

La satisfacción con el servicio automotriz para el cliente mexicano mejora mientras que el negocio para los distribuidores autorizados disminuye, de acuerdo con J.D. Power

Mazda es la marca mejor evaluada en el mercado de volumen mientras que MINI es la marca mejor evaluada en el mercado de lujo.

CIUDAD DE MÉXICO: 30 de octubre de 2020 – Mientras que la satisfacción del cliente mexicano con la experiencia en el taller de servicio aumenta por cuarto año consecutivo, los distribuidores autorizados mantienen una pérdida constante de dueños de vehículos en garantía hacia los talleres independientes, de acuerdo con el estudio de Satisfacción con el Servicio (CSI Study,SM) 2020 de J.D. Power publicado el día de hoy.

“La venta de vehículos nuevos disminuirá este año, así que será crítico para el distribuidor autorizado tomar las acciones necesarias para mantener y atraer clientes a su taller de servicio en lugar de que vayan a talleres independientes” dijo **Gerardo Gomez, Director General y Country Manager en J.D. Power de México**. “Existe una disminución significativa de clientes que acuden al taller autorizado durante los primeros tres años de propiedad. Tan solo en el primer año, el 11% de clientes ya prefiere llevar su vehículo a un taller independiente, y se dispara a un 20% durante el tercer año de propiedad. Los distribuidores autorizados que realicen los cambios necesarios e incrementen los niveles de satisfacción y retención de sus clientes de servicio también podrán incrementar sus ingresos económicos”.

El estudio, que ya se encuentra en su sexto año, está basado en un análisis profundo de la experiencia de servicio automotriz de los dueños de vehículos de entre 1 y 3 años de propiedad, y evalúa la satisfacción del cliente con el taller autorizado de la marca de su auto, examinando cinco factores clave (en orden de importancia): calidad del servicio (25%); iniciación del servicio (24%); asesor de servicio (20%); proceso de entrega (16%); e instalaciones de servicio (16%). La satisfacción se calcula en una escala de 1,000 puntos.

A continuación, los hallazgos más importantes del estudio 2020:

- **Los clientes no están recibiendo explicación del costo:** Aun cuando la mayoría de los clientes está recibiendo una explicación de los trabajos realizados en el vehículo, el 31% no la está recibiendo. Cuando además de no explicarles los cargos el papeleo final toma más de 17 minutos, el índice de satisfacción disminuye en 168 puntos. Los distribuidores autorizados tienen una importante oportunidad de incrementar la satisfacción de sus clientes si invierten tiempo explicando los cargos de los trabajos realizados, idealmente en 9 minutos o menos.
- **La bienvenida del asesor de servicio es clave:** Solo el 39% de los clientes dijo haber sido recibido por su asesor de servicio en dos minutos o menos al llegar al taller. Cuando los asesores realizan esta acción tan simple, el índice de satisfacción se incrementa en 49 puntos.
- **Confirmando la importancia del asesor de servicio:** Si el asesor es quien se encarga cobrar los cargos por el servicio, estos se perciben más claros y justos, resultando en un incremento de 19 puntos de índice. Por otro lado, los asesores son más lentos en este proceso que “la caja”; por lo que incrementar la eficiencia de los asesores de servicio durante el papeleo, incluyendo el cobro, podría contribuir con índices más altos de satisfacción.

- **Vehículos más antiguos son una oportunidad perdida:** Una vez que la garantía del vehículo se termina (típicamente después del tercer año), las visitas a talleres de servicio tienden a incrementar hasta 3.5 veces al año en promedio para aquellos vehículos con alrededor de 10 años de antigüedad. Sin embargo, el 71% de dueños de autos con 10 años de antigüedad acudirán a un taller independiente en lugar del taller autorizado de la marca. Es importante destacar que, contrariamente a la percepción del mercado, los distribuidores autorizados tienden a cobrar un 18% menos en reparaciones en comparación con talleres independientes. Corregir este estereotipo puede generar oportunidades de negocio adicionales a los distribuidores autorizados.
- **Se prefieren las llamadas telefónicas, pero la intención de usar aplicaciones de mensajes incrementa:** Mientras que el 45% de los clientes mexicanos del servicio automotriz prefiere programar su cita de servicio por teléfono, existe un grupo importante y en crecimiento de clientes que preferirían agendar su cita mediante mensajes de texto o alguna aplicación de mensajería. Esta preferencia ha aumentado de un 10% en 2019 a un 15% en 2020.

Las Marcas Mejor Evaluadas.

En el mercado de volumen, **Mazda** obtiene la evaluación más alta en satisfacción general con 881 puntos. **Toyota** (853) se posiciona como la segunda mejor evaluada, y **Jeep** (849) como la tercera.

En el mercado de lujo, **MINI** obtiene la evaluación más alta en satisfacción general con 891 puntos. **Mercedes-Benz** (863) clasifica en segunda posición.

