

El Servicio al Cliente es Clave para la Satisfacción en Ventas en un Momento en que el Mercado de Autos Nuevos Muestra una Caída en Nuestro País, de acuerdo con el Estudio SSISM 2019 de J.D. Power en México

Mercedes-Benz y Mazda Obtienen la Puntuación Más Alta en sus Respectivos Segmentos

CIUDAD DE MEXICO: 4 abril 2019 — El personal de ventas de los distribuidores automotrices que explican eficientemente las características del vehículo y permanecen con el cliente a lo largo del proceso de la venta, es clave para la satisfacción de sus clientes, de acuerdo con el Estudio SSISM 2019 de J.D. Power en México publicado el día de hoy. Con una disminución de 7.2% en la venta de vehículos nuevos respecto a 2018, los distribuidores deben enfocarse más que nunca en aquellas áreas que influyan más en la satisfacción de los clientes e incrementen la utilidad del negocio.

“Mientras que el mercado de vehículos nuevos se encuentra por debajo de 2018, debido a la incertidumbre del mercado y a las relaciones con Estados Unidos entre otros factores, existe por otro lado, el compromiso de los distribuidores de satisfacción total hacia sus clientes,” expresó **Gerardo Gómez, Director Senior y Country Manager de J.D. Power de México**. “Muchos mexicanos están evitando incurrir en gastos debido a que el futuro se ve incierto. El ofrecer un buen servicio al cliente y entregar información confiable de sus productos es crucial para el éxito del distribuidor.”

El estudio, ahora en su sexta edición, está basado en un análisis profundo de la experiencia de compra de un auto nuevo y examina la satisfacción del cliente con el distribuidor que le vendió el vehículo a través de 5 factores (en orden de importancia): Proceso de entrega (26%); Negociación (24%); Vendedor (19%); Instalaciones (18%); Prueba de manejo (14%). La satisfacción general se calcula estadísticamente en una escala de 1,000 puntos.

A continuación, los hallazgos más importantes del estudio:

- **Enfoque en áreas de mejora:** para incrementar la satisfacción y la retención de los clientes, los distribuidores deberían invertir más tiempo en aquellos procesos que ahora no suceden con frecuencia, como presentar al cliente a alguna persona del departamento de servicio, ofrecerle el trámite de placas y explicarle cómo operar el sistema de audio de su nuevo auto. Por ejemplo; la entrega del auto con tanque lleno sucede únicamente el 30% de las veces. La satisfacción de los clientes cuyos tanques de gasolina se entregaron llenos se encuentra 60 puntos por arriba de la de aquellos clientes que no recibieron tanque lleno en su vehículo.
- **La presentación de una persona del departamento de servicio:** entre los clientes a quienes les presentaron a alguien del departamento de servicio durante el proceso de venta, el 75% indicó que “definitivamente” regresará al distribuidor al servicio de mantenimiento. Este número cae a 63% si al comprador no le presentaron a alguien de Servicio.
- **Detractores de la marca muestran calificaciones de satisfacción significativamente más bajas:** las evaluaciones de NPS o Net Promoter Score^{®1}, un indicador presentado por primera vez en el estudio de 2018 mide la lealtad del cliente y predice el crecimiento del negocio. En la encuesta del estudio se pregunta a los participantes sobre la probabilidad de recomendar tanto a la marca como al modelo de su vehículo en una escala de 0-10. Basado en sus respuestas, los compradores se agrupan en: detractores (0-6), pasivos (7-8) y promotores (9-10). El porcentaje de

¹ Net Promoter,® Net Promoter System,® Net Promoter Score,® NPS,® y los emoticones relacionados con NPS son marcas registradas de Bain & Company, Inc., Fred Reichheld and Satmetrix Systems, Inc.

promotores, pasivos y detractores muestra un cambio muy pequeño contra el 2018 y la gran mayoría (79%) son promotores de su marca y modelo. Sin embargo, la satisfacción de los detractores sufre un decremento contra 2018, de 42 puntos en el caso de la marca y de 49 puntos en el caso del modelo.

- **La atención deficiente lleva a niveles de satisfacción más bajos:** los compradores que rechazan a un distribuidor a causa del producto o precio ofrecidos están generalmente más satisfechos con la experiencia que aquellos que lo hacen por la atención recibida. Los distribuidores que son amables y pasan suficiente tiempo explicando detalles del auto al cliente serán, en general, los mejor evaluados en la satisfacción de los procesos de ventas.

