
Dealer/STAT 2005

La Soddisfazione dei Dealer



Giuseppe Volpato, Università di Venezia
Gabriele Maramieri, Automotive Dealer Day
Verona, 20 Aprile 2005

Perchè Dealer/STAT ?



- ➡ Dealer Satisfaction importante almeno quanto la Customer Satisfaction
 - La 'voce del dealer'
- ➡ Relazioni Casa-Concessionario fondamentali per la competitività
- ➡ Obiettivo: evidenziare criticità, aree di miglioramento e trend

Dealer/STAT



- ☞ Questionario con 53 domande
 - Copia nel book di Automotive Dealer Day a pag. 118
- ☞ Il lavoro
 - 5 mesi (incl. preparazione)
 - 3.500 email
 - 6.500 fax
 - 2.500 telefonate di verifica
 - 952 questionari raccolti
 - 50.000 dati

Oltre il 27% dei dealer italiani

Grazie !

32 Marchi esaminati

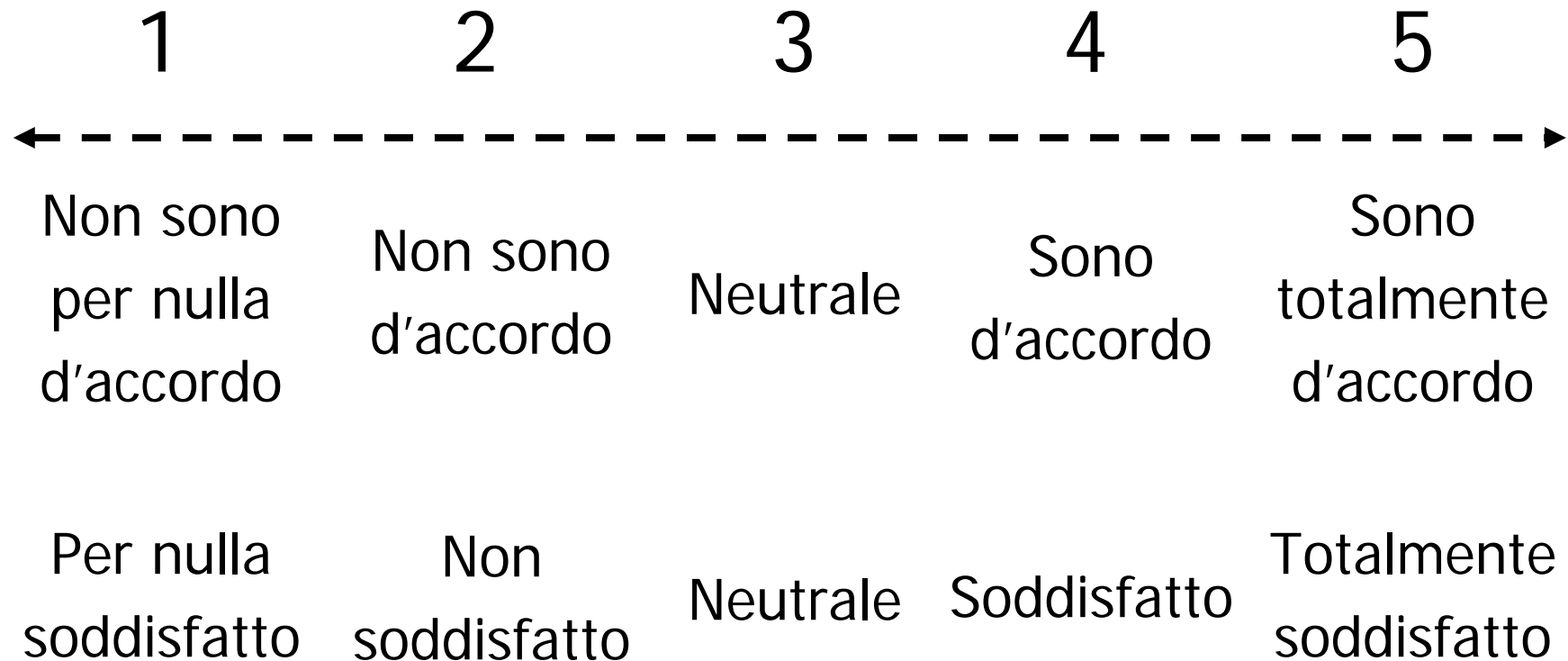


Risultati Dealer/STAT



- Presentazione dei risultati in forma aggregata e sintetica in occasione di Automotive Dealer Day
 - Sintesi disponibile su www.dealerday.it e disponibile dopo il Forum allo stand Dealer Day
- Offerta dei risultati completi e elaborazioni approfondite alle case automobilistiche interessate come nel 2004

