

Bruno Fritsch vendió más de 60 autos online con Oracle

La empresa implementó Oracle Commerce para permitirles a sus clientes pagar los autos en línea y optimizar el servicio al cliente y la obtención de leads.

Bruno Fritsch es una empresa chilena fundada en 1977 en Concepción. Se encarga de comercializar las marcas de automóviles Toyota, Lexus, Hyundai, Nissan, Jeep, Dodge, Ram, Fiat, Peugeot, Chrysler, Chery y Mahindra. Actualmente la empresa tiene más de 48 sucursales de venta de autos usados, autos nuevos y servicios de posventa en Santiago de Chile y en Concepción.

Los concesionarios de Bruno Fritsch, en medio de un proceso de transformación digital que iniciaron hace varios años, tenían la necesidad de conocer a sus clientes mucho más a través del e-commerce con el objetivo de reducir los desplazamientos hasta las sucursales. Es decir, la empresa buscaba facilitarle el proceso de compra de auto al usuario.

Se identificó que había un proceso de comunicación unidireccional en su página web: el usuario simplemente entraba para ver un catálogo y luego se desplazaba hasta la tienda física. Por eso Bruno Fritsch buscaba implementar una solución tecnológica que permitiera reservar o pagar los autos en línea, consultar servicios complementarios como los seguros o manutención del vehículo, resolver dudas de manera inmediata o incluso conocer opciones sobre financiamiento del mismo. Fue así como encontraron en Oracle Fusion Cloud Commerce el aliado perfecto para continuar con la transformación digital hacia las ventas en línea.

Bruno Fritsch escogió la solución de Oracle porque necesitaba un aliado brindara garantías de seguridad, ya que es un segmento de mercado que maneja millones de pesos y debe brindar garantías superiores a sus clientes. Además, Oracle le demostró a los concesionarios que podía brindarle un servicio cercano, con comunicación permanente para resolver cualquier problema, a través de la figura del Customer Success Manager.

Otro tema clave que llevó a Bruno Fritsch a elegir Oracle Commerce es que es una solución que se está actualizando permanentemente; no se quedará obsoleta y le permitirá a la empresa continuar a la vanguardia de las soluciones de e-commerce. “Veo que Oracle está innovando, que está cambiando, veo que está siendo disruptivo en muchos temas y eso a mí como empresa me genera una tranquilidad enorme de que vamos a trabajar con alguien que realmente se está adaptando a los cambios que están pasando”, aseguró Juan Dietert, gerente de marketing de Bruno Fritsch.



“ En el evento del Cyber Day fue el lanzamiento de nuestro e-commerce que implementamos con

Oracle. Durante los tres días que duró ese evento vendimos más de 60 autos y en las primeras tres horas del evento vendimos 10 autos. Eso nos deja muy tranquilos como empresa de que más de 60 personas están confiando en la compra de un auto usado de forma remota sin haberlo tocado ni haberlo visto”

Juan Dietert

Gerente de Marketing de Bruno Fritsch.

Lo ocurrido durante el Cyber Day 2020 en Chile le permitió a Bruno Fritsch identificar que la transformación digital en la que se embarcó la empresa junto con Oracle es el camino correcto. En solo tres días se vendieron más de 60 autos online. Fue una apuesta ambiciosa debido al monto que se maneja en la compra de autos. Sin embargo, surtió efecto gracias al respaldo de una marca tan fuerte como Bruno Fritsch. Fue un voto de confianza.

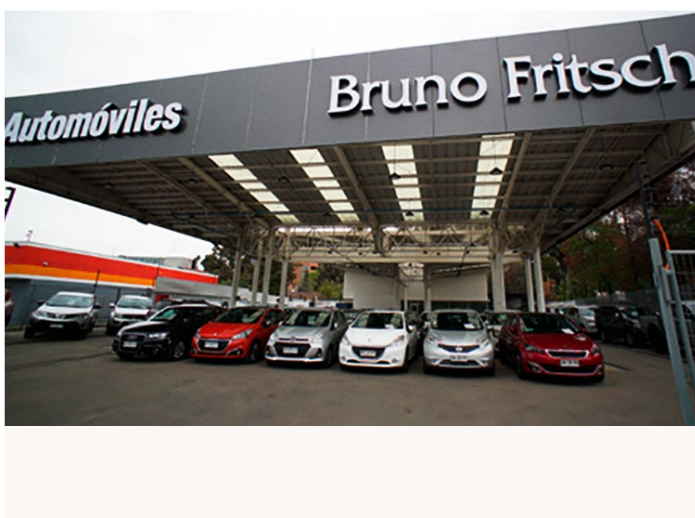
“ Veo que Oracle está innovando, que está cambiando, veo que está siendo disruptivo en muchos temas y eso a mí como empresa me genera una tranquilidad enorme de que vamos a trabajar con alguien que realmente se está adaptando a los cambios que están pasando”, aseguró

Juan Dietert

Gerente de Marketing de Bruno Fritsch.

Por otra parte, otro beneficio que ha traído la implementación de Oracle Commerce es que hoy el contact center de Bruno Fritsch opera de una forma mucho más ordenada y toda la información de los leads, clientes o prospectos que llega está siendo conducida y atendida correctamente. Estos beneficios han repercutido en el servicio al consumidor final, ya que ahora se logran solucionar sus dudas y se brinda un servicio más personalizado.

Bruno Fritsch visualiza un futuro en donde la venta de autos sea 100% online, desde la compra hasta recibirlo en la casa. Es una apuesta por un customer journey completamente digital, que, si bien es un reto, ya no parece tan lejano.



Oracle le demostró a Bruno Fritsch que podía brindarle un servicio cercano, con comunicación permanente para resolver cualquier problema, a través de la figura del Customer Success Manager.

Mantente conectado

facebook.com/oraclelatinoamerica

youtube.com/OracleLatinAmerica

linkedin.com/company/oracle

twitter.com/OracleLatam

blogs.oracle.com/oracle-latinoamerica

Habla con nosotros

[chat](#)

contacto-lad_co@oracle.com