



COMUNICATO STAMPA

AUTO, DEALERSTAT: LAND ROVER DA RECORD. E' LA CASA PIU' APPREZZATA DAI CONCESSIONARI, SEGUITA DA MINI E BMW. NESSUN MARCHIO ITALIANO NELLA TOP 20. VOLKSWAGEN IL MANDATO PIU' DESIDERATO DAI DEALER

(Verona, 21 maggio 2014). E' Land Rover la casa più apprezzata dai concessionari con un giudizio complessivo da 'record', seguita da Mini e BMW. A rivelarlo è l'anteprima dei risultati della DealerSTAT 2014, l'indagine annuale di Quintegia sul grado di soddisfazione dei concessionari nel rapporto con le case (32 marchi in totale), presentata oggi a Veronafiere nel corso dell'Automotive Dealer Day. Nello specifico, Land Rover guida per la prima volta la classifica con un gradimento complessivo superiore a 4 (mai registrato in 11 anni di indagine), Mini (2[^]) mette a segno 3,86 punti e BMW (3[^]) ne conquista 3,75. Restano saldamente nella Top 5 Lexus (3,70) e Volvo (3,66), mentre Porsche si piazza sesta con 3,65 punti. Dal canto suo Mercedes (10[^]) recupera 4 posizioni dall'ultima rilevazione - come Jaguar (11[^]) e Renault (12[^]) - e fa il suo primo ingresso fra i primi 10 classificati. E se Ford conquista l'8° posto dopo un 2013 in calo e Audi (14[^]) rientra tra i primi 20 dopo tre anni di assenza, continuano a restare fuori dalla Top 20 invece i marchi italiani.

Sul fronte del mandato più desiderato dai dealer, Volkswagen - per il terzo anno consecutivo - si riconferma al vertice con il 15% delle preferenze. Ma è ancora Land Rover la rete con i concessionari più fedeli (74%), scalzando Mercedes (69%), BMW (67%) e Ford, che con il 65% del gradimento raggiunge la quarta posizione, dopo aver condotto la classifica dal 2009 al 2012. Anche nelle diverse aree gestionali Land Rover spicca sui concorrenti: guida la Top 10 della redditività del nuovo (4), è il primo marchio su cui le aziende intendono puntare (4,81) e i suoi prodotti sono quelli più in linea con le esigenze dei clienti (4,74). Tuttavia nel 2014 si registra un'insoddisfazione generale dei dealer verso la redditività del nuovo (2,57 su 5) e la gestione vendite a flotte e aziende, dove solo la competitività dell'offerta raggiunge una valutazione media di 2,84 punti su 5. Raggiungono appena la sufficienza invece i giudizi sul programma usato (3,06/5) e quelli sulla capacità del management della casa di comprensione del mercato e gestione del business nel post-vendita (3,13/5).

"Dai risultati della DealerSTAT che presentiamo oggi in anteprima - ha detto Gabriele Maramieri, Chief Operating Officer di Quintegia - emerge comunque una crescita del valore di soddisfazione generale che raggiunge la sufficienza. Un risultato più che positivo visto che non accadeva dal 2004. Anche sul piano della fedeltà dei concessionari al brand - ha continuato Maramieri - emergono lievi segnali positivi rispetto allo scorso anno. Secondo i dati 2014 infatti diminuiscono i dealer disposti a uscire dal business (dal

24% del 2013 si passa al 20% attuale) e cresce la percentuale di quanti manterrebbero l'attuale mandato (35% contro 31% nel 2013). Di contro, 1 dealer su 3 sarebbe ancora propenso a cambiarlo. Per questo è necessario operare una riflessione attenta e avviare un dialogo costruttivo per migliorare il rapporto tra case e concessionari”.

DEALERSTAT VEICOLI COMMERCIALI: RENAULT AL 1° POSTO

Per il terzo anno consecutivo Quintegia ha rilevato il grado di soddisfazione dei dealer dei veicoli commerciali che vede Renault in testa alla classifica (3,62), seguito da Ford (3,54), stabile al secondo posto, e Mercedes (3,38). Complessivamente, su 10 marchi di veicoli commerciali rilevati, sono 6 i brand che raccolgono una valutazione positiva e superiore alla media Italia (3,21).

Nello specifico, si conferma elevata la soddisfazione verso i prodotti offerti (3,68 il risultato medio) e viene apprezzato il servizio post-vendita (3,33), soprattutto per l'efficienza nella gestione dei ricambi. Giudizi positivi anche per training (3,26), management (3,18) e disponibilità al dialogo (3,14). Mentre il gradimento è appena neutrale per quanto riguarda i servizi aggiuntivi e gli standard richiesti. Rimangono tuttora insufficienti alcune aree essenziali per il business, come la redditività del mandato (debole nel nuovo), le politiche di marketing e la remunerazione. Critiche le aree dell'usato (2,66) e della soddisfazione del cliente (2,89).

Per contatto

Ufficio stampa Automotive Dealer Day – Quintegia: InterCOM

Viviana Laudani 328.7993824 – comunicazione@agenziaintercom.it

Benny Lonardi 334.6049450 – direzione@agenziaintercom.it

Simone Velasco 339.5818511 – simovela@gmail.com