Punteggi delle risposte





Dealer/STAT 2005

Valutazione Generale Italia

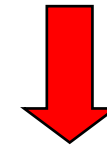
Giudizio su redditività e valore del mandato



1 2 3 4 5

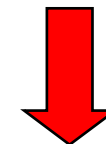
La redditività mandato è un buon investimento

2,56



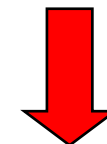
Il valore del mandato è aumentato ultimi 12 mesi

2,58



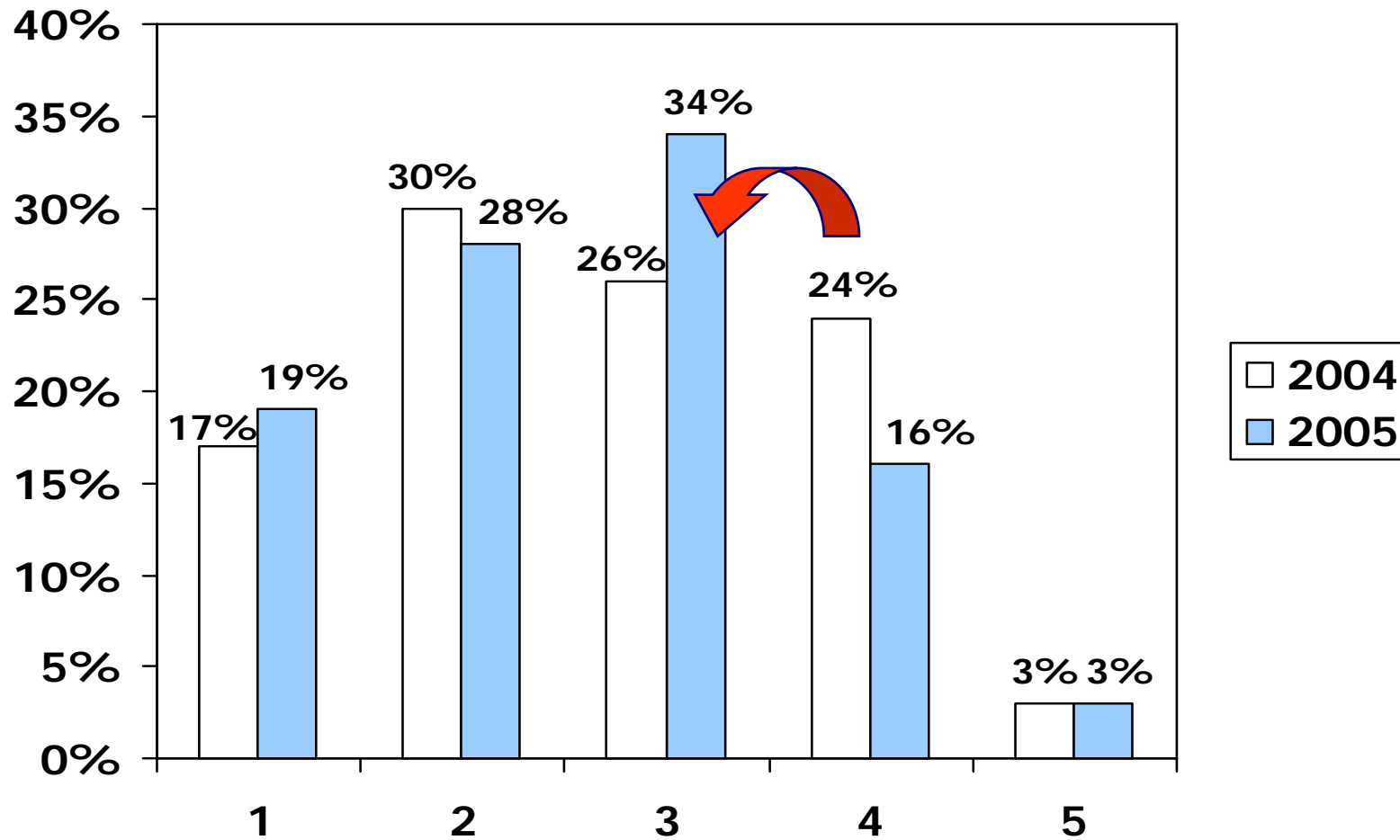
Il valore del mandato aumenterà nei prossimi 12 mesi

