



ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Periodo: 2024

PROCESO: GESTIÓN POSVENTA	IDENTIFICACIÓN					ANÁLISIS				VALORACION		ESTRATEGIA PARA ABORDAR EL RIESGO		ESTRATEGIA PARA ABORDAR OPORTUNIDADES						ACCIÓN PARA ABORDAR EL RIESGO /LA OPORTUNIDAD (CONTROLES)	RESPONSABLE	SEGUIMIENTO		DESCRIPCIÓN ¿Cómo evaluar la eficacia de las acciones? (evaluar el cumplimiento del objetivo esperado, a través del cumplimiento de una meta)	EFICACIA (Mencione si la acción fue eficaz o no, y concluya el por qué)							
	RIESGO/OPORTUNIDAD					IMPACTO (GRAVEDAD)		PROBABILIDAD		NIVEL DE RIESGO		EVITARLO	ASUMIRLO	ELIMINARLO	NUEVAS PRÁCTICAS	NUEVOS SERVICIOS	NUEVOS MERCADOS	NUEVAS TECNOLOGÍAS	REDUCIR DEFERENCIA Y ASOCIACIÓN			CRONOGRAMA	EVIDENCIA-MEDICIÓN		CONCLUSIONES EFICACIA							
	Nº	R	O	DESCRIPCIÓN	FUENTE	PARTE INTERESADA INVOLUCRADA	PONDERACION	NIVEL	PONDERACION	NIVEL	VALOR (IMPACTO: PROBABILIDAD)														NIVEL	1er Semestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre			
Lograr la satisfacción y fidelización de los clientes mediante servicios de colación, mecánica, suministro de repuestos de genuinos con garantía brindando estándares de alta calidad.	1	X		Gestión ineficiente en las garantías (No tramitarlas y no facturarlas)	Hallazgo reportado por Líder de área	Cientes	2	MEDIO	2	MEDIO	4	MEDIO										1. Generar seguimiento a la gestión de garantías mediante muestreo aleatorios y verificación del proceso.	Directores Posventa	1. Plan de acción	Informe de auditoría de garantías Reporte de KPI cargue de garantías en plataformas por marca cobro de garantías por marca	Informe Generado por el Analista de Garantías	No es eficaz: No se cuenta con el informe	No es eficaz: No se cuenta con el informe	No es eficaz: No se cuenta con el informe, para el Q3 se recomienda generar el informe el cual debe ser analizado por los Directores PosVenta			
	2	X		No contar con la herramienta especializada requerida por la marca para la ejecución adecuada de los trabajos	PQR Auditorías de Marca	Director Posventa Jefe de Taller	2	MEDIO	2	MEDIO	4	MEDIO	X										1. Generar plan de compra y priorización de herramientas acorde al presupuesto asignado. 2. Depuración de herramienta	1. Gestión Adquisiciones 2. Jefe de Taller	De acuerdo a la fecha de aprobación gerencial	Inventario de herramienta especializada	Disminución de SNC asociadas a herramienta especializada	No es eficaz: No se autorizan los planes de inversión, se recomienda anualmente generar un plan de inversión	No es eficaz: No se autorizan los planes de inversión, se recomienda anualmente generar un plan de inversión	No es eficaz: No se autorizan los planes de inversión, se recomienda anualmente generar un plan de inversión		
	3	X		Valoración incorrecta de la recepción y entrega del vehículo	Visita de marca	Cientes, marcas, empresa	2	MEDIO	2	MEDIO	4	MEDIO	X										1. Seguir lineamientos de marca y procedimientos internos 2. Realizar inducción y reintroducción a los formatos y registros de control.	1. Asesor de Servicio 2. Director Posventa	Mensual	Informe mensual de NPS Muestréos Aleatorios	100% en la calificación de estándares de marca asociados a la recepción y entrega del vehículo	Es eficaz: Se realiza plan de acciones correctivas para cerrar los hallazgos identificados en las actividades de recepción y entrega del vehículo de acuerdo a los estándares de marca, con lo cual se logra una calificación aprobatoria de parte de la marca.	NO ES EFICAZ Q2: Se evidencia deficiencias en las calificaciones de satisfacción			
	4	X		No cumplir con las metas del presupuesto establecido para posventa	KPI Posventa	Cientes, marcas, Directores Posventa	3	ALTO	2	MEDIO	6	ALTO	X										1. Reunión semanal con el equipo posventa por marca 2. Implementación y análisis de registro seguimiento KPI's 3. Evaluación de resultados mensuales	1. y 2. Directores Posventa 3. Jefe Administrativa	1. Semanal 3. Mensual	KPIs Posventa	Cumplimiento del presupuesto establecido por Carrazos para cada marca	No es eficaz: No se logra alcanzar el objetivo del presupuesto dada las pocas entradas a taller.	NO ES EFICAZ: Aun no se ha implementado tablero de control			
