

La Satisfacción en la Experiencia de Servicio es Crucial para la Retención del Cliente, J.D. Power.

Toyota Obtiene la Puntuación Más Alta en el Mercado de Volumen. GMC Obtiene la Puntuación más Alta en el Mercado de Lujo.

CIUDAD DE MEXICO: 27 Sept. 2019 — Los propietarios de vehículos nuevos están más satisfechos con el servicio que reciben cuando visitan únicamente instalaciones de distribuidores autorizados que cuando visitan tanto las instalaciones de servicio del distribuidor autorizado como las que no lo son, según el Estudio CSISM 2019 de J.D. Power publicado el día de hoy.

Los clientes que llevan su vehículo exclusivamente a las instalaciones de distribuidores autorizados buscan servicios tales como cambios de lubricante, aceite, filtros, y otros mantenimientos de rutina en porcentajes más altos que aquellos clientes que visitan ambos tipos de instalaciones. Sin embargo, los talleres independientes tienen ventaja para trabajos menores tales como alineación, reemplazo y reparación de neumáticos.

El estudio, ahora en su quinta edición, ofrece un análisis exhaustivo 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.

"Brindar una experiencia de servicio excepcional durante los primeros tres años de propiedad del vehículo es fundamental para que los distribuidores mantengan la lealtad del cliente", dijo **Gerardo Gómez, Senior Director y Country Manager de J.D. Power de México**. "Como vimos en el Estudio de Satisfacción del Cliente de Servicio a Largo Plazo 2019 en México, los clientes comienzan a migrar a instalaciones de servicio de terceros en mayor número después del tercer año de propiedad. Una vez que los clientes visitan instalaciones de servicio independientes, es difícil para los distribuidores recuperar este negocio. Los clientes que visitan talleres independientes tienen un ojo más crítico y se vuelven más escépticos, por lo que los distribuidores deben enfocarse en mejorar la satisfacción a través de la calidad del servicio y la iniciación del servicio, las áreas de mayor importancia para los propietarios de vehículos, con la finalidad de retener el negocio una vez que expire la garantía del fabricante".

El estudio revela que uno de cada seis clientes propietarios de vehículos nuevos (18%) visitan ambas instalaciones de servicio. Sin embargo, la satisfacción de estos clientes es 16 puntos menor que la de los clientes que sólo visitan los distribuidores autorizados, y esta satisfacción disminuye hasta 21 puntos en el tercer año de propiedad. Los clientes que acuden a servicio sólo con distribuidores autorizados tienen mayor satisfacción en todas las categorías analizadas en el estudio: calidad del servicio (+18 puntos); proceso de entrega (+17); iniciación del servicio (+17); asesor de servicio (+14); e instalaciones (+12).

A continuación, los hallazgos más importantes del estudio 2019:

- **La brecha de satisfacción permanece en los métodos de actualización del servicio:** una llamada telefónica sigue siendo el método de contacto preferido por los clientes para recibir actualizaciones del servicio en muchos mercados en los que J.D. Power realiza el Estudio de Satisfacción en Servicio (CSI). En México y Brasil, el 36% de los clientes prefieren una llamada telefónica, seguido por el Reino Unido (35%). Estados Unidos se encuentra al final con un 27% de

preferencia. En México, las actualizaciones por aplicación de mensajería (31%) y mensaje de texto (11%) son los métodos preferidos por el cliente en segundo y tercer lugar, sin embargo, estos canales se usan sólo el 5% del tiempo, lo que indica que no se satisfacen las necesidades de los clientes. Los distribuidores que envían mensajes de texto o usan aplicaciones de mensajería deben aprovechar esta oportunidad de servicio, ya que la satisfacción del cliente es 41 puntos mayor cuando los clientes son notificados por mensaje de texto o aplicación de mensajería en lugar de una llamada telefónica.

- **Bien a la primera:** Mientras que los distribuidores en el Reino Unido, Brasil, Alemania y Estados Unidos completan el trabajo de servicio correctamente la primera vez en un 93% o más, de acuerdo con los estudios de J.D. Power CSI realizados en esos países, los distribuidores en México ocupan el puesto más alto con un 97%. Es importante que los distribuidores en México tengan en cuenta que la satisfacción cae 207 puntos cuando no se cumple con esta métrica.
- **Claves para generar más ingresos:** cuando los clientes perciben que el asesor de servicio les proporciona información valiosa sobre los trabajos de servicio de su vehículo, además de mantenerlos informados con actualizaciones sobre el servicio de su vehículo, es más probable que gasten más de lo previsto originalmente, al menos un 13% más.