2,78

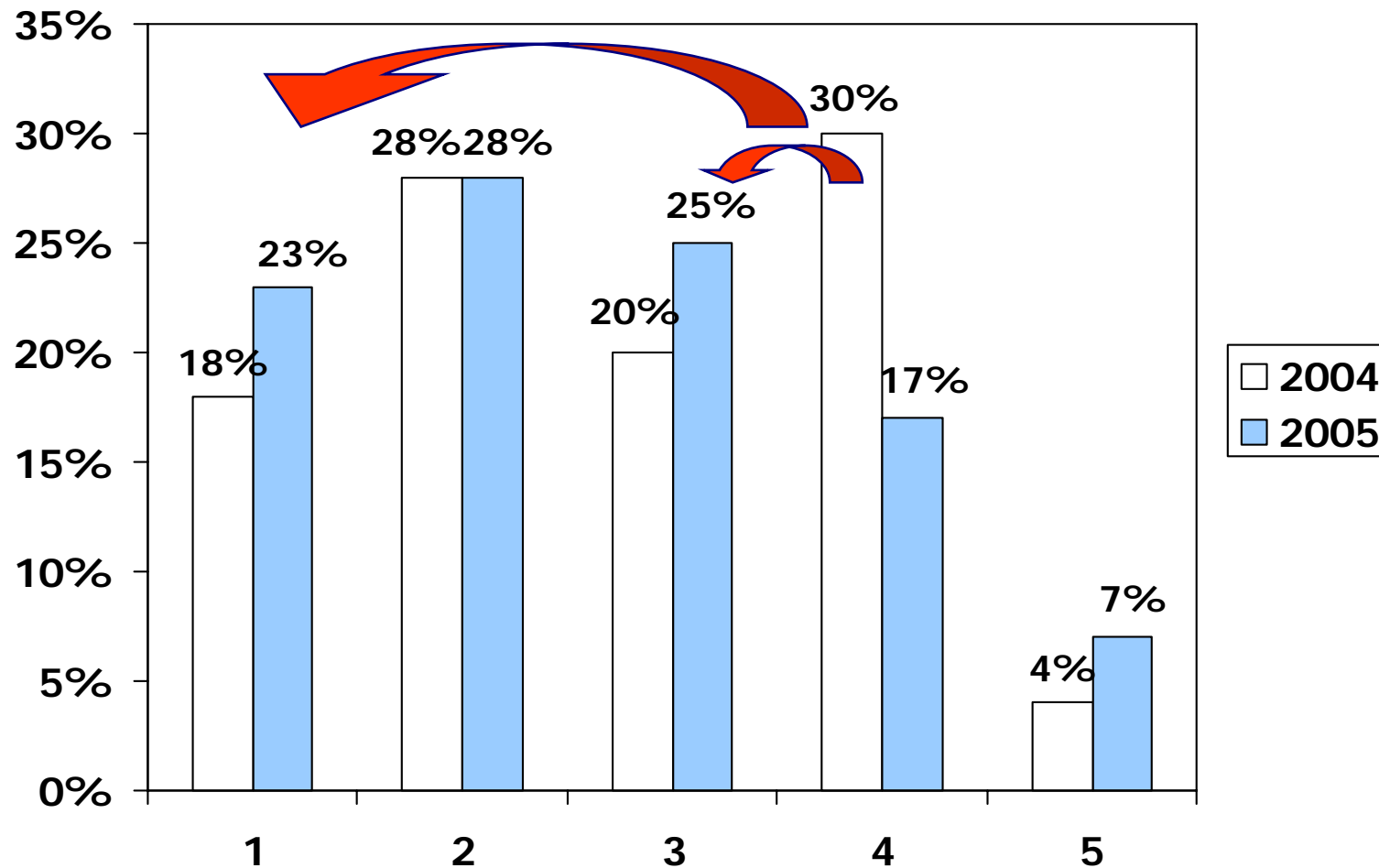


Fonte: Dealer/STAT 2005

