

**X Niezależne
Badanie satysfakcji
dealerów
samochodowych**

The EY logo consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font. Above the 'Y' is a yellow chevron shape pointing to the right.

Building a better
working world

Wstęp

Oddajemy w Państwa ręce 10. edycję Badania satysfakcji dealerów samochodowych ze współpracy z importerami. Projekt realizowany przez DCG Dealer Consulting - we współpracy merytorycznej z firmą doradczą EY - przez minioną dekadę wpisał się już na stałe w krajobraz rynku dealerskiego w Polsce, zaś ranga i znaczenie Badania urosły na tyle, że żaden dealer nie powinien, a żaden importer wręcz nie może, przejść obok niego obojętnie.

Rezultaty dealerskiej „weryfikacji” stały się dla markowych przedstawicielstw nieodłącznym elementem oceny jakości współpracy z siecią. Wnioski z tej oceny są jednym z elementów wyznaczających politykę marki wobec swoich dealerów (tego rodzaju analiza nie odbywa się wyłącznie na poziomie Polski, ale także w europejskich i światowych centralach). Jeśli zaś w kierownictwie którejś z sieci dzieje się inaczej, przekłada się to z czasem na mniejsze zainteresowanie autoryzacją danej marki i niższą rentowność biznesu. Za tym idzie często niższa sprzedaż aut i nie najlepsza „prasa” wokół konkretnego importera.

Cieszyć może z pewnością fakt, że zdecydowana większość importerów podchodzi do zagadnienia metodycznie. Nie ma obrażania się na sieć, jest raczej zaproszenie do rozmowy. Nie zawsze łatwej czy przyjemnej i rzadko kiedy rozwiązującej

wszystkie wzajemne bolączki. Przecież Badanie to nie recepta na szczęśliwą współpracę, lecz narzędzie do systematycznej pracy - jednak zazwyczaj posuwającej we właściwym kierunku przynajmniej część omawianych kwestii.

Po to właśnie jest nasze Badanie, realizowane niezmiennie według metodologii stosowanej i sprawdzonej na najważniejszych rynkach Europy Zachodniej i w USA. Chodzi o oddanie głosu dealerom oraz merytorycznie wskazanie poszczególnym markom tego, co - zdaniem ich najważniejszych biznesowych partnerów - robią dobrze, a co powinni zmienić i poprawić. Ten cel nie mógłby się realizować bez Państwa zaangażowania i udziału. Wysoka frekwencja w Badaniu po stronie ASO to najlepszy argument trafiający do importerów. To również element, z którego osiągnięcia jesteśmy szczególnie dumni. I za który bardzo Państwu dziękujemy.



Leszek Lerch

Partner w Dziale Audytu
Lider Grupy Doradztwa dla Branży
Motoryzacyjnej w Polsce
EY



Krzysztof Romański

Partner
DCG Dealer Consulting

Metodologia badania

Tegoroczne Badanie satysfakcji zostało przeprowadzone w kwietniu i maju 2017 r. Wzięli w nim udział właściciele, a także osoby zarządzające stacjami dealerskimi. Badaniem zostali objęci dealerzy samochodów osobowych, a także samochodów dostawczych do 3,5 t.

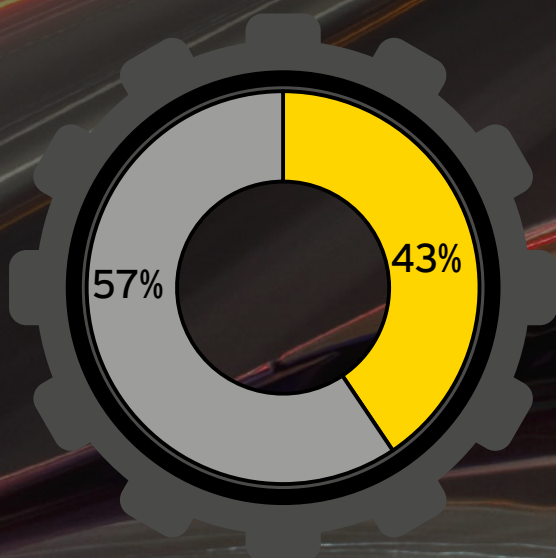
Poszczególne aspekty dealerskiej satysfakcji zostały oceniane w pięciostopniowej skali, gdzie „1” oznaczało ocenę najniższą, a „5” najwyższą. Każda ankieta poświęcona jednej marce składała się z 81 pytań, a 25 ocen cząstkowych decydowało o nocie końcowej. Założona dla badania próba wynosiła minimum 30% populacji wszystkich dealerów danej marki (wyjątek stanowiły marki, których ilość dealerów w Polsce nie przekraczała 20 - dla tych marek próba minimalna została ustalona na 40%). W badaniu nie uwzględniono marek, których liczba dealerów w Polsce jest mniejsza niż 10 oraz marek niszowych, o marginalnej sprzedaży w skali kraju. Łącznie w badaniu uzyskano 408 ankiet 26 marek, co stanowi rekordowo wysoką próbę 43% badanej grupy.

Tak jak w ubiegłym roku w badaniu wzięli udział dealerzy następujących 26 marek:

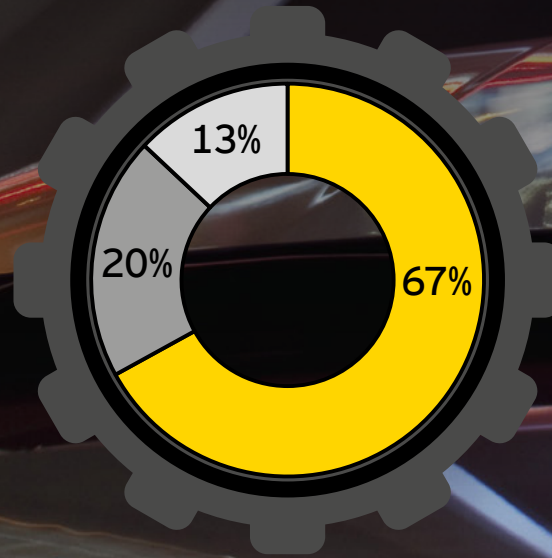
						
						
						
						

