

**XI Niezależne  
Badanie satysfakcji  
dealerów  
samochodowych**



**EY**

Building a better  
working world

# Wstęp

Pierwszy kwartał 2018 roku to kontynuacja trwającego od wielu miesięcy wzrostowego trendu w sprzedaży nowych samochodów na naszym rynku. Od stycznia do marca 2018 r. zarejestrowano w Polsce 155 tys. samochodów osobowych i dostawczych do 3,5 tony, a więc o 10 proc. więcej niż przed rokiem. A przypomnijmy, że już w 2017 roku - najlepszym pod względem sprzedaży w XXI wieku - wolumen aut nowych zdecydowanie przekroczył w Polsce pół miliona nowych rejestracji, osiągając rekordowe 547 tys. pojazdów. To rezultat, który jeszcze kilka lat temu pozostawał w sferze, zdawałoby się, niespełnionych ambicji.



Ciągle wzrosty wolumenu powinny z pewnością cieszyć. Niemniej jednak, patrząc na poszczególnych uczestników rynku - producentów, importerów oraz dealerów - rosnące wolumeny nie muszą oznaczać wprost proporcjonalnego wzrostu rentowności ich firm. Dealerzy mogą odczuwać ten dysonans szczególnie mocno, ponieważ działając w warunkach silnego uzależnienia od polityki importerów, często muszą liczyć się z ograniczonym wpływem na kondycję własnego biznesu. A wysoka sprzedaż to dla dealera również rosnące koszty: w zakresie finansowania stoku, kadry pracowniczej, zaplecza obiektowego...

Jeśli dodać do tego fakt, jak wiele elementów działalności dealera - przede wszystkim związanych z wysokością i konstrukcją marż, celami sprzedażowymi, a także poziomem standardów w obszarze sprzedaży i serwisu - pozostaje w gestii importera, to nietrudno wysnuć wniosek, że są czynniki, które w większym stopniu niż „czysty” wolumen sprzedaży aut wpływają na kondycję biznesową oraz zysk dealerstwa. Bo sam wzrost - bądź spadek - sprzedaży to pewnie najbardziej widoczny, ale nie decydujący element sukcesu dealera.

Nasze Badanie potwierdza tę starą prawdę w całej rozciągłości. W jakich więc sieciach importerskich obowiązują dobre reguły współpracy? Gdzie funkcjonuje sprawnie działająca i - co najważniejsze - dochodowa sieć dealerska, oparta na stabilnych relacjach z importerem, a także na wzajemnym zaufaniu na linii dealer-importer. To wszystko - a także dużo więcej - pokazują wyniki realizowanego już po raz 11. Badania satysfakcji dealerów samochodowych. Jego wykonawcą jest - tak jak w poprzednich latach - firma DCG Dealer Consulting, a cały projekt badawczy odbywa się tradycyjnie pod patronatem merytorycznym firmy doradczej EY.

I sprawa najważniejsza. To dzięki Państwu i corocznej wysokiej frekwencji dealerów biorących udział w badaniu, przedstawiony raport stanowi dla importerów istotne źródło analiz elementów i obszarów współpracy, które mogą przyczynić się do polepszenia relacji na linii dealer-importer. Jedni importerzy korzystają z tej wiedzy chętniej, inni z nieco mniejszym entuzjazmem, ale przejść obojętnie nie może już żaden. Serdecznie Państwu za to dziękujemy.

**Leszek Lerch**

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

---

**Krzysztof Romański**

Partner  
DCG Dealer Consulting

---



# Metodologia Badania

Tegoroczna edycja Badania satysfakcji została przeprowadzona w formie kwestionariusza ankietowego. Badaną grupę osób stanowili właściciele oraz osoby zarządzające autoryzowanymi stacjami dealerskimi. Badanie przeprowadzono w kwietniu i maju 2018 r.

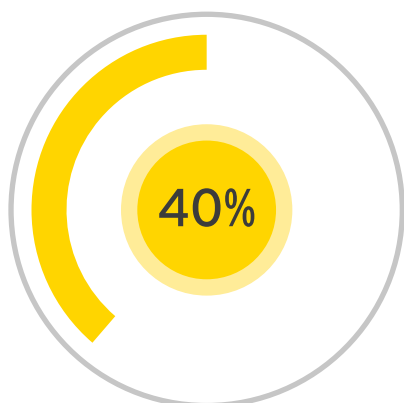
Poszczególne aspekty dealerskiej satysfakcji były oceniane w pięciostopniowej skali, gdzie „1” oznaczało ocenę najniższą, a „5” najwyższą. Każda ankieta poświęcona była jednej marce: tworzyło ją 81 pytań, które przekładały się na 25 ocen cząstkowych - te zaś decydowały o nocie końcowej. Założona dla badania próba wynosiła minimum 30% populacji wszystkich dealerów danej marki (wyjątek stanowiły marki, których liczba 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 tegorocznym badaniu uzyskano 367 ankiet 26 marek, co stanowi próbę wielkości aż 40% badanej grupy.