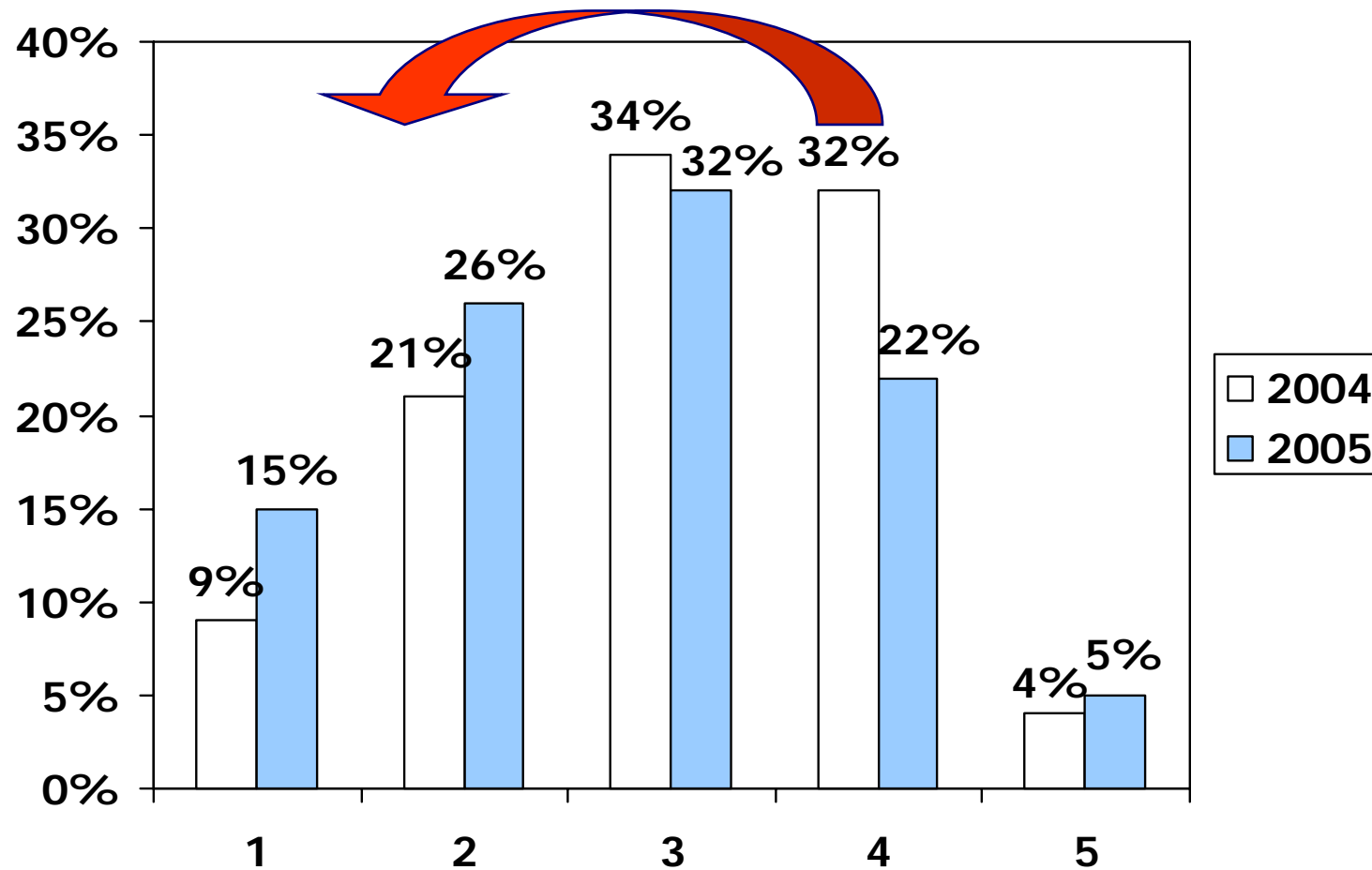
La redditività del mandato è un buon investimento