Próba badawcza 408 autoryzacji sprzedażowych

Liczba autoryzacji sprzedażowych posiadanych przez badane firmy



■ liczba uzyskanych ankiet markowych



■ jedna autoryzacja ■ 2 autoryzacje
■ 3 i więcej autoryzacji

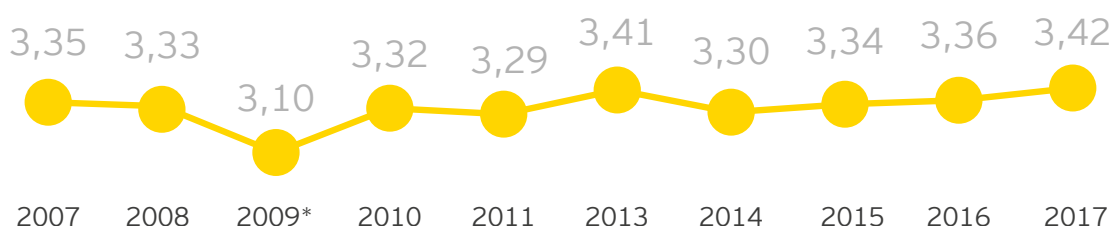
Opis badania

Ocena dealerów, zgodnie z utrzymywaną od roku 2007 metodologią, obejmowała 3 obszary, które w różnym stopniu wpływały na ocenę współpracy z importerem. Pierwszy z nich, mający najmniejszą wagę, stanowiła ocena produktów oferowanych przez importera i - co się z tym wiąże - ich jakość, niezawodność, dostępność oraz konkurencyjność oferty rynkowej z punktu widzenia klienta. Drugi, najistotniejszy obszar, obejmował współpracę związaną ściśle z polityką importera jako przedstawiciela międzynarodowego koncernu - wzięto tu pod uwagę takie elementy jak atrakcyjność umowy dealerskiej, ocenę dochodowości prowadzenia stacji, konkurencyjność strategii rynkowej czy podejście do prowadzenia biznesu. Ostatni obszar obejmował ocenę importera jako firmy, która funkcjonuje na polskim rynku, zatrudnia konkretnych ludzi na określonych stanowiskach, prowadzi własną politykę rynkową i posiada własną, specyficzną kulturę organizacyjną.

Ogólne wyniki Badania

Tegoroczne wyniki Badania pokazują kolejny wzrost średniej oceny współpracy dealerów z importerami z 3,36 do najwyższego w ciągu ostatnich 10 lat poziomu 3,42. Wzrost o 0,06 jest jednak rezultatem nieuwzględnienia w tegorocznym Badaniu - ocenionej w zeszłym roku poniżej średniej - marki Lancia, a zastąpienie jej rozwijającą swoją sieć marką Lexus, która w badaniu zajęła topową drugą pozycję. Opierając porównanie średniej oceny w tej samej grupie marek, jej wzrost wyniósł jedynie o 0,01. Z drugiej jednak strony 10 marek oceniło współpracę z importerem na wyższym, 14 marek na niższym poziomie niż w roku 2016.

Średnia ocena w badaniu satysfakcji dealerów samochodowych 2007-2017



2009* - badanie przeprowadzone na ograniczonej liczbie marek

Ze wszystkich sklasyfikowanych marek 1. miejsce, już po raz czwarty z rzędu, zajęła Mazda, zaś pozycję tuż za liderem uzyskała, pojawiająca się w naszym zestawieniu po raz pierwszy od roku 2009, marka Lexus, należąca do koncernu Toyoty. Ta zaś zajęła miejsce tuż za nią, czyli 3. W najbliższym sąsiedztwie podium uplasowała się koreańska marka KIA, zaś miejsce 5. powtórzył Mercedes, który, choć uzyskał również taką samą ocenę jak przed rokiem, stracił równocześnie pozycję najwyżej ocenionej marki premium, właśnie na rzecz Lexusa.

Kolejne dwie marki w zestawieniu, Subaru oraz Volvo, z niewielkimi spadkami zdołały utrzymać swoją pozycję w czołówce ocenionych importerów. Miejsca 8. oraz 9. tak jak przed rokiem zajęły odpowiednio marki Opel i Ford. Z kolei najwyższy awans - aż o 5 miejsc - w tegorocznym badaniu odnotował Volkswagen, dla którego był to kolejny wzrost oceny (po ubiegłorocznym awansie o 3 pozycje). Widać też większe zbliżenie ocen marek z Grupy VW, które w ubiegłym roku znajdowały się na bardziej oddalonych od siebie pozycjach. Do najlepiej ocenionych marek koncernu zbliżył się też SEAT, ale mimo istotnego progresu pozostał poza TOP15.
















Jeśli chodzi o spadki, to najwyższy, bo aż o 7 miejsc, odnotowała marka Renault, która po zeszłorocznym wzroście w tym roku uzyskała ocenę niemal równą tej z roku 2015. Także drugi brand francuskiego koncernu, Dacia, odnotował spadek, ale już niewielki - bo tylko o 2 pozycje.

W tegorocznym
Badaniu nie
odnotowaliśmy aż
tak spektakularnych
wahań w ocenach
poszczególnych
marek jak w roku
ubiegłym.

Podsumowując, tegoroczne wyniki Badania po raz kolejny utrwalają dotychczasowe pozycje poszczególnych marek, przy jednoczesnym bardzo niewielkim wahanii uzyskanych ocen. Ich stabilność odzwierciedla też fakt, że tylko jedna marka z zeszłorocznego Top15 znalazła się poza tym gronem w obecnej edycji (i to głównie ze względu na pojawienie się w rankingu Lexusa, który przez wiele lat nie był uwzględniany z uwagi na zbyt małą liczbę punktów dealerskich). Można zatem wysnuć wniosek, że wraz z kolejnym bardzo dobrym dla branży sprzedażowo rokiem importerzy nie zdecydowali się na istotne zmiany w swojej polityce względem sieci dealerskich, a tym samym utrzymali powiązane z nią strategie i cele rynkowe.

W dalszej części raportu prezentujemy 10 najlepiej ocenionych marek w wybranych 14 kategoriach (z ogólnej liczby 25), które złożyły się na ocenę zbiorczą w badaniu satysfakcji dealerów samochodowych 2017.

Klasyfikacja generalna Top15











	1(0). MAZDA	4,46
	2(b.d.). LEXUS	4,33
	3(-1). TOYOTA	4,24
	4(-1). KIA	4,00
	5(0). MERCEDES	3,96
	6(-2). SUBARU	3,94
	7(-1). VOLVO	3,72
	8(0). OPEL	3,67
	9(0). FORD	3,59
	10(+5). VOLKSWAGEN	3,48
	11(-1). SKODA	3,43
	12(0). SUZUKI	3,40
	13(-2). AUDI	3,38
	14(-7). RENAULT	3,37
	15(-2). DACIA	3,28



W kategorii oceny wzrostu dochodów w roku minionym oraz prognoz na rok nadchodzący najwyższą ocenę już po raz czwarty z rzędu uzyskała Mazda. Marki Mercedes-Benz oraz Toyota utrzymałyby już trzeci rok z rzędu swoje miejsca, gdyby nie pojawienie się na drugiej pozycji debiutującego w rankingu Lexusa - z oceną 4,70.