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

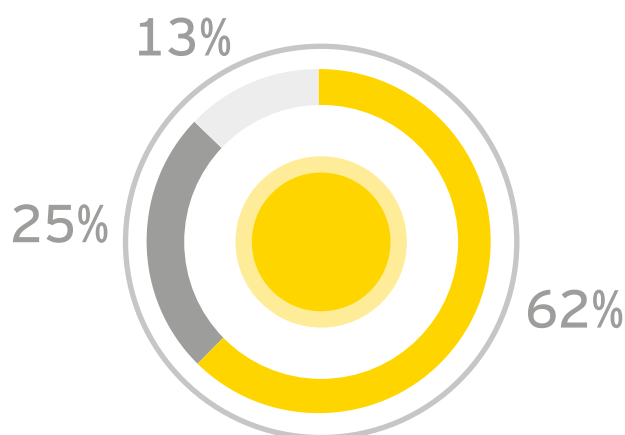


Wykres 1. Próba badawcza 367 autoryzacji sprzedażowych

Wykres 2. Liczba autoryzacji sprzedażowych posiadanych przez badane firmy



Liczba uzyskanych ankiet markowych



■ jedna autoryzacja ■ 2 autoryzacje ■ 3 i więcej autoryzacji

# Opis Badania

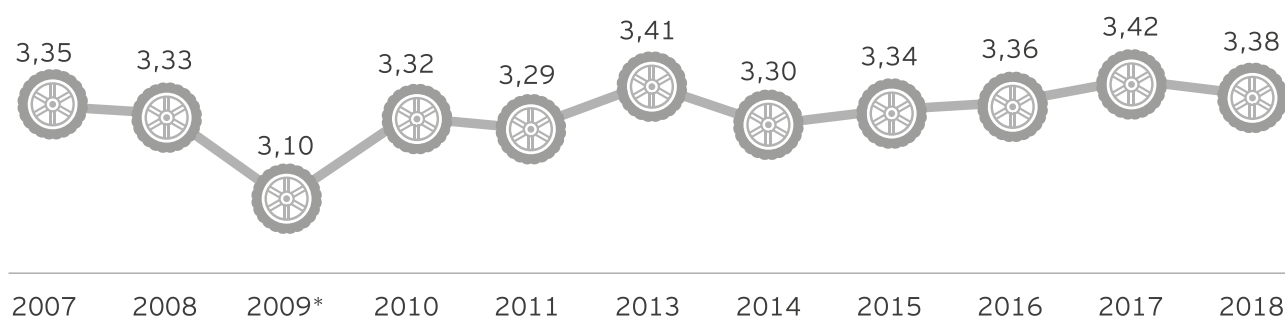
Ocena satysfakcji dealerskiej obejmowała 3 obszary współpracy z importerem. Pierwszy wiązał się z produktami oferowanymi przez importera marki, a co za tym idzie: ich jakością, niezawodnością, dostępnością, a także satysfakcją klienta. Drugi obszar dotyczył polityki importera jako przedstawiciela międzynarodowego koncernu, działającego w ramach określonych międzynarodowych struktur - obejmował on m.in. konkurencyjność strategii rynkowej czy ogólne podejście do zasad prowadzenia biznesu. Ostatnia ocena skupiła się na markowej centrali jako firmie, która funkcjonuje w realiach polskiego rynku - zatrudnia konkretnych ludzi na konkretnych stanowiskach oraz posiada własną kulturę organizacyjną.



# Ogólne wyniki Badania

Tegoroczne wyniki opierały się o ten sam formularz ankietowy, a do tego obejmują tę samą grupę marek co w roku 2017. Ogólny średni poziom satysfakcji dealerskiej spadł z 3,42 do 3,38 co oznacza zmianę o 0,04. Co ciekawe, pozornie niewielki spadek ocen kryje za sobą większe niż przed rokiem wahania oceny w przypadku wielu marek. Wśród 26 sieci dealerskich sklasyfikowanych w badaniu, zdecydowana większość - aż 18 marek - odnotowała spadki oceny, wzrosty pojawiły się jedynie u 7 brandów.