Il valore del mandato è aumentato negli ultimi 12 mesi



Il valore del mandato aumenterà nei prossimi 12 mesi



Indici sintetici



- ☞ Sono stati ricavati degli indici mediante l'aggregazione delle risposte relative ad ogni singola area gestionale

Cosa piace di più: aree con indici di valutazione > 3



Var. da '04 Min / Max

Prodotti	3,5	↓	2,66	4,37
Politiche distributive	3,5	↑ ↑	2,52	4,09
Servizio ricambi	3,3	↑	2,10	4,00
Servizi finanziari	3,3	=	2,31	3,69
Training assistenza	3,1	↓	2,56	3,67

Fonte: Dealer/STAT 2005

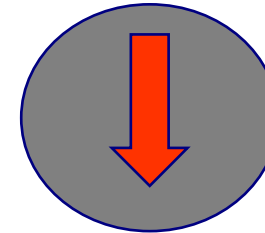
Cosa piace meno: aree con indici di valutazione < 3



		<i>Var. da '04</i>	<i>Min / Max</i>
Incentivazione	2,9	=	2,44 3,53
Training vendite	2,9	=	2,17 3,73
Sistema informativo	2,9	↓	2,26 3,63
Manager vendite	2,7	↓	2,23 3,44
Politiche di marketing	2,7	↓	2,05 3,55
Manager post-vendita	2,7	=	2,13 3,52
Programma usato	2,4	↓ ↓	1,76 3,97
Disp. acc. suggerimenti	2,3	=	1,66 2,90

Fonte: Dealer/STAT 2005

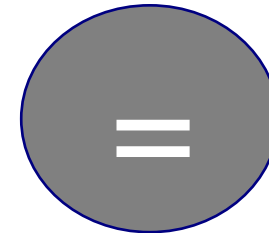
Approfondimento giudizi su sistema informativo



Semplicità ed efficacia	3,11
Supporto ricevuto dal costruttore	2,85
Integrazione con DMS ed altri software	2,58

Fonte: Dealer/STAT 2005

Approfondimento giudizi su servizi finanziari



Coerenza con le campagne promozionali	3,28
Tempestività nell'approvazione della richiesta di apertura di credito	3,11
Competitività rispetto all'offerta di mercato	2,92
Campagne pubblicitarie nazionali di sostegno ai servizi finanziari	2,92

Fonte: Dealer/STAT 2005



Dealer/STAT 2005

Valutazione per Marca



Alcune precisazioni

- ☞ L'indagine si basa su valutazioni dei responsabili delle aziende
 - Può darsi che in alcuni casi rispondano i più critici, in altri i più soddisfatti
 - Le valutazioni possono chiaramente risentire di effetti congiunturali
- ☞ Verranno evidenziati i marchi Top 16 per ogni indice

'La redditività del mandato è un buon investimento'



1	Porsche	4,22
2	Mini	3,63
3	BMW	3,50
4	Mazda	3,47
5	Kia	3,45
6	Chrysler-Jeep	3,40
7	Land Rover	3,28
8	Suzuki	3,20
9	Audi	3,12
10	Toyota	3,06
<hr/>		
11	Ford	2,94
12	Opel	2,85
13	Honda	2,78
14	Jaguar	2,73
15	Mercedes	2,64
16	Chevrolet	2,56

'Il valore del mandato è aumentato negli ultimi 12 mesi'



1	Kia	4,32
2	Mazda	4,26
3	Porsche	4,11
4	BMW	3,79
5	Mini	3,67
6	Toyota	3,35
7	Citroen	3,33
8	Chevrolet	3,24
9	Land Rover	3,22
10	Volvo	3,15
11	Suzuki	2,97
12	Opel	2,91
13	Audi	2,85
14	Honda	2,84
15	Ford	2,82
16	Hyundai	2,80

'Il valore del mandato aumenterà nei prossimi 12 mesi'