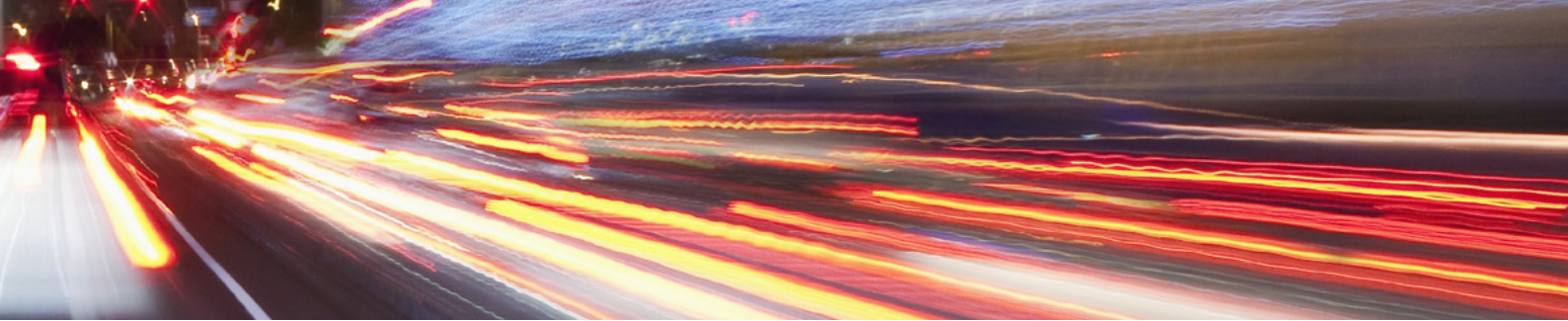
W ocenie zadowolenia z wyników finansowych widać kolejny wyraźny wzrost. W roku 2015 średnia dla tej oceny wynosiła jedynie 2,83 w tym roku wrosła do 3,19. Ze wszystkich najwyżżej sklasyfikowanych marek jedynie dwie odnotowały spadki ocen: Toyota oraz Mazda, której nie przeszkodziło to jednak w utrzymaniu pierwszej pozycji.

Ocena wzrostu dochodów w minionym roku oraz prognoz na rok nadchodzący

	1(0).Mazda	4.80	—	—	—	—	—	—	—
	2(b.d.).Lexus	4.70	—	—	—	—	—	—	—
	3(-1).Mercedes	4.47	—	—	—	—	—	—	—
	4(-1).Toyota	4.25	—	—	—	—	—	—	—
	5(-1).Subaru	4.10	—	—	—	—	—	—	—
	6(+1).Opel	4.05	—	—	—	—	—	—	—
	7(-2).Volvo	4.05	—	—	—	—	—	—	—
	8(+14).SEAT	4.00	—	—	—	—	—	—	—
	9(-3).KIA	3.84	—	—	—	—	—	—	—
	10(+1).Volkswagen	3.75	—	—	—	—	—	—	—

Ocena zadowolenia z wyników finansowych jakie przynosi firmie autoryzacja marki











	1(0).Mazda	4,50	—	—	—	—	—	—	—
	2(0).Mercedes	4,34	—	—	—	—	—	—	—
	3(b.d.).Lexus	4,30	—	—	—	—	—	—	—
	4(-1).Subaru	4,10	—	—	—	—	—	—	—
	5(0).Volvo	4,00	—	—	—	—	—	—	—
	6(-2).Toyota	3,84	—	—	—	—	—	—	—
	7(+1).Opel	3,59	—	—	—	—	—	—	—
	8(-1).KIA	3,55	—	—	—	—	—	—	—
	9(+3).BMW	3,44	—	—	—	—	—	—	—
	10(-2).Volkswagen	3,41	—	—	—	—	—	—	—













W ocenie etyki działalności biznesowej importera Mazda, Subaru oraz Toyota już drugi rok z rzędu utrzymały swoje pozycje. W całym zestawieniu widać dość dużą różnicę między oceną pierwszych 6 marek a pozostałymi notowanymi brandami. Na uwagę zasługuje awans aż o 13 miejsc marki SEAT.

Jak co roku dealerzy bardzo wysoko ocenili wynik dotyczący klasyfikacji oceny niezawodności produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej. Pierwsze miejsce zestawienia otwiera marka Lexus, spychając na 2. pozycję siostrzaną Toyotę. W gronie najwyższej ocenionych marek znalazła się też Alfa Romeo.

Ocena etyki działalności biznesowej importera

	1(0).Mazda	4,53	—	—	—	—	—	—	—
	2(0).Subaru	4,36	—	—	—	—	—	—	—
	3(b.d.).Lexus	4,33	—	—	—	—	—	—	—
	4(0).Toyota	4,27	—	—	—	—	—	—	—
	5(0).Mercedes	4,04	—	—	—	—	—	—	—
	6(-3).KIA	3,96	—	—	—	—	—	—	—
	7(-1).Opel	3,51	—	—	—	—	—	—	—
	8(+2).Ford	3,43	—	—	—	—	—	—	—
	9(+8).Audi	3,41	—	—	—	—	—	—	—
	10(+13).SEAT	3,31	—	—	—	—	—	—	—

Ocena niezawodności produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej











	1(b.d.).Lexus	4,93	—	—	—	—	—	—	—
	2(-1).Toyota	4,88	—	—	—	—	—	—	—
	3(+2).Mercedes	4,83	—	—	—	—	—	—	—
	4(-1).Subaru	4,67	—	—	—	—	—	—	—
	5(-1).Honda	4,62	—	—	—	—	—	—	—
	6(-4).KIA	4,61	—	—	—	—	—	—	—
	7(-1).Mazda	4,57	—	—	—	—	—	—	—
	8(+11).Alfa Romeo	4,56	—	—	—	—	—	—	—
	9(0).Ford	4,53	—	—	—	—	—	—	—
	10(-3).Suzuki	4,46	—	—	—	—	—	—	—













Nieco lepiej niż rok temu dealerzy ocenili system dystrybucji, obejmujący ocenę dostępności samochodów oraz czas realizacji zamówień. Klasyfikację ponownie otworzyła Toyota. Warto zwrócić uwagę na awans o 14 pozycji marki Nissan. Jest to też jedno z bardzo niewielu zestawień, w którym kolejny rok z rzędu nie pojawia się wśród najlepszych Mercedes.

