



# INTERPRETACIÓN DE LAS PRUEBAS DE AUTOMÓVILES EN LA PRENSA ESPECIALIZADA

## OBJETIVO

- Comprender/valorar las pruebas de automóviles publicadas por la prensa especializada
- Estar al día en tiempo real de las novedades tecnológicas y conocer la opinión de los expertos
- Complementar con la prensa especializada la información/formación de la Marca

## PROGRAMA RESUMIDO

Se explican los comentarios relacionados con la tecnología del automóvil más habituales realizados por los probadores, sacando las conclusiones comerciales para el cliente/lector:

- Par/potencia, desarrollos de transmisión, sobreviraje/subviraje (exigencias de conducción)
- Aerodinámica, estructuras de carrocería, dimensiones internas y externas
- Calidad de frenada, análisis de actuación de los sistemas electrónicos de seguridad activa
- También se exponen las mediciones características durante la prueba y su relación con las características del automóvil;
- Velocidad máxima, aceleración, recuperación ("reprís"), adelantamiento
- Distancias de parada, consumo de combustible
- Sonoridad, condiciones de la prueba, equipamiento, medidas y capacidades, comentarios particulares del probador, ....

## PRÁCTICAS

- Análisis de pruebas individuales y comparativas de Automóviles comercializados por la Marca, por cada persona y en grupo, contrastando después las conclusiones desde el punto de vista del cliente
- Valoración de los criterios de las pruebas en función del perfil del cliente de éste automóvil
- Elaboración de argumentaciones y contra argumentaciones complementarias a los resultados de las pruebas según la publicación

## MEDIOS

- Programas informáticos animados
- Imágenes de teoría y "prácticas"; curvas de par y potencia y diagramas de desarrollos de transmisión publicados
- Revistas de automóviles (Autopista, Motor 16, Km77, ...); con pruebas comparativas con su competencia de las gamas comercializadas por la Marca
- Libro del alumno (esquemas, textos resumen y espacio para anotaciones personales)

## DURACIÓN

14 horas, dos días (50% de "prácticas" con las publicaciones)

## **DESTINATARIOS**

- Vendedores de automóviles y Jefes de Ventas (no es determinante disponer de formación previa, pero se incrementa el rendimiento del aprendizaje si se cuenta con ella)
- Personas de los equipos de Marketing, Publicidad y otras áreas comerciales según el criterio de conocimientos del punto anterior

## **CONTROL DE CALIDAD**

- Test – repaso y autoevaluación. Preguntas de seguimiento y evolución del aprendizaje
- Encuesta de resultados y posibilidad de seguimiento post curso

## **COMENTARIOS Y OBSERVACIONES**

Las pruebas de nuevos modelos o tecnologías se publican antes de que salgan al mercado y los equipos comerciales hayan recibido la formación: es útil conocer lo que ya puede saber el cliente al que le gusta conducir y sigue la evolución del automóvil

Cuando un cliente decide comprar un nuevo automóvil, es frecuente que consulte la prensa especializada y/o pregunte a los que “saben” de su entorno, éstas personas habitualmente consultan la prensa especializada pudiendo influir sobre aquél

En muchos casos, a los vendedores de automóviles, y personas de los equipos comerciales afines (Marketing, Publicidad, ...), no les resulta fácil entender el contenido de las pruebas por falta de conocimientos técnicos y/o seguir el léxico utilizado por los periodistas – probadores, lo que hace que no utilicen éste excelente medio de información – formación, valorado como criterio objetivo por los clientes.

El presente curso ofrece la posibilidad de comenzar a explotar la prensa del motor, que con el paso del tiempo permitirá al vendedor que la siga estar en excelentes condiciones para argumentar y contra argumentar al mismo nivel de información a que puede acceder el cliente.