1	Kia	3,94
2	BMW	3,86
3	Mazda	3,79
4	Porsche	3,78
5	Chevrolet	3,65
6	Land Rover	3,44
7	Mini	3,44
8	Honda	3,42
9	Toyota	3,31
10	Suzuki	3,10
11	Volvo	3,07
12	Chrysler-Jeep	3,07
13	Opel	3,02
14	Ford	2,82
15	Peugeot	2,78
16	Saab	2,78

I prodotti più apprezzati



1	Toyota	4,37
2	Porsche	4,19
3	Mazda	4,18
4	Honda	4,10
5	BMW	4,09
6	Mini	3,91
7	Volvo	3,81
8	Hyundai	3,80
9	Opel	3,70
10	Kia	3,69
11	Skoda	3,67
12	Citroen	3,63
13	Suzuki	3,60
14	Jaguar	3,55
15	Ford	3,53
16	Audi	3,53

Politiche distributive (disponibilità e tempi di consegna)



1	Alfa Romeo	4,09
2	Volvo	3,93
3	Fiat	3,92
4	Mini	3,91
5	Saab	3,83
6	Lancia	3,81
7	BMW	3,76
8	Seat	3,76
9	Opel	3,75
10	Smart	3,75
11	Mercedes	3,68
12	Mitsubishi	3,64
13	Nissan	3,61
14	Honda	3,55
15	Ford	3,54
16	Chevrolet	3,50

Politiche di marketing

(iniziative marketing,
pubblicità, contributo
azioni locali dealer)



1	Mini	3,55
2	BMW	3,42
3	Ford	3,32
4	Saab	3,31
5	Mazda	3,16
6	Jaguar	3,14
7	Opel	3,05
8	Chrysler-Jeep	3,01
<hr/>		
9	Kia	2,97
10	Land Rover	2,96
11	Toyota	2,94
12	Chevrolet	2,93
13	Citroen	2,84
14	Volvo	2,84
15	Fiat	2,83
16	Honda	2,80

Incentivazione (chiarezza, equità, flessibilità)



1	Porsche	3,53
2	Mini	3,49
3	Kia	3,46
4	Opel	3,41
5	BMW	3,39
6	Land Rover	3,38
7	Ford	3,29
8	Chrysler-Jeep	3,28
9	Saab	3,22
10	Mazda	3,17
11	Suzuki	3,15
12	Volvo	3,07
13	Hyundai	3,03
14	Honda	3,01
15	Toyota	3,01
16	MgRover	2,99

Chi è più disponibile ad accettare suggerimenti?



1	Mazda	2,90
2	Ford	2,89
3	Porsche	2,87
4	Opel	2,86
5	Jaguar	2,85
6	Mini	2,83
7	Saab	2,56
8	Land Rover	2,54
9	Toyota	2,53
10	Volvo	2,53
11	Honda	2,52
12	BMW	2,52
13	Kia	2,49
14	Suzuki	2,40
15	Chevrolet	2,38
16	Alfa Romeo	2,34

Gradimento manager area vendite



1	Volvo	3,44
2	Porsche	3,33
3	Land Rover	3,31
4	Mini	3,27
5	Opel	3,24
6	BMW	3,21
7	Ford	3,16
8	Kia	3,09
9	Chrysler-Jeep	3,01
10	Jaguar	3,00
11	Saab	2,98
12	Mazda	2,97
13	Toyota	2,95
14	Rover	2,94
15	Suzuki	2,85
16	Honda	2,76

Gradimento manager nel post-vendita



1	Volvo	3,52
2	Porsche	3,33
3	Honda	3,32
4	Mini	3,25
5	BMW	3,17
6	Land Rover	3,11
7	Toyota	3,04
<hr/>		
8	Opel	2,96
9	Rover	2,94
10	Ford	2,93
11	Mazda	2,90
12	Jaguar	2,87
13	Mitsubishi	2,85
14	Mercedes	2,83
15	Suzuki	2,73
16	Peugeot	2,69

Gradimento training nella vendita



1	Ford	3,73
2	Porsche	3,67
3	BMW	3,62
4	Mini	3,51
5	Volvo	3,42
6	Saab	3,41
7	Land Rover	3,35
8	Chrysler-Jeep	3,24
9	Toyota	3,24
10	Mercedes	3,24
11	Jaguar	3,17
<hr/>		
12	Mazda	2,98
13	Peugeot	2,91
14	Fiat	2,86
15	Honda	2,86
16	Opel	2,85