W ocenie programów marketingowych dealerzy odpowiadali też na pytania dotyczące programów wspierających sprzedaż nowych samochodów, a także marketingu usług posprzedażowych. W tej kategorii najlepiej oceniony został Lexus. Po tegorocznym awansie Volkswagena i Audi w zestawieniu znalazły się aż 3 marki z Grupy VW.

Ocena systemu dystrybucji

	1(0).Toyota	4,59	—	—	—	—	—	—
	2(b.d.).Lexus	4,30	—	—	—	—	—	—
	3(0).Mazda	4,20	—	—	—	—	—	—
	4(-2).KIA	4,11	—	—	—	—	—	—
	5(+2).BMW	3,94	—	—	—	—	—	—
	6(+14).Nissan	3,87	—	—	—	—	—	—
	7(-1).Opel	3,84	—	—	—	—	—	—
	8(+2).Alfa Romeo	3,78	—	—	—	—	—	—
	9(-5).Ford	3,76	—	—	—	—	—	—
	10(+3).Fiat	3,75	—	—	—	—	—	—

Ocena programów marketingowych prowadzanych przez importera











	1(b.d.).Lexus	4,80	—	—	—	—	—	—
	2(0).Mazda	4,55	—	—	—	—	—	—
	3(-2).Toyota	4,41	—	—	—	—	—	—
	4(0).Skoda	3,98	—	—	—	—	—	—
	5(+3).Suzuki	3,88	—	—	—	—	—	—
	6(0).KIA	3,82	—	—	—	—	—	—
	7(+7).Volskwagen	3,81	—	—	—	—	—	—
	8(+1).Audi	3,78	—	—	—	—	—	—
	9(+1).Opel	3,77	—	—	—	—	—	—
	10(-7).Volvo	3,70	—	—	—	—	—	—













W Badaniu satysfakcji dealerzy ocenili także osobno poziom kompetencji managerów pracujących w strukturach importera odpowiadających za część sprzedażową oraz posprzedażową. Na obie oceny złożyły się kolejno: ocena umiejętności menedżerskich, wyczucia rynku, wywiązywania się ze zobowiązań, ocena dialogu prowadzonego z dealerem, a także - w przypadku managerów

odpowiadających za sprzedaż - ocena pomocy w sprzedaży flotowej oraz - wśród odpowiadających za posprzedaż - współpracy w ramach rozliczania gwarancji. W tej kategorii od lat na czołowe miejsca przypadają markom koncernów Mazda oraz Toyota. Średnia ocena w obu kategoriach wzrosła symbolicznie o 0,01.

Ocena managerów pracujących u importera odpowiadających za sprzedaż

	1(0).Mazda	4,70	—	—	—	—	—	—	—
	2(b.d.).Lexus	4,56	—	—	—	—	—	—	—
	3(-1).Toyota	4,30	—	—	—	—	—	—	—
	4(+5).Subaru	4,23	—	—	—	—	—	—	—
	5(+1).KIA	4,07	—	—	—	—	—	—	—
	6(-1).Ford	4,06	—	—	—	—	—	—	—
	7(+1).Mercedes	4,03	—	—	—	—	—	—	—
	8(+5).Opel	3,96	—	—	—	—	—	—	—
	9(-6).Skoda	3,90	—	—	—	—	—	—	—
	10(-6).Volvo	3,86	—	—	—	—	—	—	—

Ocena managerów pracujących u importera odpowiadających za posprzedaż











	1(b.d.).Lexus	4,52	—	—	—	—	—	—	—
	2(0).Toyota	4,41	—	—	—	—	—	—	—
	3(-2).Mazda	4,40	—	—	—	—	—	—	—
	4(-1).KIA	4,22	—	—	—	—	—	—	—
	5(0).Mercedes	4,16	—	—	—	—	—	—	—
	6(0).Subaru	3,99	—	—	—	—	—	—	—
	7(+2).Ford	3,97	—	—	—	—	—	—	—
	8(+2).Opel	3,85	—	—	—	—	—	—	—
	9(+6).BMW	3,73	—	—	—	—	—	—	—
	10(-3).Skoda	3,65	—	—	—	—	—	—	—





Z niewielką zmianą dealerzy ocenili także narzucone standardy importerskie w zakresie sprzedaży oraz serwisu. Pierwsze miejsce w tej kategorii zajęła Mazda wyprzedzając zeszłorocznego lidera markę Subaru. Kolejne miejsca przypadły markom Toyota oraz Lexus. Wysokie noty - powyżej 4 - uzyskały też kolejno Mercedes oraz KIA.

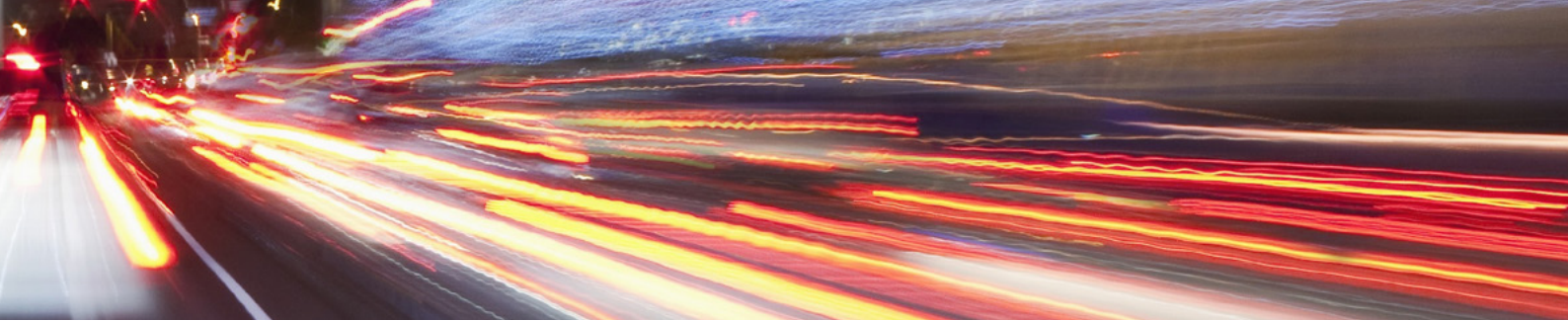
Kolejny wskaźnik satysfakcji dealerskiej dotyczył oferowanych przez importerów produktów finansujących zakup samochodu. Złożyły się na niego: ocena ogólnej konkurencyjności w finansowaniu nowych i używanych samochodów, szybkość wydawania decyzji kredytowej oraz ocena akcji marketingowych i ich spójność. To zestawienie otwierała w zeszłym roku marka Volvo, która po niewielkim spadku oceny zajęła w tym roku 3. pozycję. Pierwsze miejsce tym razem przypadło tu marce Mazda.