	5	X		No ejecutar el plan de mantenimientos y metrología de equipos y herramientas por falta de recursos	Inspecciones de calidad Vistas de marca	Jefe de taller marcas, Directores Posventa	3	ALTO	2	MEDIO	6	ALTO	X										1. Realizar y ejecutar plan de mantenimiento y metrología de los equipos de posventa. 2. Realizar seguimiento de los mantenimientos por medio de preoperacionales	Jefe de Calidad	Semestral	1. Plan de mantenimiento equipos 2. Evidencia seguimiento	Cumplimiento de estándares metrologías de marca	No es eficaz: No se ha ejecutado el cronograma de mantenimiento y metrología dado que no hay responsable para esta área.	CUMPLIMIENTO CALIBRACION HERRAMIENTA SEDE PRINCIPAL 40% - CUMPLIMIENTO MANTENIMIENTO EQUIPOS SEDE PRINCIPAL: 33%			
	6	X		No se informa al cliente del procedimiento realizado al vehículo en el taller	Asesor de servicio	Cliente	2	MEDIO	2	MEDIO	4	MEDIO	X										1. Utilizar la plataforma IVVUO para comunicar en tiempo real en que se encuentra el proceso del vehículo de cada área . 2. Realizar registro fotografico de las actividades realizadas y enviar via whatsapp a los clientes 3. Realizar seguimiento del uso de la plataforma y envio de fotos 4. Para Mazda se implementa seguimiento en linea (septiembre)	1. Asesores de servicio y técnicos . 2. Asesor de servicios 2. Jefe de taller y Directores Posventa	Mensual	1. Evidencia de uso de plataforma 2. Evidencia de seguimiento	% Satisfacción del cliente en cuanto a información oportuna y clara del trabajo realizado a su vh	Es eficaz: Se esta realizando comunicación con el cliente sobre las actividades realizadas en el taller por medio de plataformas, whatsapp y telefono.	NO ES EFICAZ Q2: Se evidencia deficiencias en las calificaciones de satisfacción			
	1		X	Mejorar ingresos por mostrador mediante la articulación de subasta por medio de las aseguradoras	Comunicación con Aseguradoras	Director Posventa asesor de repuestos	NA	NA	NA	NA	NA	NA										1. Generar las subastas de acuerdo a las oportunidades del mercado y necesidades de las aseguradoras	Director Posventa	Trimestral	Indicador de ventas por mostrador	Aumento del índice de ventas por mostrador	Es eficaz: Para mazda se aumentó el porcentaje de venta por mostrador, y para las demas marcas se logró el convenio para venta de repuestos por aseguradora.	NO ES EFICAZ: Para Q2 no se ejecuta				
	2		X	Aprovechar los clientes posventa potenciales relictantes de redes sociales mediante la implementación de leads	Director Posventa Clientes Call Center	Director Posventa Clientes Call Center	NA	FALSO	NA	FALSO	# VALOR	# VALOR										1. Asignar los leads posventa a call center según marca 2. Gestionar y hacer seguimiento el leads en el tiempo estipulado de a estándares de marca 3. Reportar resultados gestión de leads por medio de drive Leads Posventa	1. Community Manager 2. Call Center 3. Community Manager	1 y 2. De acuerdo a ingreso de leads 3. Trimestral	Control de Leads Posventa GC-FOR-24	(#leads ingresados a taller/#de leads asignados)*100	No es eficaz dado que aunque se cuentan con 11 leads para Volkswagen, 2 de Mazda, 4 de Kia, 4 de motos, 4 de Subaru. Otras marcas 4, durante el trimestre, no se ha podido verificar el ingreso a taller de los mismos.	NO ES EFICAZ: Leads no gestionados se anexa informe de leads				

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	RESPONSABLES	CAMBIO
1	may-22	Líder de calidad	Elaboración del documento

2	ago-22	Líder de calidad	Verificación de eficiencia de las acciones
3	1/10/2022	Líder de calidad	Inclusión de riesgos 4,5 y 6
4	15/10/2022	Líder de calidad	Seguimiento eficacia de las acciones
5	6/12/2022	Líder de calidad	Se adiciona riesgo de retracción en la adquisición
6	15/03/2024	Coordinador de Sistemas de Gestión	Se agrega la columna "Fuente" y se modifica el seguimiento a la eficacia.