"Hay muchas áreas en las que los distribuidores han demostrado que ofrecen una ventaja de servicio, pero los precios siguen siendo una de las principales consideraciones de los clientes", dijo Gómez. "Los distribuidores y fabricantes han podido contener los costos de servicio, que se han mantenido relativamente estables durante los últimos cinco años, mediante la implementación de procesos para hacer que las operaciones de servicio sean más eficientes. Al continuar manteniendo los costos competitivos y mejorando la experiencia general del servicio, los distribuidores pueden aumentar la retención del servicio y la lealtad a la marca. Esto puede hacer que los clientes vuelvan en los próximos años".

Las Marcas Mejor Evaluadas

Toyota obtiene la puntuación más alta en la satisfacción general entre las marcas del mercado de volumen con un índice de 854. **Mazda** se posiciona en segundo lugar con un índice de 853 y **Hyundai** se posiciona en tercer lugar con un índice de 851.

GMC ocupa el primer lugar entre las marcas de lujo por segundo año consecutivo, con un índice de 892. **Buick** se posiciona en segundo lugar con un índice de 871, seguido por **BMW** (870) and **MINI** (869).

El estudio de satisfacción del cliente de servicio en México 2019 está basado en las evaluaciones de 6,094 entrevistas con dueños de vehículos nuevos de entre 12 y 36 meses de propiedad. Las encuestas del estudio se realizaron entre marzo y agosto del 2019.

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

Diana Muñoz; Ciudad de México; +52 1 55 7474 4075; diana.munoz@jdpa.com

Silvia Mosqueda; Ciudad de México; +52 1 55 1900 9989; smosqueda@sintralogistics.com

Fabiana Duran; Ciudad de México; +52 1 55 1012 0885; fabianaduranp@gmail.com

Geno Effler; USA; 714-621-6224; media.relations@jdpa.com

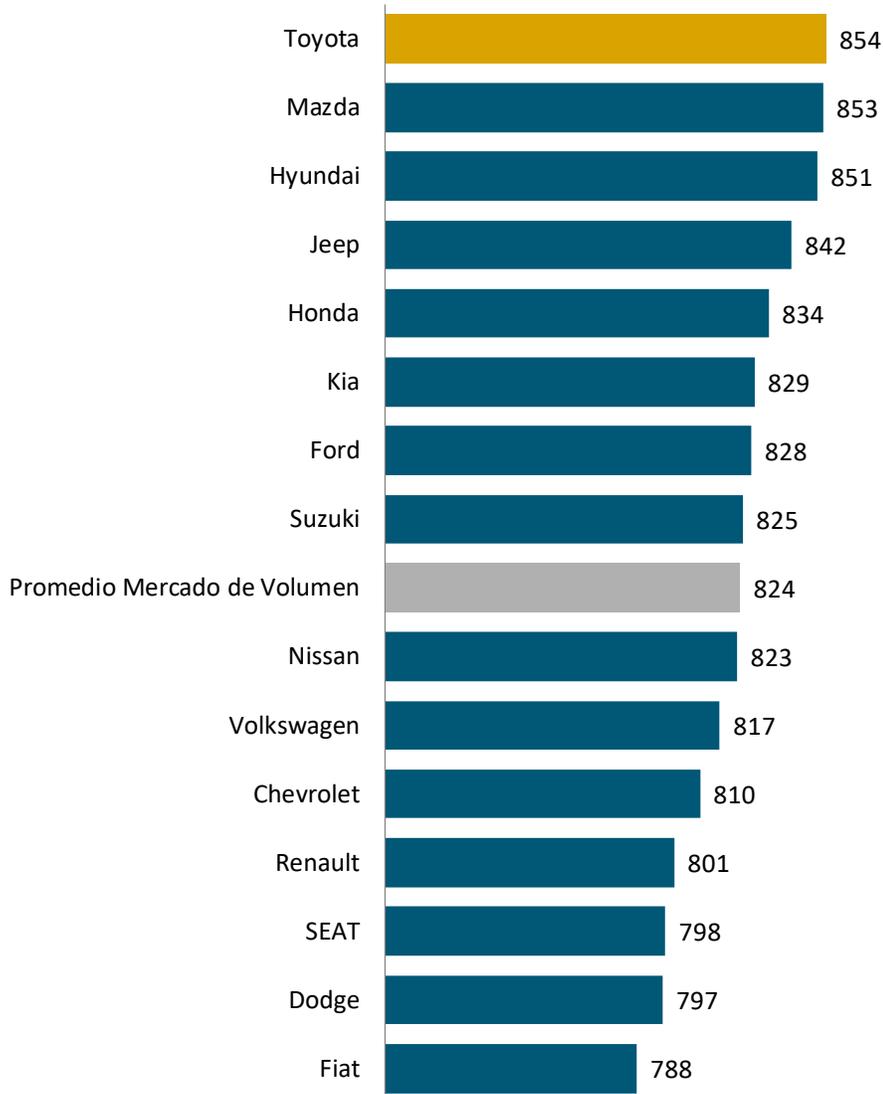
Acerca de J.D. Power, Publicidad/Reglas de Promoción: www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info