Ocena wysokości narzuconych standardów importerskich w zakresie sprzedaży oraz serwisu

	1(+1).Mazda	4,55	—	—	—	—	—	—
	2(-1).Subaru	4,47	—	—	—	—	—	—
	3(+3).Toyota	4,22	—	—	—	—	—	—
	4(b.d.).Lexus	4,20	—	—	—	—	—	—
	5(-1).Mercedes	4,13	—	—	—	—	—	—
	6(-3).KIA	4,08	—	—	—	—	—	—
	7(0).BMW	3,67	—	—	—	—	—	—
	8(+1).Ford	3,62	—	—	—	—	—	—
	9(-4).Suzuki	3,58	—	—	—	—	—	—
	10(+1).Opel	3,39	—	—	—	—	—	—

Ocena produktów finansujących zakup samochodu











	1(+5).Mazda	4,33	—	—	—	—	—	—
	2(+1).Subaru	3,98	—	—	—	—	—	—
	3(-2).Volvo	3,98	—	—	—	—	—	—
	4(0).Mercedes	3,92	—	—	—	—	—	—
	5(b.d.).Lexus	3,70	—	—	—	—	—	—
	6(+3).Suzuki	3,65	—	—	—	—	—	—
	7(-2).Ford	3,65	—	—	—	—	—	—
	8(+5).Opel	3,52	—	—	—	—	—	—
	9(+15).SEAT	3,50	—	—	—	—	—	—
	10(+5).Audi	3,50	—	—	—	—	—	—



W tym roku nieco rozszerzone zostało pytania poświęcone niezależności w prowadzeniu biznesu. Obok oceny barier stawianych przez importera przy wyborze systemów informatycznych oraz współpracy z niezależnymi instytucjami finansowymi, dodana została także ocena współpracy z niezależnymi dostawcami części zamiennych oraz firmami olejowymi. Pierwsze miejsce w tej kategorii zajęła Mazda. Jest to jedno z niewielu zestawień, w którym marka Toyota nie znalazła się w TOP10 najwyższej ocenionych marek.

Inną kategorią była ocena współpracy w ramach części zamiennych. Poruszano w niej kwestię dostępności części - standardowo oraz w trybie wyjątkowym, czas realizacji zamówień oraz politykę importera w zakresie wymiany/zwrotu nierotujących części zamiennych. Pierwsze miejsce w tej kategorii ponownie zajęła Toyota, istotne awanse odnotowały zaś Mercedes i Honda.

Ocena współpracy z importerm w zakresie niezależności w prowadzeniu biznesu

	1(+1).Mazda	4,23	—	—	—	—	—
	2(b.d.).Lexus	3,75	—	—	—	—	—
	3(-2).Subaru	3,68	—	—	—	—	—
	4(0).Mercedes	3,64	—	—	—	—	—
	5(-2).KIA	3,61	—	—	—	—	—
	6(+1).Alfa Romeo	3,58	—	—	—	—	—
	7(+16).Volskwagen	3,53	—	—	—	—	—
	8(-2).Fiat	3,46	—	—	—	—	—
	9(+6).Opel	3,44	—	—	—	—	—
	10(+9).Hyundai	3,38	—	—	—	—	—

Współpraca w ramach części zamiennych

	1(0).Toyota	4,34	—	—	—	—	—
	2(+6).Mercedes	4,11	—	—	—	—	—
	3(+6).Honda	4,06	—	—	—	—	—
	4(0).Ford	4,04	—	—	—	—	—
	5(-2).KIA	3,87	—	—	—	—	—
	6(0).Mazda	3,83	—	—	—	—	—
	7(+3).Dacia	3,81	—	—	—	—	—
	8(+6).Alfa Romeo	3,78	—	—	—	—	—
	9(+4).Fiat	3,73	—	—	—	—	—
	10(+2).Volvo	3,73	—	—	—	—	—













Jedną z niewielu kategorii, w której średnia ocena współpracy wypadła gorzej niż przed rokiem, jest ocena szkoleń z organizowanych przez importera w ramach serwisu. W kategorii tych szkoleń pierwsze miejsce zajął Lexus, drugie zaś Toyota i Mazda. Korzystając ze średniego spadku oceny w większości marek, wysokie awanse odnotowały Alfa Romeo i Dacia.

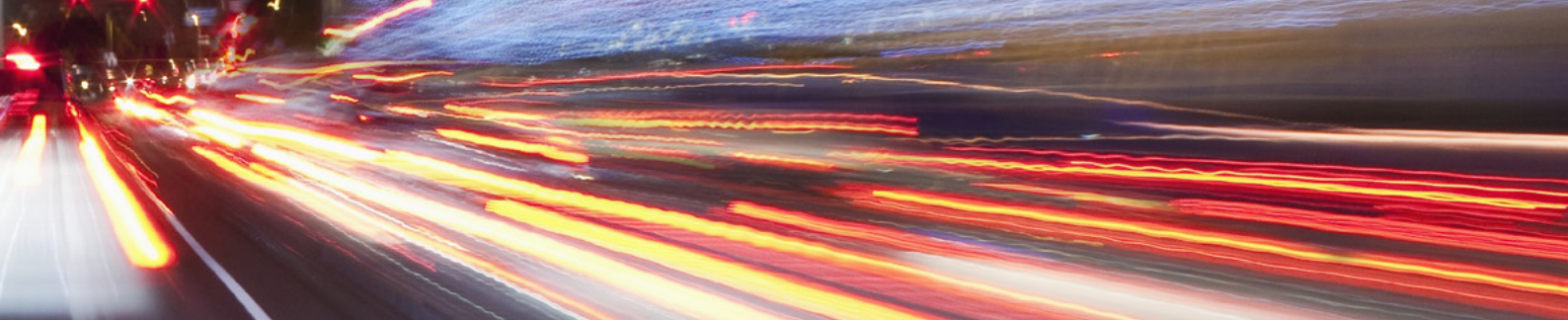
Dealerzy, tak jak przed rokiem, dość nisko ocenili importerskie programy sprzedaży samochodów używanych. Na tę ocenę składała się: dostępność samochodów, ocena narzędzi informatycznych obejmujących zarządzanie sprzedażą i stokiem, wsparcie organizacyjne oraz ogólna atrakcyjność programu. Miejsce pierwsze tak ja w zeszłym roku zajęła Toyota, z istotną przewagą nad pozostałymi markami.