El estudio de satisfacción del cliente de servicio en México 2020 está basado en las evaluaciones de 5,961 entrevistas con dueños de vehículos nuevos de entre 12 y 36 meses de propiedad. Las encuestas del estudio se realizaron entre abril y septiembre de 2020.

J.D. Power es líder a nivel mundial en el conocimiento del consumidor y en servicios de asesoramiento y análisis de información. Esto permite a J.D. Power ayudar a sus clientes a impulsar la satisfacción de sus consumidores y el crecimiento y la rentabilidad de sus empresas. Establecida en 1968, J.D. Power tiene oficinas en Norteamérica, Sudamérica, Asia Pacífico y Europa.

Contactos de Relaciones Públicas

Fabiana Duran; Ciudad de México; +52 55 1012 0885; fabianaduranp@gmail.com

Omar Pellon; Ciudad de México; +52 55 7940 9174; omar.pellon@jdpa.com

Geno Effler; U.S.A.; 714-621-6224; media.relations@jdpa.com

Acerca de J.D. Power, Publicidad/Reglas de Promoción: www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info

###

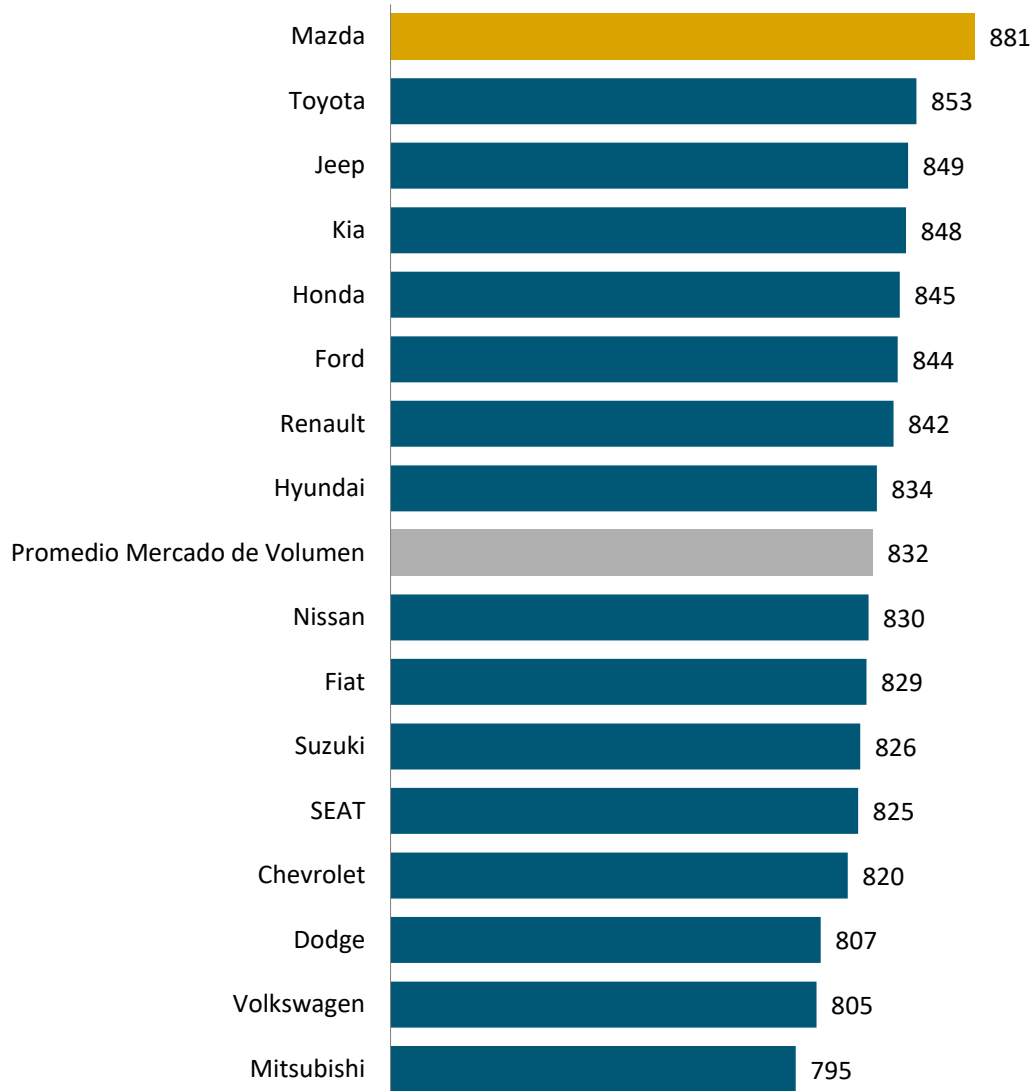
NOTA: Dos gráficas a continuación.

