

Prensa Capgemini

[Paqui López/Ángeles García Molero](#)

Tel: +34(91)6577918-00

 [@Capgemini_ES](#)

 [Facebook.com/CapgeminiSpain](#)

***Capgemini lanza un nuevo Laboratorio de Ideas de Automoción
para ayudar a los fabricantes de coches a aprovechar las ventajas del Big Data y
mejorar la experiencia del cliente***

Madrid, 15 de enero de 2015 – [Capgemini](#), uno de los principales proveedores de servicios de consultoría, tecnología y outsourcing, ha anunciado el lanzamiento de su nuevo Laboratorio de Ideas de Automoción, como parte de su nueva oferta AutomotiveConnect. El nuevo laboratorio virtual digital ayudará a los fabricantes de coches a obtener valor de los datos para permitir una mejor experiencia del cliente en la compra de coches y en el servicio de posventa. Para ello, utilizará un equipo global y especializado de consultores, analistas y científicos de datos que recopilan y analizan minuciosamente los datos en tiempo real para proporcionar información sobre el cliente y predecir el comportamiento futuro del consumidor.

Klas Bendrik, Vicepresidente y CIO del Grupo Volvo Car afirma "Estamos cerca de una revolución del automóvil donde la tecnología en los vehículos y alrededor de estos impulsará y proporcionará oportunidades que nosotros apenas hemos empezado a considerar. Eventualmente, esto tiene el potencial de cambiar la forma en que los coches se conducen, se adquieren, se diseñan, se producen, se venden y se pagan. Los fabricantes del sector tienen que dejar de pensar en la venta de automóviles como una transacción momentánea y pensar más en forjar una relación de por vida con los clientes. La tecnología y la experiencia de otros sectores está en el corazón de cómo crecen y evolucionan las relaciones con el cliente. Las futuras soluciones de productos y servicios del sector de la automoción tendrán que cumplir requerimientos y expectativas mucho más altas tanto de los clientes, como de las autoridades y otras partes interesadas, en un mundo cada vez más rápido, más global, más sostenible y más conectado".

A través de las capacidades virtuales del laboratorio, se recopila información procedente de múltiples fuentes, incluyendo las tendencias macroeconómicas, hábitos geográficos y redes sociales, y se transforma en conocimientos prácticos que aportan información para la estrategia de negocio, y que permiten definir la oferta de servicios para los clientes e identificar nuevas oportunidades de negocio. En

los primeros programas con los clientes de automoción de distintas geografías¹, estas ideas han dado lugar a una mejora en el perfil de los consumidores y a la focalización, la renovación y fidelización, y a la optimización de las predicciones en lo referente a precios, demanda y reclamaciones durante el periodo de garantía:

- El ingreso por campaña incrementó por cuatro la mejora de la orientación al cliente.
- 10 por ciento de reducción de costes gracias a grupos de destinatarios más pequeños.
- La predicción de reclamaciones de garantía aumentaron su precisión más del doble.
- La conversión a ventas se ha duplicado o triplicado gracias a las acciones up-sell y cross-sell.

"El sector necesita mejorar su capacidad de combinar la inteligencia de los vehículos y los consumidores para producir ideas que pueden ser ejecutadas. Las empresas deberían de ser capaces, por ejemplo, de predecir cuando un consumidor busca cambiar su coche, y qué tipo de coche es propenso a comprar", explica Ramón Álvarez Torezano, Vicepresidente y Responsable de Experiencia de Usuario de Capgemini España. "Las empresas tienen que empezar a tratar los datos como el nuevo combustible que hace posible esta industria. Como el petróleo, los datos pueden ser difíciles de encontrar y extraer, pero se convierten en un activo de gran valor, una vez refinados".

El Laboratorio de Ideas de Automoción se ha desarrollado como una parte clave de AutomotiveConnect, el nuevo servicio de Capgemini para apoyar a los fabricantes y concesionarios de automóviles a responder a los cambios disruptivos en el comportamiento de los consumidores y a sus expectativas. AutomotiveConnect combina una gama de servicios digitales que abordan todo el ciclo de vida del cliente, centrándose en tres áreas específicas:

- **Ideas Conectadas:** respaldado por el nuevo Laboratorio, permite a las empresas obtener una ventaja competitiva mediante la producción de conocimientos que hagan posible habilitar las aplicaciones y servicios y fidelizar a los consumidores.
- **Cliente Conectado:** ayuda a los fabricantes a entender mejor a sus clientes mediante la comunicación de la forma que estos prefieran, y la individualización de las ofertas. Esto significa segmentar los datos a nivel micro, de forma que puedan ofrecer el canal correcto, para el consumidor correcto, en el momento adecuado - especialmente importante en los mercados en crecimiento y para los consumidores más jóvenes-.

¹ 10 pilotos a lo largo de India, China, Suecia, Reino Unido y Norteamérica

- **Vehículo Conectado:** ayuda a los clientes de automoción a encontrar la forma de convertir su coche en una extensión de su hogar o su oficina, lo que permite la comunicación entre las personas, coches y edificios en tiempo real.

Según Ola Kallenius, Miembro del Divisional Board de Mercedes-Benz: *"Estamos al principio de la utilización de los datos procedentes de los vehículos conectados en la industria de automoción. La integración entre lo digital y el mundo físico tiene que ser y será total"*.

"Nuestro [Informe Cars Online 2014](#), que analiza a 10.000 consumidores, confirma que el sector está dispuesto a dejarse influir por los hábitos de compra digitales y sociales, y muestra el claro deseo de conectividad por parte de los consumidores. Sin embargo, a día de hoy, es probable que el cliente sea atendido en el concesionario por un comercial sin conocimiento de su historia con la marca o de cómo el cliente llegó hasta ellos." concluye Alvarez Torezano. "Con nuestro Laboratorio de Ideas de Automoción y en general con el servicio AutomotiveConnect, hemos combinado nuestra amplia experiencia trabajando junto a algunos de los fabricantes de automóviles más conocidos del mundo, con nuestra experiencia en la transformación digital para permitir una experiencia de conducción más inteligente, que sabemos que los clientes demandan ahora y que tiene el potencial de revolucionar los modelos de negocio de los fabricantes en este sector".

Acerca de Capgemini

Con casi 140.000 empleados presentes en más de 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini alcanzó unos ingresos globales de 10.100 millones de Euros en 2013. Capgemini, en colaboración con sus clientes, crea y proporciona las soluciones tecnológicas y de negocio que mejor se ajustan a sus necesidades y que conducen a alcanzar los resultados deseados. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la [Collaborative Business Experience™](#), basada en su modelo de producción [Rightshore®](#).

Para más información: www.es.capgemini.com

Rightshore® es una marca registrada perteneciente a Capgemini