Ocena szkoleń z serwisu organizowanych przez importera

 1(b.d.).Lexus	4,70	—	—	—	—
 2(-1).Toyota	4,42	—	—	—	—
 3(-1).Mazda	4,33	—	—	—	—
 4(0).Mercedes	4,20	—	—	—	—
 5(+1).Subaru	3,83	—	—	—	—
 6(+10).Alfa Romeo	3,83	—	—	—	—
 7(+10).Dacia	3,78	—	—	—	—
 8(-5).KIA	3,75	—	—	—	—
 9(0).Fiat	3,64	—	—	—	—
 10(0).Ford	3,63	—	—	—	—

Ocena importerskich programów samochodów używanych

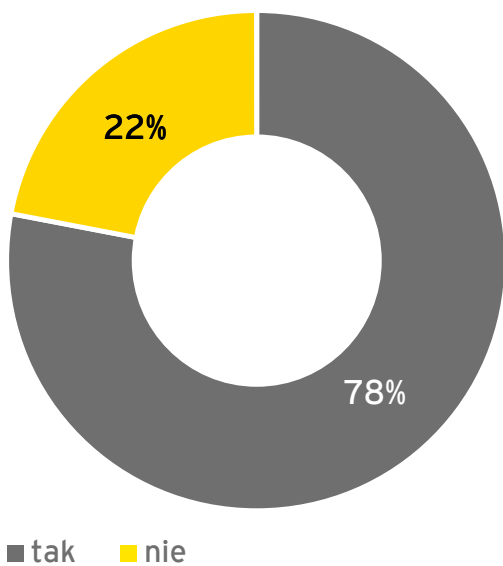
 1(0).Toyota	4.00	—	—	—	—
 2(b.d.).Lexus	3.28	—	—	—	—
 3(+6).Volkswagen	3.23	—	—	—	—
 4(-2).Audi	3.15	—	—	—	—
 5(-2).Volvo	3.10	—	—	—	—
 6(+9).SEAT	3.09	—	—	—	—
 7(-1).KIA	2.94	—	—	—	—
 8(-3).Ford	2.89	—	—	—	—
 9(+9).Mazda	2.88	—	—	—	—
 10(-6).Subaru	2.86	—	—	—	—



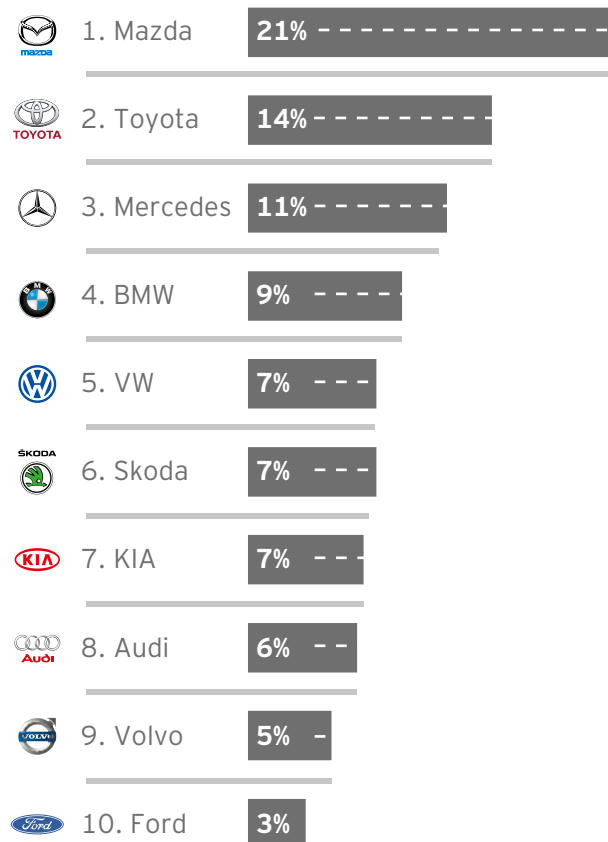
Na koniec pytań w kategorii ocen w skali od 1 do 5 nasi respondenci zostali także zapytani o to, czy stojąc przed ponownym wyborem po raz kolejny zdecydowałby się na wejście we współpracę z importerem sprzedawanej przez siebie marki. Ponad trzy czwarte badanych stwierdziło, że powtórzyłyby swoją decyzję. Co ciekawe jest to kolejny najwyższy współczynnik w historii badania - wynoszący już 78%.

Na zakończenie ankiety dealerzy zostali także zapytani o to, dealerem jakiej dowolnej marki chcieliby zostać, gdyby znowu mogli podjąć taką decyzję. Po raz drugi z rzędu najbardziej pożądaną marką okazała się być Mazda, kolejne miejsce - jak przed rokiem - zajęła Toyota. 3. pozycję zajął Mercedes, wyprzedzając od wielu lat mocno pożądaną przez dealerów autoryzację BMW. Duży wzrost w tej kategorii odnotowała też marka Mercedes-Benz.

Czy stojąc przed ponownym wyborem podpisałbyś umowę autoryzacyjną na posiadaną markę



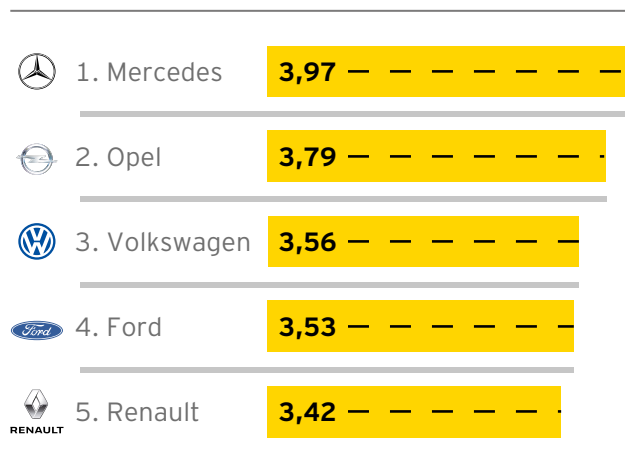
Procentowa liczba dealerów którzy ponownie stając przed wyborem dowolnej autoryzacji wybrałoby następujące marki



Tegoroczna edycja Badania satysfakcji dealerów samochodowych została dodatkowo rozszerzona o osobne badanie poświęcone ocenie satysfakcji dealerów ze współpracy z importerami samochodów dostawczych do 3,5 tony. Temu fragmentowi została poświęcona zupełnie osobna ankieta obejmująca

81 pytań. Założona próba badawcza, tak samo jak przy ocenie współpracy w ramach sprzedaży samochodów osobowych, wynosiła minimalnie 30% badanej grupy. Wyjątek stanowiły sieci, których liczba dealerów była mniejsza niż 20, w takim przypadku założona próba została podniesiona do minimum 40%.

