegado a empresas en las que nunca habíamos tenido presencia y que lo han agradecido de una manera clara nuestro apoyo con estas acciones en tiempos difíciles. Respecto a las 12 causas ASER, muchos clientes destacan el buen planteamiento y en compromiso social de esta acción, y también nos permite una mejor organización en nuestras compras.

Especialmente este año 2020, estas acciones nos han ayudado a mantener nuestra cifra de negocio. Son una herramienta de trabajo continuo y muy bien recibida por nuestros comerciales y clientes. En tiempos de incertidumbre nacional por temas de Covid, a nivel personal como gerente de la empresa me he sentido arropado y asesorado por el Grupo.

www.recambiosjesus.com

HUMBERPEÇAS (Portugal)

Las campañas Recambiazo y Give Me Five ya están en la agenda del sector, y a pesar de que, en 2020, se realizaron en el marco de la pandemia, registramos un aumento de participación en ambas.

Con una filosofía diferente, más informativa que comercial, las 12 Causas ASER promueven el conocimiento y consideramos que puede ser una importante herramienta de comunicación para los clientes de nuestros talleres, ya que promueve la concienciación por el mantenimiento preventivo del automóvil con el público en general. Partiendo del ADN intrínseco a ASER, creo que el ` se ve reforzado por la dinamización conjunta ibérica de estas campañas, haciendo que sus socios se destaquen del mercado.

Dada la barrera del idioma, la acción de ‘ASER en Directo’ pudo no tener tanto impacto en Portugal como en España, sin embargo, recibimos muchas felicitaciones por la iniciativa que consideramos tiene potencial para afirmarse como un referente en el sector.

Desde nuestro punto de vista, estas campañas son siempre beneficiosas, ya que nos permiten reforzar la proximidad al cliente, satisfaciendo las necesidades del mercado. Tanto en ‘El Recambiazo’ como en ‘Give Me Five’, registramos un crecimiento en la participación de alrededor del 30 por ciento en 2020, lo que consideramos muy positivo, teniendo en cuenta la pandemia y la situación económica de nuestro país.

Pedro Moura, director de marketing de Humberpeças

Todas las acciones y condiciones que nos brinda el Grupo, como estas campañas, nos permiten ser más competitivos en el mercado, distinguirnos de nuestra competencia y mantener el servicio de excelencia que nos ha distinguido a lo largo de nuestros 33 años de historia de Humberpeças. **www.humberpecas.pt**

AUTO RECAMBIOS CONTINENTE (Murcia y Alicante)

Cualquier acción que incentive la venta siempre en bien recibida y en este sentido el trabajo del Grupo es impecable y nos facilita enormemente las cosas. A nivel individual sería prácticamente imposible realizar acciones de este calibre.

Estas acciones son un acierto y siguen funcionando con la misma frescura de la primera edición. Además, son muy necesarias, especialmente en un año como 2020, en que nos han permitido “salvar los muebles”.

Todo nuestro equipo ha recibido estas acciones en 2020 con una especial motivación, aunque el menos en nuestra zona, en octubre los clientes no han sido tan receptivos, seguramente por la situación de nuestra Comunidad y loas diferentes acciones y confinamientos dictados desde el gobierno de la Comunidad.

José Antonio Fernández, gerente de Auto Recambios Continente

Destacamos el trabajo del Grupo y su capacidad de adaptación para ofrecernos las herramientas más adecuadas al momento tan difícil que hemos vivido en 2020.

www.autorecambioscontinente.com

¿QUÉ OPINAN LOS TALLERES DEL GRUPO ASER?

AUTO TALLERS F-3

(Vilafranca del Penedès, Barcelona)

Considero las acciones que desarrolla y nos traslada EMMS, desde el Grupo ASER, excelentes. Son muy positivas y me ayudan a cerrar operaciones y concretar presupuestos. Por supuesto, nosotros trasladamos estas acciones al cliente final, ya que entendemos que, de otra manera, pierden su efectividad. Con las campañas del Recambiazo y el Give Me Five, así como las bonificaciones que obtengo por la compra "on line", estoy funcionando bien con ellos.

Félix Roig Martín Lluís y Ferràn Martínez (Clientes de EMMS)

NEUMÁTICOS BARTOLO

(Alicante) Bartolomé Valverde, cliente de Recambios Jesús.

Las acciones promocionales que desarrolla ASER, y que a nosotros nos llegan a través de nuestro distribuidor Recambios Jesús, son muy atractivas para el taller, especialmente en 2020, en que nos han ayudado de manera muy especial en los meses de crisis y poco trabajo. Nosotros se las hacemos llegar siempre al cliente final y las reforzamos anualmente con el lanzamiento de nuestras ofertas. Si no las trasladásemos al cliente, estas acciones no tendrían demasiado sentido.

Tanto Give Me Five' como 'El Recambiazo' son acciones interesantes para proveedores, socios y los talleres que las siguen y perciben como positivas, un claro ejemplo dé cómo las dinamizaciones de mercado ayudan a lograr buenos resultados incluso en momentos de contracción económica como los que experimentamos en 2020 y este inicio de 2021.

AUTO RICARDO RODRIGUES

(Cucujães, Oliveira de Azeméis, Portugal)

Ricardo Rodrigues (Cliente de Humberpeças)

Las campañas son positivas y tienen ventajas que, como clientes, podemos aprovechar. Trato de maximizar la participación, registrando todas las compras en el sitio web de la campaña. Me parece interesante que la naturaleza de los premios sea diferente entre campañas.

En la relación directa con mis clientes, quizás las 12 Causas ASER tienen un impacto más inmediato, al enfatizar la importancia de la intervención y el mantenimiento preventivo. 'Recambiazo' y 'Give Me Five' promueven, de manera especial, nuestra relación con Humberpeças como nuestro proveedor. Para el taller

es positivo y ventajoso.

Las campañas de información como 'Las 12 Causas ASER', pueden ser un activo en la relación del taller con sus clientes. A pesar de las dificultades que estamos atravesando, tenemos que pensar en positivo. No tiene sentido tirar la toalla al suelo, la comunicación positiva y las campañas de ASER y Humberpeças nos ayudan a seguir adelante.

TALLERES BENAUTO (Murcia)

Pedro Sánchez Bravo (cliente de Auto Recambios Continente)

Las promociones y campañas que desarrolla ASER, a través de Continente, son muy atractivas y nos ayudan a diferenciarnos, especialmente durante 2020, en que la bajada de actividad ha sido importante. Tal vez el sistema de premios, mediante sorteo, de 'El Recambiazo' y el 'Give Me Five', no sea el más justo, pero los sorteos son así, y puede ganar el que más compra y el que menos lo hace.

En nuestro caso, todas las acciones las trasladamos a nuestros clientes, que son la base y la razón de nuestra empresa, y nos ayudan bastante, son muy positivas y los clientes las agradecen. Sin duda nos ayudan a diferenciarnos de nuestra competencia.