Las Marcas Mejor Evaluadas

Mercedes-Benz obtiene la puntuación más alta para las marcas de lujo, con un índice de satisfacción de 898. **BMW** (881) se posiciona en segundo lugar, seguida de **Audi** (872). El índice promedio de las marcas de lujo es de 878, 9 puntos arriba del índice en 2018.

Mazda obtiene la puntuación más alta para las marcas del mercado de volumen con un índice de 881. **Toyota** (877) se posiciona en segundo lugar y **Ford** (876) en tercero. El índice promedio de las marcas de volumen es de 854, 2 puntos por debajo del 2018.

El estudio de satisfacción de ventas en México en 2019 está basado en las evaluaciones de 3,328 entrevistas con dueños de vehículos nuevos de entre 1 y 12 meses de propiedad. Las encuestas del estudio se realizaron entre septiembre de 2018 y febrero de 2019.

Para mayor información del Estudio SSISM 2019 de J.D. Power en México, visite nuestra página: <https://mexico.jdpower.com/es/resource/mexico-sales-satisfaction-index-ssi-mx>.

J.D. Power es el 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

Silvia Mosqueda; Mexico City; +52 1 55 5368 2177; smosqueda@sintralogistics.com

Omar Pellón; Mexico City; +52 55 4162 2831 / +52 1 55 7940 9174; omar.pellon@jdpa.com

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

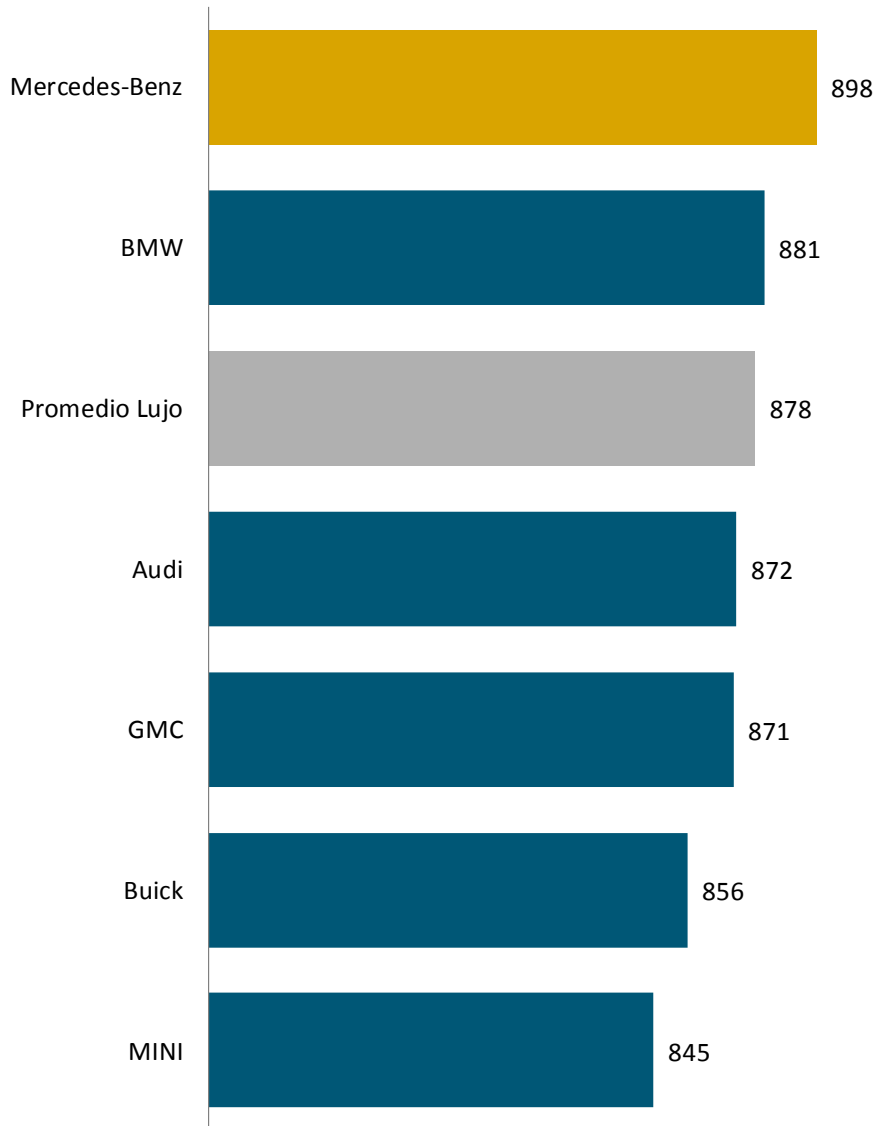
Acerca de J.D. Power, Publicidad/Reglas de Promoción: www.jdpower.com/business/about-us/press-release-info

###

NOTA: Dos gráficas a continuación.

