

Los procesos digitales de venta de vehículos nuevos del país deben evolucionar, de acuerdo con J.D. Power.

Toyota es la marca mejor evaluada por sus clientes en el estudio de Satisfacción con el Proceso de Ventas en México 2021.

CIUDAD DE MÉXICO: 17 de mayo de 2021 - Compradores de vehículos nuevos en México estuvieron satisfechos con la experiencia de venta en los distribuidores durante el pico de la pandemia, pero estuvieron menos satisfechos con la experiencia digital que involucra la visita al sitio web de la marca y/o del distribuidor, así como los trámites y el papeleo, según el estudio de Satisfacción con el Proceso de Ventas (SSI) en México 2021 de J.D. Power publicado el día de hoy. Como ejemplo, la satisfacción del cliente baja 105 puntos (en una escala de 1,000 puntos) cuando el comprador tiene problemas para encontrar el precio del vehículo en la página web en comparación al comprador que no tiene este problema.

“Cuando el 40% de los compradores identifican algún problema con el precio en la página de la marca, resalta un área de oportunidad que las marcas deben abordar rápidamente,” mencionó **Gerardo Gómez, director general de J.D. Power México**. “Actualmente, los compradores dicen estar satisfechos visitando el distribuidor, pero muchos de ellos buscan una alternativa digital para facilitar partes del proceso de compra de un vehículo. El no reconocer esto y fallar en tomar medidas correctivas, tendrá un impacto negativo en las ventas y retención de clientes.”

El estudio, rediseñado en 2021, revela que los distribuidores tomaron medidas decisivas al inicio de la pandemia para adaptarse a las necesidades del cliente al visitar sus instalaciones. En el peor momento de la pandemia, el 94% de los compradores aún visitaba físicamente el distribuidor. La mayoría de las visitas en persona fueron para ver el vehículo (87%) y/o completar papeleo (77%). “Esto refuerza la necesidad de las marcas y de los distribuidores en garantizar una visita segura y eficiente para el cliente, pero también demuestra la necesidad de implementar procesos digitales que ofrezcan al cliente alternativas para quedarse en casa y poder llevar a cabo su proceso de compra,” dijo Gómez.

Algunos de los principales hallazgos del estudio de este año:

- **Los distribuidores de marcas de lujo cumplen mejor las expectativas del cliente:** los compradores de vehículos del segmento de lujo se encuentran más satisfechos en los seis factores que evalúa el estudio, con un índice de satisfacción de 894 puntos. Este resultado es 26 puntos más alto que el de las marcas de volumen, y 25 puntos más alto que los compradores de vehículos comerciales (pick-ups y vans).
- **Los especialistas de producto aumentan la satisfacción del cliente:** la satisfacción aumenta 29 puntos cuando existe interacción con un especialista de producto durante la experiencia de compra a diferencia de cuando se interactúa también con el asesor de ventas. Sin embargo, esto solo ocurre el 25% de las veces. Cuando el asesor de ventas

no está involucrado en el proceso de compra la satisfacción aumenta 37 puntos. Los distribuidores deben de fomentar el involucramiento de especialistas de producto durante el proceso de compra para mejorar la experiencia del cliente. El estudio demuestra que los asesores de venta pueden mejorar la experiencia de compra al respetar el tiempo del cliente, hacer uso eficiente de la tecnología y tener una comunicación efectiva.

- **Precio y confiabilidad como razones principales para evitar una marca:** al comprar un vehículo nuevo, 51% de los compradores dice haber considerado cualquier marca en el mercado. Sin embargo, los clientes mencionan restricciones monetarias como razón principal para no considerar una marca en particular. Dentro del mercado de lujo, las dos razones más frecuentes para evitar una marca son: diseño exterior (20%) y costos de mantenimiento (19%). Para los compradores de marcas de volumen la principal razón por la que evitan comprar algunas marcas es la desconfianza en sus vehículos (29%).
- **El seguimiento es clave para una buena experiencia de compra:** más de una cuarta parte (26%) de los compradores no son contactados por su distribuidor una vez que se les entrega el vehículo. La satisfacción de estos compradores es 105 puntos más baja que aquellos que fueron contactados después de la entrega. Cuando los distribuidores ofrecen agendar la primera visita al taller de servicio, la cual ocurre el 75% de las veces, la satisfacción aumenta 83 puntos a diferencia de cuando esto no sucede. Es crítico que los distribuidores sigan un protocolo de entrega para asegurarse que el personal ofrezca al cliente una experiencia de compra satisfactoria.

Las Marcas Mejor Evaluadas.

Toyota obtiene la puntuación más alta de entre las marcas de volumen, con un índice de satisfacción de 889 puntos, 19 puntos más que en el 2020.

Hyundai se posiciona en segundo lugar (878) y **Mazda** en tercera posición (875).

Los segmentos de lujo y de vehículos comerciales (nuevo para el estudio en 2021) no tuvieron una muestra suficiente para ser premiados.