Gradimento training nel post-vendita



1	Porsche	3,67
2	BMW	3,65
3	Volvo	3,65
4	Mini	3,53
5	Ford	3,46
6	Toyota	3,43
7	Mazda	3,37
8	Mercedes	3,33
9	Smart	3,28
10	Jaguar	3,27
11	Chrysler-Jeep	3,24
12	Land Rover	3,24
13	Saab	3,22
14	Opel	3,20
15	Honda	3,10
16	Mitsubishi	3,08

Il servizio ricambi più apprezzato



1	Volvo	4,00
2	Toyota	3,95
3	BMW	3,92
4	Mini	3,86
5	Honda	3,67
6	Renault	3,66
7	Skoda	3,60
8	Land Rover	3,56
9	Mercedes	3,55
10	Mazda	3,49
11	Opel	3,48
12	Chevrolet	3,44
13	Seat	3,44
14	Volkswagen	3,43
15	Smart	3,28
16	Audi	3,27

Il sistema informativo più apprezzato



1	Volvo	3,63
2	Land Rover	3,33
3	Mini	3,30
4	Honda	3,29
5	Renault	3,14
6	BMW	3,13
7	Ford	3,13
8	Porsche	3,11
9	Jaguar	3,10
10	Suzuki	3,07
11	Opel	2,98
12	Alfa Romeo	2,98
13	Saab	2,96
14	Toyota	2,96
15	Mazda	2,90
16	Seat	2,84

Chi è più soddisfatto del programma usato



1	Jaguar	3,97
2	Porsche	3,61
3	Mini	3,28
4	BMW	3,03
5	Volvo	3,01
<hr/>		
6	Ford	2,84
7	Honda	2,82
8	Peugeot	2,71
9	Chrysler-Jeep	2,62
10	Alfa Romeo	2,59
11	Toyota	2,58
12	Fiat	2,48
13	Mercedes	2,44
14	Renault	2,39
15	Saab	2,37
16	Chevrolet	2,35

Giudizio sui servizi finanziari offerti dalla casa



1	BMW	3,69
2	Mini	3,69
3	Chevrolet	3,50
4	Kia	3,49
5	Jaguar	3,37
6	Fiat	3,35
7	Renault	3,34
8	Toyota	3,27
9	Opel	3,26
10	Honda	3,19
11	Hyundai	3,18
12	Citroen	3,16
13	Rover	3,15
14	Lancia	3,13
15	Mitsubishi	3,10
16	Peugeot	2,98

Dealer/STAT 2005

Valutazioni finali



- ➡ Ponderazione di
 - Media ottenuta da tutte le risposte (peso 70%)
 - Domanda finale sulla valutazione complessiva del mandato (peso 30%)
- ➡ Nel complesso, secondo i giudizi dei dealer italiani...

Fonte: Dealer/STAT 2005

Dealer/STAT 2005

Top 16 (in ordine alfabetico)



Fonte: Dealer/STAT 2005

Dealer/STAT 2005

Mandati da 16' a 13'



13. 3,05



14. 3,05



15. 2,97



16. 2,95



Fonte: Dealer/STAT 2005

Dealer/STAT 2005

Mandati da 12' a 9'



9. 3,24



10. 3,17



11. 3,14



12. 3,06



Fonte: Dealer/STAT 2005

Dealer/STAT 2005

Mandati da 8' a 5'



5. 3,32



6. 3,27



7. 3,26



8. 3,24



Fonte: Dealer/STAT 2005

Dealer/STAT 2005

Mandati da 4' a 1'



1. 3,60



2. 3,58



3. 3,58



4. 3,34



Fonte: Dealer/STAT 2005



In conclusione

- ☞ Secondo i giudizi espressi, i dealer in media chiedono ai costruttori:
 - Più ascolto ai loro suggerimenti
 - Programma usato più efficace
 - Maggiore supporto alle attività di comunicazione locale
 - Maggiore redditività
 - Più marketing per l'assistenza

Fonte: Dealer/STAT 2005

Sintesi



- 👉 La sintesi dei dati verrà distribuita allo stand di Automotive Dealer Day

Dealer/STAT 2005



dealerstat @ dealerday.it