

Svelati i vincitori della DealerSTAT 2009

Del 13/05/2009 - 18:45:00, in Automotive Academy

Abbondanza di prodotto, riduzione dei margini, costi e standard crescenti, rappresentano solo alcuni degli effetti che premono sulla sostenibilità dell'intero sistema della distribuzione automobilistica. La soddisfazione dei dealer appare pertanto sempre più importante al punto che ormai è diventata un termometro essenziale per le case costruttrici a fianco della soddisfazione del cliente finale.

Giunta alla sesta edizione, l'indagine DealerSTAT, realizzata da Quintegia in collaborazione con i docenti dell'Università Ca' Foscari di Venezia, consente di tracciare un quadro dello stato della relazione tra case e reti, individuando punti di forza e di debolezza, fornendo al contempo spunti per eventuali azioni di miglioramento.

Secondo Gabriele Maramieri, Project Manager di DealerSTAT, i concessionari italiani non si dichiarano ancora sufficientemente soddisfatti del rapporto con la casa automobilistica, l'indice di soddisfazione generale raggiunge infatti solo quota 2,88 (in una scala da 1 a 5 dove 3 rappresenta il valore neutrale), rimanendo pressoché invariato rispetto agli anni precedenti. Inoltre, a conferma di una situazione difficile, alla domanda rivolta al campione di oltre 1.150 concessionari "Ripartirebbe nuovamente con questa attività imprenditoriale?", addirittura il 35% degli intervistati dichiara di preferire l'uscita dal business. Ma vi sono comunque aspetti che raccolgono giudizi positivi. Tra le aree che vedono i dealer più soddisfatti figurano il prodotto offerto e il sistema di distribuzione ricambi, seguiti dalle politiche distributive (cioè le modalità di allocazione ed i tempi di consegna) e dal training assistenza, per il quale si continua a registrare un trend positivo. Le aree di maggiore insoddisfazione si mantengono invece il programma usato, in termini di efficacia del marchio del programma per la clientela, delle metodologie e delle garanzie associate, e la disponibilità da parte del costruttore ad accogliere i suggerimenti dei dealer, in particolare in relazione alle proprie attività, allo sviluppo ed alle campagne pubblicitarie a sostegno del prodotto. Cala anche il gradimento nei confronti dell'indice redditività e valore del mandato, sia con riferimento alla valorizzazione negli ultimi 12 mesi sia come riflesso delle aspettative future.

Per quanto riguarda la realtà dei marchi, sono interessanti alcune conferme come quella di Ford, in vetta al ranking per soddisfazione dei dealer da ormai quattro anni con la vittoria del premio DealerSTAT 2009, e di Audi, che quest'anno vince la classifica per il mandato più desiderato dai concessionari italiani appannaggio l'anno scorso della Toyota Motor Italia.

[Scarica la prima parte del fascicolo con tutti i risultati marca per marca](#)

[Scarica la seconda parte del fascicolo con tutti i risultati marca per marca](#)