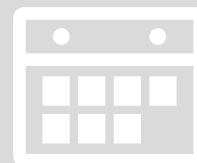
Wyniki Badania satysfakcji dealerów samochodów dostawczych ze współpracy z importerami 2017



Najwyższą ocenę - blisko 4 - uzyskała marka Mercedes, zaś zestawienie Top5 zamknęło Renault.

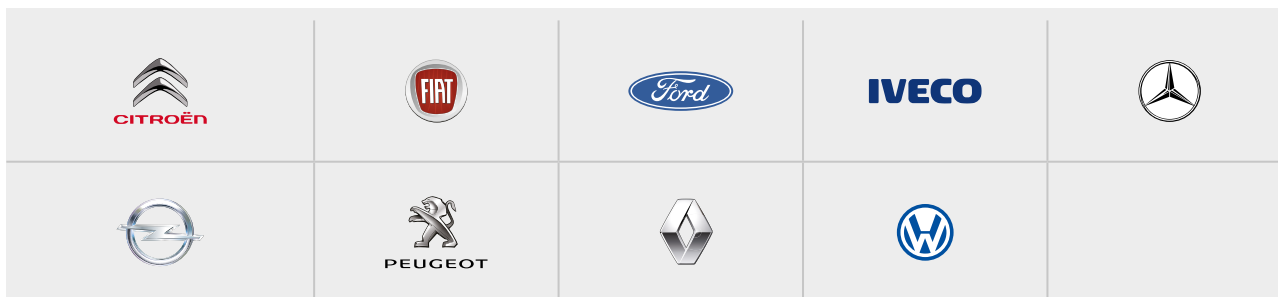


Kolejne Badanie satysfakcji dealerów samochodowych ze współpracy z importerami zostanie przeprowadzone w marcu i kwietniu 2018 roku.



Dodatkowym założonym kryterium było ograniczenie grupy badanych marek do tych, które w roku 2016 osiągnęły minimum 5% udział w rynku. W badaniu wyselekcjonowano też dealerów będących

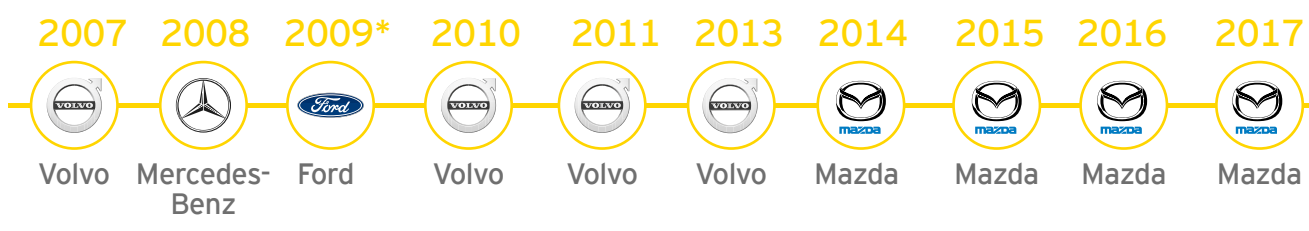
w specjalistycznych sieciach sprzedaży samochodów dostawczych, jeśli występowały one w danej marce. Na tej podstawie w badaniu zostało sklasyfikowanych 9 marek:



Próba badawcza uzyskana dla tej grupy wyniosła 37%. Wyniki pierwszego Badania satysfakcji dealerów samochodów dostawczych pokazują dość dużą korelację pomiędzy ocenami uzyskanymi w ramach sprzedaży samochodów dostawczych i osobowych.

Na uwagę zasługuje jednak fakt, że wszystkie najwyżej ocenione marki - poza Fordem - uzyskały w badaniu poświęconemu współpracy z importerem w obszarze samochodów dostawczych minimalnie wyższe oceny niż w przypadku samochodów osobowych.

Najwyżej ocenione marki w kolejnych 10 edycjach Badania satysfakcji dealerów samochodowych 2007-2017



2009* - badanie przeprowadzone na ograniczonej liczbie marek

Marka	2017	2016	2015	2014	2013	2011	2010	2009*	2008	2007
Alfa Romeo				10	2	3	7	b.d.		
				3,57	3,97	3,85	3,57	b.d.		
Audi	13	11	13	11				15		
	3,38	3,45	3,36	3,49				2,92		
BMW						10	9	b.d.	8	2
						3,38	3,53	b.d.	3,49	3,97
Citroen								b.d.		
								b.d.		
Chevrolet					7	6	8	7		
					3,70	3,69	3,55	3,30		
Chrysler										13
										3,25
Dacia	15	13		6				b.d.	b.d.	b.d.
	3,28	3,33		3,66				b.d.	b.d.	b.d.
Fiat		14	15	15	12	9		6		
		3,32	3,30	3,25	3,56	3,43		3,43		
Ford	9	9	10	7	8	5	4	1	3	13
	3,59	3,58	3,49	3,65	3,68	3,82	3,77	4,14	3,72	3,33
Honda							12	11	9	8
							3,35	3,09	3,46	3,49
Hyundai						13	13	14		
						3,27	3,35	2,97		
Jeep						b.d.	b.d.		b.d.	b.d.
						b.d.	b.d.		b.d.	b.d.
KIA	4	3	5	4	11		15	b.d.	14	9
	4,00	4,12	3,94	3,78	3,57		3,32	b.d.	3,33	3,40
Lancia						14			b.d.	b.d.
						3,22			b.d.	b.d.
Lexus	2	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	10	b.d.	b.d.
	4,33	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	3,13	b.d.	b.d.
Mazda	1	1	1	1	5	4	3	b.d.	b.d.	b.d.
	4,46	4,44	4,29	4,05	3,79	3,83	3,85	b.d.	b.d.	b.d.
Mercedes	5	5	3	8	3	2	2	2	1	3
	3,96	3,96	4,06	3,64	3,89	3,96	4,03	3,95	4,12	3,92
Mitsubishi			11				6	b.d.	15	14
			3,41				3,60	b.d.	3,30	3,30
Nissan						7	11			
						3,48	3,37			
Opel	8	8	9	9	14	11	14			
	3,67	3,62	3,60	3,58	3,37	3,38	3,32			
Peugeot										
Renault	14	7	12	5	15	15		b.d.		
	3,37	3,72	3,36	3,68	3,33	3,21		b.d.		
Saab								13	10	b.d.
								2,98	3,45	b.d.
SEAT			14		b.d.			8	5	7
			3,32		b.d.			3,27	3,63	3,49
Skoda	11	10	8	12	9			4	7	5
	3,43	3,48	3,63	3,39	3,68			3,53	3,62	3,61
SsangYong									11	11
									3,42	3,36
Subaru	6	4	4	14	6		b.d.	9	13	6
	3,94	4,06	3,99	3,28	3,77		b.d.	3,23	3,32	3,49
Suzuki	12	12	7		10	12	10	12	6	10
	3,40	3,43	3,63		3,59	3,37	3,40	3,08	3,62	3,40
Toyota	3	2	2	2	4	8	5	5	4	4
	4,24	4,33	4,17	4,04	3,87	3,44	3,61	3,51	3,65	3,74
Volkswagen	10	15		13	13				12	12
	3,48	3,28		3,34	3,52				3,35	3,35
Volvo	7	6	6	3	1	1	1	3	2	1
	3,72	3,76	3,90	3,82	4,10	4,20	4,19	3,67	4,07	4,05