J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2019 (SSI)SM

Resultados de Satisfacción con el proceso de ventas Marcas de Lujo (Escala de 1,000)



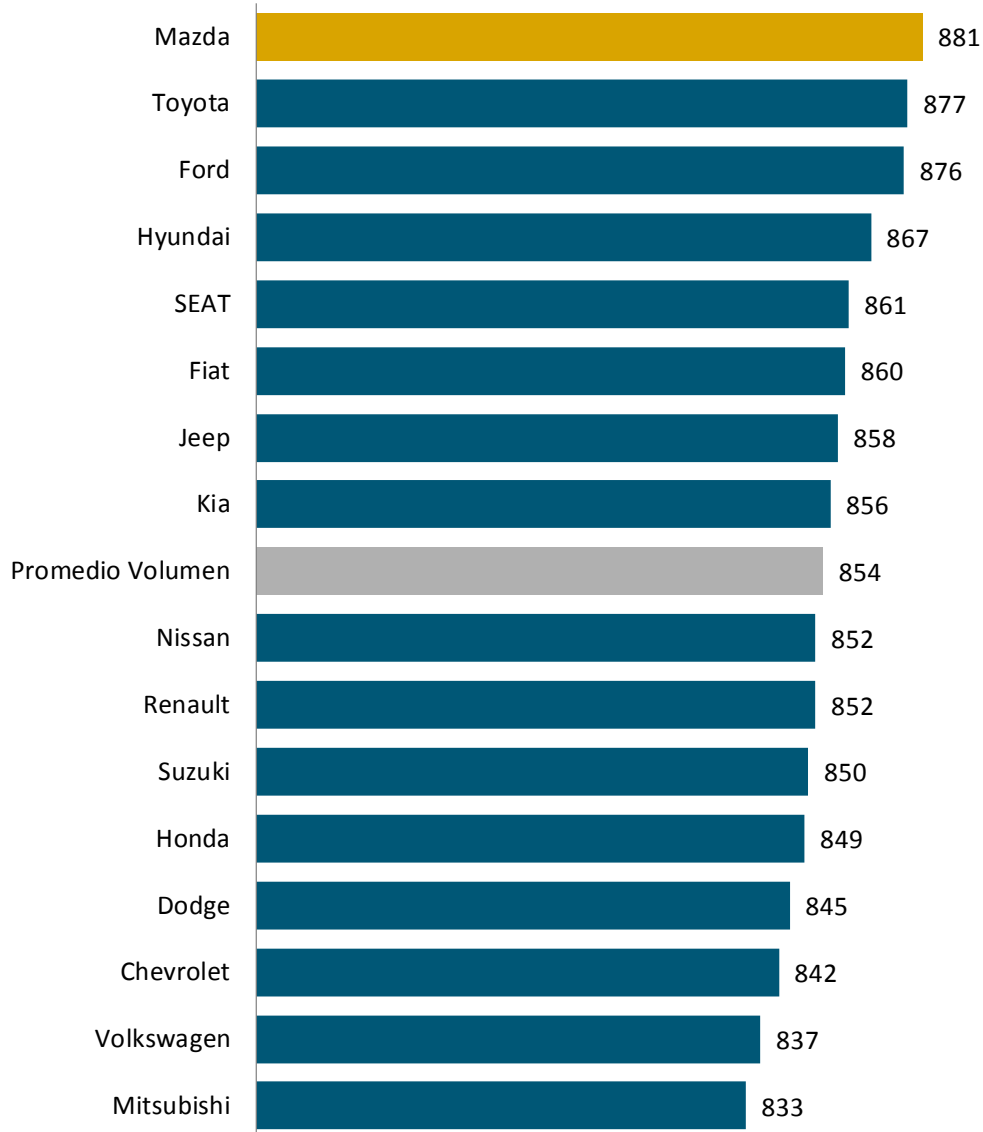
Fuente: J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas (SSI)SM

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.

J.D. Power

Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas México 2019 (SSI)SM

Resultados de Satisfacción con el proceso de ventas Marcas de Volumen (Escala de 1,000 puntos)



Incluido en el estudio, pero no listado por su muestra pequeña: Ram.

Fuente: J.D. Power Índice de Satisfacción del Cliente de Ventas (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.