J.D. Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Servicio México 2020 (CSI)SM

Resultados de satisfacción con el proceso de servicio – Marcas de Volumen

(Escala de 1,000 puntos)



Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio 2020 (CSI)SM

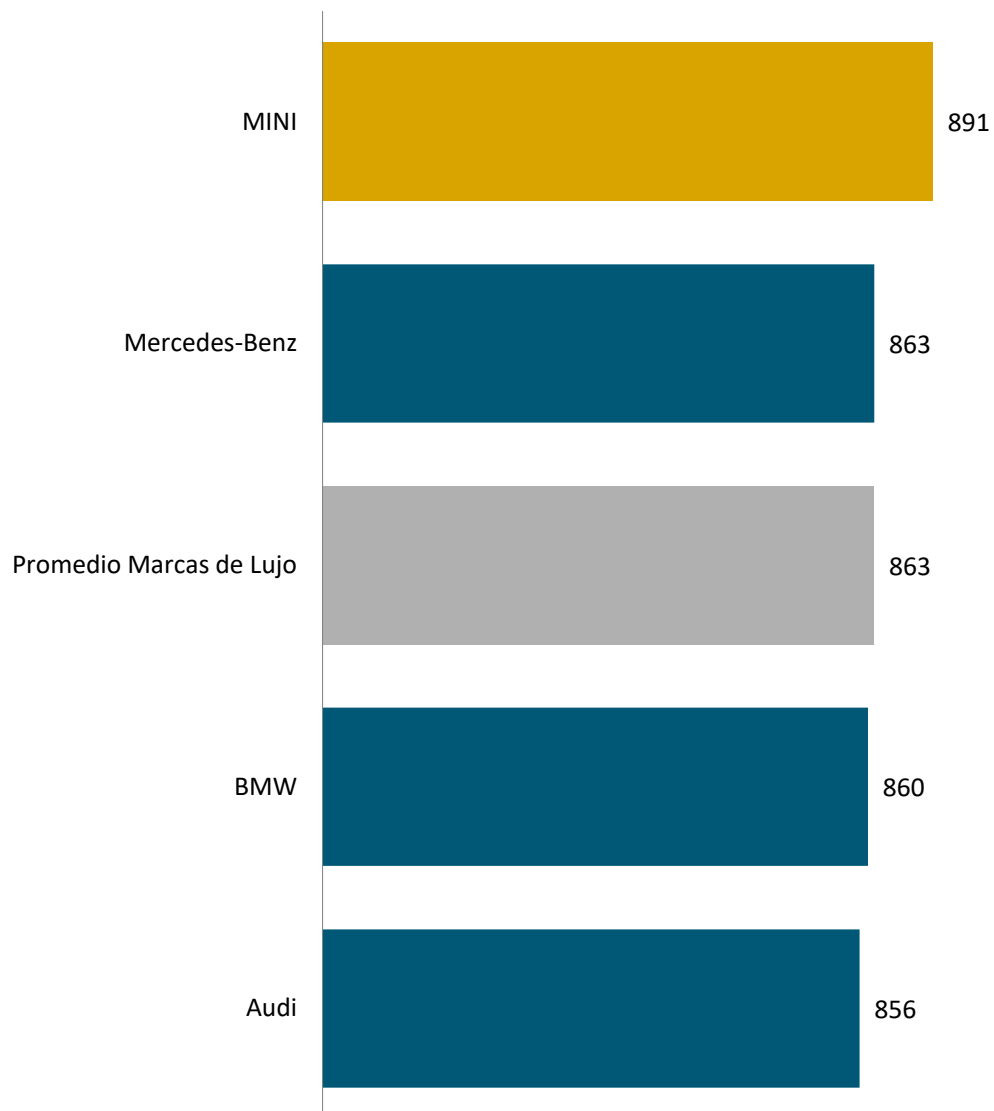
Las tablas y las gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañados por una declaración identificando a J.D. Power como el editor y al estudio como la fuente de información. Los listados de marcas se basan en calificaciones numéricas y no necesariamente en el grado de significancia estadística. Se prohíbe la utilización de la información de este estudio y sus resultados para efecto publicitario y/o promocional sin el consentimiento escrito de J.D. Power.

J.D. Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Servicio México 2020 (CSI)SM

Resultados de Satisfacción con el Proceso de Servicio – Marcas de Lujo

(Escala de 1,000 puntos)



Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio 2020 (CSI)SM

Las tablas y las gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir acompañados por una declaración identificando a J.D. Power como el editor y al estudio como la fuente de información. Los listados de marcas se basan en calificaciones numéricas y no necesariamente en el grado de significancia estadística. Se prohíbe la utilización de la información de este estudio y sus resultados para efecto publicitario y/o promocional sin el consentimiento escrito de J.D. Power.