2009* - badanie przeprowadzone na ograniczonej liczbie marek

Top10 najlepiej ocenionych firm w ramach 14 z 25 wybranych kategorii	Ocena wzrostu dochodów w minionym roku oraz prognoz na rok nadchodzący	Ocena zadowolenia z wyników finansowych jakie przynosi firmie autoryzacja miarki	Ocena etyki działalności biznesowej importera	Ocena niezawodności produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej	Ocena systemu dystrybucji samochodów	Ocena programów marketingowych wprowadzanych przez importera	Ocena managerów pracujących u importera odpowiedzialnych za sprzedaż	Ocena managerów pracujących u importera odpowiedzialnych za posprzedaż	Ocena wysokości narzuconych standardów importerskich w zakresie sprzedaży oraz serwisu	Ocena produktów finansujących zakup samochodu	Ocena współpracy z importerem w zakresie niezależności w prowadzeniu biznesu.	Współpraca w ramach części zamiennych	Ocena szkoleń organizowanych przez importera w ramach serwisu	Ocena importerskich programów samochodów używanych
Alfa Romeo			8	8							6	8	6	
			4,56	3,78							3,58	3,78	3,83	
Audi			9			8				10				4
			3,41			3,78				3,50				3,39
BMW		9			5			9	7					
		3,44			3,94			3,73	3,67					
Citroen														
Dacia												7	7	
												3,81	3,78	
Fiat					10						8	9	9	
					3,75						3,46	3,73	3,64	
Ford		8	9	9		6	7	8	7			4	10	8
		3,43	4,53	3,76		4,06	3,97	3,62	3,65			4,04	3,63	2,98
Honda			5									3		
			4,62									4,06		
Hyundai											10			
											3,38			
Jeep														
KIA	9	8	6	6	4	6	5	4	6		5	5	8	7
	3,84	3,55	3,96	4,61	4,11	3,82	4,07	4,22	4,08		3,61	3,87	3,75	3,03
Lexus	2	3	3	1	2	1	2	1	4	5	2		1	2
	4,70	4,30	4,33	4,93	4,30	4,80	4,56	4,52	4,20	3,70	3,75		4,70	3,60
Mazda	1	1	1	7	3	2	1	3	1	1	1	6	3	9
	4,80	4,50	4,53	4,57	4,20	4,55	4,70	4,40	4,55	4,33	4,23	3,83	4,33	2,93
Mercedes	3	2	5	3			7	5	5	4	4	2	4	
	4,47	4,34	4,04	4,83			4,03	4,16	4,13	3,92	3,64	4,11	4,20	
Mitsubishi														
Nissan					6									
					3,87									
Opel	6	7	7		7	9	8	8	10	8	9			
	4,05	3,59	3,51		3,84	3,77	3,96	3,85	3,39	3,52	3,44			
Peugeot														
Renault														
SEAT	8		10							9				6
	4,00		3,31							3,50				3,10
Skoda						4	9	10						
						3,98	3,90	3,65						
Subaru	5	4	2	4			4	6	2	2	3		5	10
	4,10	4,10	4,36	4,67			4,23	3,99	4,47	3,98	3,68		3,83	2,92
Suzuki				10		5			9	6				
				4,46		3,88			3,58	3,65				
Toyota	4	6	4	2	1	3	3	2	3			1	2	1
	4,25	3,84	4,27	4,88	4,59	4,41	4,30	4,41	4,22			4,34	4,42	4,05
Volkswagen	10	10				7					7			3
	3,75	3,41				3,81					3,53			3,44
Volvo	7	5				10	10			3		10		5
	4,05	4,00				3,70	3,86			3,98		3,73		3,13





DCG DEALER CONSULTING

Wykonawca badania:

Krzysztof Romański
Partner
Tel.: + 48 602 434 686
romanski@dealerconsulting.pl

DCG Dealer Consulting
ul. Kraszewskiego 48 lok. 16
05-800 Pruszków
Tel.: +48 22 244 07 76
Fax: +48 22 244 07 78



Patron badania:

Związek Dealerów Samochodów
ul. Podchorążych 83
00-722 Warszawa
Tel./fax: +48 22 840 82 44



Partner merytoryczny:

Leszek Lerch
Partner w Dziale Audytu
Lider Grupy Doradztwa dla Branży
Motoryzacyjnej w Polsce
Tel.: + 48 32 760 77 42
leszek.lerch@pl.ey.com

EY
Rondo ONZ 1
00-124 Warszawa
Tel.: +48 22 557 70 00
Fax: +48 22 557 70 01



Patron badania:

Roman Kantorski
Prezes Polskiej Izby Motoryzacji
Tel.: +48 22 845 01 40
kantorski@pim.org.pl

Polska Izba Motoryzacji
ul. Grażyny 15
02-548 Warszawa
Tel.: +48 22 845 01 40
Fax: +48 22 845 27 17

