

## DealerStat: Volvo leader nella soddisfazione concessionari



Verona, 12 - È Volvo il marchio numero uno per il livello di soddisfazione dei concessionari. È quanto emerso dall'edizione 2011 di DealerStat, studio nato nel 2004 come esercizio di ricerca indipendente promosso da Quintegia e con la collaborazione di docenti dell'Università Ca' Foscari di Venezia. L'indagine è rivolta ai titolari di tutte le aziende concessionarie in Italia che rappresentano almeno un brand tra i 36 esaminati attraverso un contratto di vendita autorizzato. Il campione degli intervistati è pari al 40% dei dealer italiani ed è rappresentativo della realtà nazionale.

In una scala di giudizi che va da 1 a 5, Volvo ha dunque ottenuto la miglior valutazione con un punteggio di 3,64. La Casa svedese non soltanto è balzata in testa a questa speciale classifica, ma rispetto agli anni scorsi è stata quella che ha registrato il maggior tasso di crescita, insieme a Lexus. Il marchio di lusso del Gruppo Toyota si è portato in seconda posizione con un punteggio di 3,61, mentre l'ex leader Ford è retrocessa sul terzo gradino del podio fermandosi a 3,59. Considerando che l'indagine DealerStat fissa a 3 il valore che rappresenta la soglia di neutralità (la media italiana è 2,92), sono altre dodici le Case auto ad aver conquistato la sufficienza (nell'ordine Nissan, MINI, Porsche, BMW, Chevrolet, Land Rover, Toyota, Kia, Subaru, Opel, Mercedes e Skoda). La top twenty è completata da costruttori che non hanno raggiunto il 3 (Dacia, Jaguar, Suzuki, Renault e Volkswagen). Da segnalare il ritorno nella top 20 di Toyota e Mercedes, mentre VW è riuscita nell'impresa per la prima volta.

Molto importante, sempre nell'ambito dell'indagine DealerStat, è il cosiddetto "Mandato Desiderato". I dealer sono chiamati a rispondere al quesito "Potendo ripartire da zero in

questo business, quale mandato sceglierebbe?". La percentuale di intervistati che si dichiarano intenzionati a proseguire con l'attività imprenditoriale già intrapresa è pari al 59%, di cui il 27% riferita a dealer che ripartirebbero con il proprio marchio e il 32% riferita a coloro che opterebbero per altri mandati. Continua a scendere (dal 35% del 2009 all'attuale 21%) la percentuale di chi, potendo ripartire da zero, uscirebbe dal business. Il mandato più desiderato del 2011 è della Ford con un 15% di segnalazioni sul totale (in questo caso seguono Volkswagen, Audi, Nissan e BMW). La stessa Ford si conferma per il secondo anno consecutivo il brand leader nella fedeltà al marchio. In sostanza, il 69% degli interpellati compresi nei FordPartners ha indicato ancora Ford come mandato da scegliere in caso di ripartenza da zero. Bene anche Nissan (66%) e BMW (55%).

Analizziamo ora le numerose variabili presenti nel questionario e le Case che sono risultate al comando in ciascuno dei tredici indici scelti. Redditività e valore del mandato: Nissan. Prodotto: Lexus. Politiche di marketing: Ford. Sistemi di incentivazione: Volvo. Disponibilità al dialogo: Lexus. Management vendite: Volvo. Management post-vendita: Volvo. Training vendite: Ford. Training post-vendita: Volvo. Servizio ricambi: Toyota. Sistema informativo: Lexus. Programma usato: Volvo. Servizi finanziari: Nissan.

Infine, un tema fondamentale nel rapporto tra dealer e clientela è rappresentato dalle iniziative dei primi verso ambiente ed ecologia. A giudizio degli intervistati, i marchi che più hanno saputo trasferire al cliente i valori di attenzione all'ambiente (legati al prodotto, ai consumi e a specifiche azioni di eco-sostenibilità) sono nell'ordine Lexus, Renault, Toyota, BMW, Volvo, Smart e MINI. (Atk)

### Target BMW: 50 mila auto in India nel 2020



New Delhi, 12 - Il segmento premium sta crescendo velocemente anche in India e BMW vuole consolidare la leadership locale nei confronti di Mercedes e Audi. La Casa bavarese sta pensando di lanciarvi la MINI e si è posta l'obiettivo di incrementare le vendite indiane a 50 mila unità entro il 2020. Attualmente, BMW assembla 10 mila esemplari l'anno nell'impianto di Chennai. (78547Atk)

### Mitsubishi si rafforzerà nei mercati emergenti



Tokyo, 12 - Mitsubishi vuole essere pronta alla sfida futura nei mercati emergenti. Ha inviato in quelle regioni delegazioni di ingegneri specializzati nella produzione e nel controllo della qualità. Ha in sostanza creato quella che la stessa Casa chiama "banca delle risorse umane" che comprende fino a 100 dipendenti. Coinvolte soprattutto le fabbriche in Thailandia, Cina e Brasile. (78549Atk)

### Una Prius plug-in consegnata a LeasePlan



Roma, 12 - Nell'ambito del programma di test che LeasePlan sta organizzando per avere una flotta sempre più ecologica, Toyota le ha consegnato un esemplare della Prius plug-in che esordirà sui mercati nel 2012. La ibrida ricaricabile può viaggiare per circa 20 km e ad una velocità di 100 km/h in modalità esclusivamente elettrica dopo una semplice ricarica di due ore. (78550Atk)

### Volvo testa la V60 ibrida plug-in a Berlino



Bologna, 12 - In occasione dell'11° Michelin Challenge Bibendum di Berlino (18-22 maggio), Volvo effettuerà il primo test ufficiale su strada dell'esclusiva V60 ibrida plug-in. In prova anche le già più collaudate C30 Electric e V50 DRIVE. La V60 plug-in è equipaggiata con un 5 cilindri turbodiesel 2.4 da 215 CV abbinato ad uno elettrico da 70 CV alimentato da batterie agli ioni di litio. (78551Atk)

### Ford prova la Focus ST in Europa ed USA



Colonia, 12 - In attesa del lancio programmato per il prossimo anno, Ford sta sottoponendo la nuova Focus ST a prove di sviluppo dei prototipi pre-produzione in Europa (vecchio circuito del Nürburgring) e in USA (sulle strade californiane). La Focus ST si confermerà una vettura superprestazionale grazie all'adozione di un aggiornato motore 2.0 EcoBoost da 250 CV, anche più ecologico. (78552Atk)

### In crescita i ricavi Isuzu nell'anno fiscale



Tokyo, 12 - Ottimo bilancio annuale per Isuzu. Il costruttore nipponico specializzato in truck ha chiuso il 2010/11 realizzando ricavi in crescita del 31,5% a 1.420 miliardi di yen. Bene gli utili netti ed operativi, saliti rispettivamente a 51,6 e 88,22 miliardi. (78548Atk)