El estudio de Satisfacción con el proceso de Ventas en México 2021 (SSI), ahora en su octavo año, ha sido rediseñado para el 2021 para hacer énfasis en la importancia de la experiencia de compra digital. Examina la satisfacción del cliente basándose en seis métricas (enlistadas por orden de importancia): entrega del auto (27%), personal del distribuidor (25%), instalaciones (16%), negociación (13%), papeleo (12%), y sitio web de la marca (7%).

El estudio de satisfacción de ventas en México de 2021 está basado en la evaluación de 2,761 entrevistas de dueños de vehículos nuevos de entre 1 y 12 meses de propiedad. Las entrevistas del estudio se realizaron entre noviembre del 2020 y marzo del 2021.

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. Fundada en 1968, J.D. Power cuenta con oficinas en el Norte/Sur de América, en Asia Pacífico y Europa.

Contactos de Relaciones Públicas

Fabiana Duran; Mexico City +52 55 1012 0885; fabianaduranp@gmail.com

Brais Álvarez Gallardo; Mexico City +52 1 55 7474 4074; brais.alvarez@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: Una gráfica a continuación.

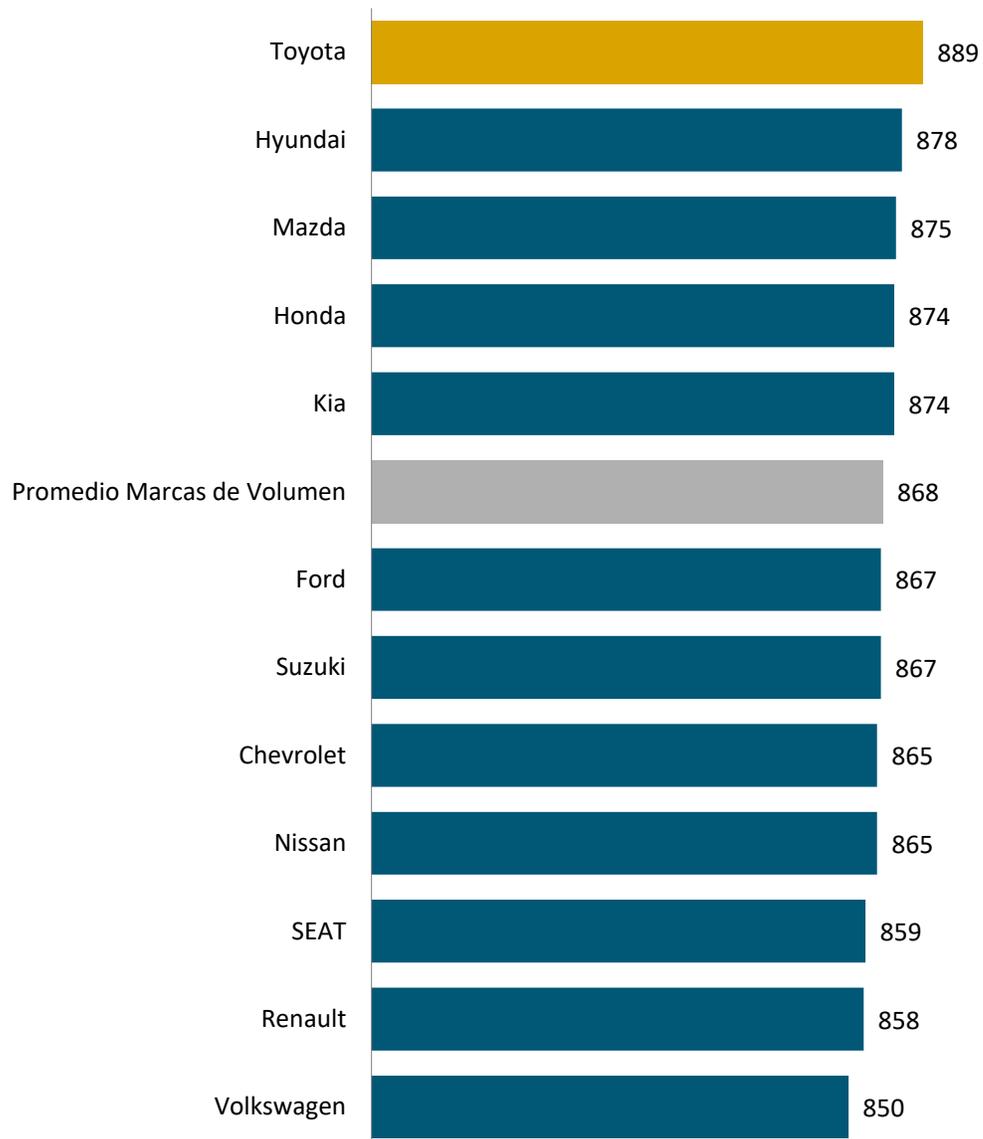
J.D. Power

Índice de Satisfacción del cliente de Ventas México 2021 (SSI)SM

Resultados de Satisfacción on el Proceso de Ventas

(Basado en una escala de 1,000 puntos)

Marcas de Volumen



Fuente: J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2021 (SSI)SM

Las tablas y las gráficas extraídas de este comunicado de prensa para el uso de los medios de comunicación deberán de ir identificados por una declaración identificado a J.D. de México como la Fuente de información, así como especificar el estudio del que fueron extraídos. Las clasificaciones se basan en escalas 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.