

EL EFECTO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL NEGOCIO DE LOS ESTACIONAMIENTOS

(Fuente: viewparking.com)

Desde la segunda semana de marzo-2020 el Covid-19 se ha instalado en el planeta y la región. Nos encontramos transitando el segundo año de una situación inédita, aquí y en el mundo entero.

La situación de “cuarentena voluntaria/responsable” empieza a “sentirse normal” y actualmente sabemos que algunas acciones adoptadas durante estos 2 años van a extenderse un poco más de lo que imaginamos originalmente. Es difícil en esta situación identificar “las oportunidades que nos ofrecen las crisis”. Además, como responsables de Empresas debemos **dar un mensaje claro y mantener la motivación del equipo de trabajo; no es nada fácil.**

¿QUÉ ESTÁ PASANDO CON EL NEGOCIO DEL ESTACIONAMIENTO A NIVEL MUNDIAL Y REGIONAL?

- En la mayoría de las ciudades que están padeciendo la pandemia se ha liberado el estacionamiento en la vía pública.
- En varias ciudades del mundo, la mayoría de los hoteles han cerrado o minimizado su operación por falta de turistas o viajeros de negocios.
- Los estacionamientos de Edificios y Complejos están mucho más saturados por la poca movilidad de sus habitantes.

- En las ciudades, estados o países con reglas más duras de cuarentena de Europa y Las Américas, no se ha declarado a los negocios de Parking como No Esencial, si ha pasado con los gimnasios, restaurante, salas de cine, etc...
- Para el rubro de los estacionamientos, respecto al personal, la reducción horaria y envió al seguro de desempleo donde existe, se ha utilizado y se ha flexibilizado la normativa.
- El teletrabajo ha reducido el uso de estacionamientos de pago tanto de clientes por hora y tarifa plana (o eventuales) como para clientes mensuales (o de estadía recurrente).



¿QUÉ ESTRATEGIAS O DIFERENCIACIÓN SE ESTÁN APLICANDO Y SON PERCIBIDAS POSITIVAMENTE?

PERSONAL CAPACITADO Y UTILIZANDO ELEMENTOS DE PREVENCIÓN

Parece extraño, pero muy pocos parkings han implementado el uso de los elementos de prevención básicos (mascarilla, guantes y alcohol en gel). Es un diferencial fácilmente perceptible para el cliente y también para los empleados.

CAMBIAR EL HORARIO Y LA MECÁNICA DE LIMPIEZA

En general la limpieza de las oficinas e instalaciones de los estacionamientos se hace de noche. Cambiar el horario de limpieza para que se haga durante la jornada

laboral (entre las 8:00 y las 18:00 horas) y en repasando dos veces las zonas de mayor circulación de personas. Esta higienización ayuda a combatir la pandemia y también hace visible al cliente un esfuerzo ya existente.

ESPACIO POR MEDIO

Si cuenta con una cantidad de espacios importante y tiene bajo tráfico en estos días, implemente anular un lugar por medio, de forma tal que los vehículos y los usuarios mantengan una distancia física que ayude a implementar el distanciamiento sanitario recomendado.

DESCUENTOS EN LAS ESTADÍAS MENSUALES

Es importante aplicar un descuento y que esto quede debidamente documentado, porque al salir de la crisis el precio de la estadía volverá a la normalidad y hay que evitar la renegociación de este precio.

MAXIMIZAR EL USO DE LA ESTADÍA POR EL DÍA

Ofrecer al cliente por hora la estadía por el día, en ViewParking le llamamos PrePago del día, ayuda a incrementar la venta bajo la oferta de que el cliente podrá entrar y salir durante todo el día por un pago único.

PROMOVER EL PREPAGO DE VARIOS DÍAS CON DESCUENTOS

Es un mecanismo que permite retener parcialmente a algunos clientes que deciden darse de baja como cliente mensual.

BÚSQUEDA DE NUEVOS CONVENIOS U OPTIMIZACIÓN DE LOS EXISTENTES

Flexibilizar el uso de los convenios para atraer clientes en esta modalidad. Donde se le puede facturar a mes vencido y contra consumo con tarifas mejoradas.

FACILITAR OPCIONES DE PAGO A TRAVÉS DE MEDIOS NO TRADICIONALES

Hoy día muchos de los usuarios de estacionamiento están dispuestos a pagar por medios digitales a través del celular. Si bien esto tiene un costo (% que cobra el medio de pago), le brinda comodidad y una experiencia nueva al usuario del parking.

VENTA POR ADELANTADO CON VENCIMIENTO PREFIJADO

Si el cliente va a usar el parking poco, pero de forma recurrente, hace una compra de tiempo de estacionamiento que se va descontando con cada uso en un periodo de tiempo prefijado, por ejemplo, compra 100 horas de estacionamiento con vencimiento para dentro de 2 meses.

IMPLEMENTAR MEDIDAS CON FLEXIBILIDAD Y MEDIR CONTINUAMENTE

Todo esfuerzo de captación o retención de clientes debe ser medido y auditable. Es medianamente simple medir la pérdida de clientes, pero es muy importante medir los descuentos, tarifas especiales y medidas que usamos para saber cuánto vamos a recaudar y cuál es el costo financiero de dicho esfuerzo.

TECNOLOGÍA PARA MEDIR Y FACILITAR LA IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS

Muchas de estas medidas y otras que pueden estar usando requieren de un sistema de gestión que ayude a implementar las medidas, que la aplicación de las nuevas normas sean fáciles de implementar y medir.