###

NOTA: Dos gráficas a continuación.

J.D. Power
Índice de Satisfacción del Cliente de Servicio
México 2019 (CSI) SM

Resultados de Satisfacción con el Proceso de Servicio – Marcas de Volumen
(Escala de 1,000 puntos)



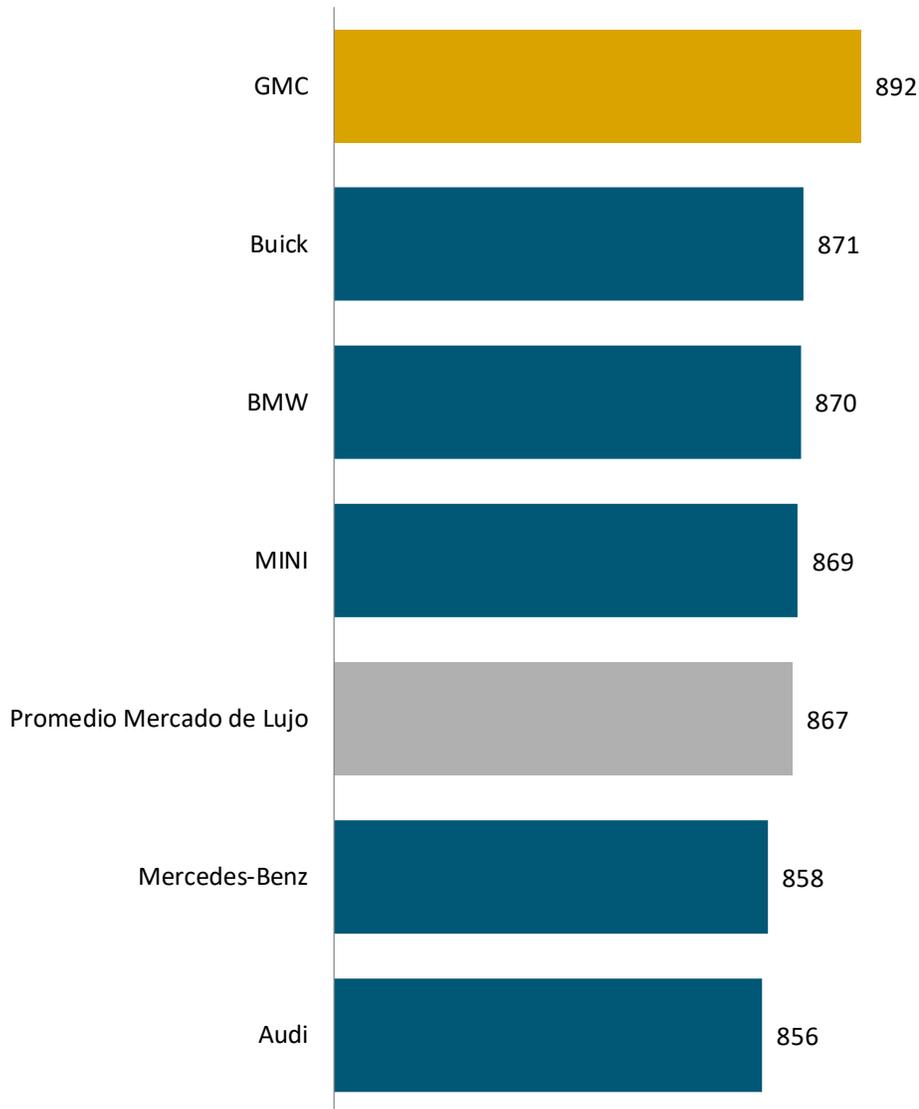
Nota: Las marcas Mitsubishi y RAM están incluidas en el estudio pero no en el listado debido a muestra pequeña

Fuente: J.D. Power Estudio de Satisfacción con el Proceso de Servicio (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 2019 (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 (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.