**Wykres 3. Średnia ocena w Badaniu satysfakcji dealerów samochodowych 2007-2018**



2009\* - badanie przeprowadzone na ograniczonej liczbie marek

Tym razem Badanie przyniosło nam istotne zmiany w czołówce i na podium. Po czterech zwycięstwach z rzędu Mazda nie zdołała utrzymać pierwszego miejsca, oddając tytuł lidera marce KIA, która po wysokim wzroście oceny (+0,51) awansowała z 4. na 1. pozycję. Co ciekawe, Mazda, mimo spadku, utrzymała swój zeszłoroczny wynik na poziomie 4,46. Kolejne miejsca to marka Subaru, która awansując o 3 pozycje, osiągnęła najwyższy wynik w historii - 4,27. W bezpośrednim sąsiedztwie podium uplasowała się też należąca do Toyoty marka Lexus, potwierdzając tym samym, że zeszłoroczny debiut na 2. pozycji nie był dziełem przypadku. Miejsce 5. powtórzył już po raz trzeci z rzędu Mercedes. Na kolejnej pozycji - po niewielkim spadku rok do roku - uplasowała się w badaniu marka Toyota.

Analizując całą czołową „piętnastkę”, warto zwrócić uwagę na wyraźnie wyższą - od pozostałej grupy - ocenę uzyskaną przez 6 najwyższej ocenionych marek (różnica pomiędzy 6. a 7. miejscem wynosi aż 0,66).
















Najwyższe wzrosty w tegorocznym Badaniu satysfakcji odnotowały marki Jeep oraz reorganizująca swoją sieć marka Mitsubishi. Obie awansowały aż o 12 pozycji. Największe tegoroczne spadki należą zaś do Opla oraz Audi - obie marki znalazły się poza topową „15”. Podobnie jak marka Ford, która z zaskakująco niskim wynikiem wypadła poza piętnastkę po raz pierwszy w 11-letniej historii badania.

Tegoroczne oceny przyniosły dużo więcej zmian.

Po zeszłorocznych, bardzo niewielkich wahaniach w ocenie współpracy z poszczególnymi importerami, tegoroczne oceny przyniosły zatem dużo więcej zmian. Niemniej jednak, patrząc na wyniki czołowej „szóstki”, żadna z marek w ciągu ostatnich 4 lat nie znalazła się w naszym zestawieniu poniżej 6. miejsca.

W dalszej części raportu prezentujemy 15 najlepiej ocenionych marek w wybranych 14 kategoriach (z ogólnej liczby 25), które złożyły się na ocenę zbiorczą w Badaniu satysfakcji.

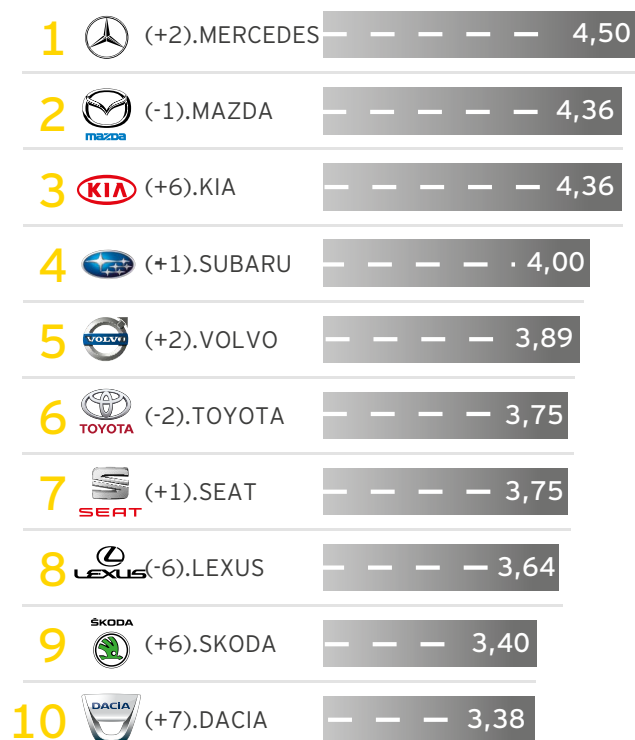
Wykres 4. Klasyfikacja generalna Top15

1	 (+3).KIA	4,51
2	 (-1).MAZDA	4,46
3	 (+3).SUBARU	4,27
4	 (-2).LEXUS	4,26
5	 (0).MERCEDES	4,24
6	 (-3).TOYOTA	4,20
7	 (0).VOLVO	3,54
8	 (+3).SKODA	3,40
9	 (+7).SEAT	3,34
10	 (+2).SUZUKI	3,26
11	 (+12).MITSUBISHI	3,24
12	 (+2).RENAULT	3,22
13	 (+2).DACIA	3,21
14	 (+12).JEEP	3,20
15	 (-5).VOLKSWAGEN	3,16

# Najlepsi w poszczególnych kategoriach

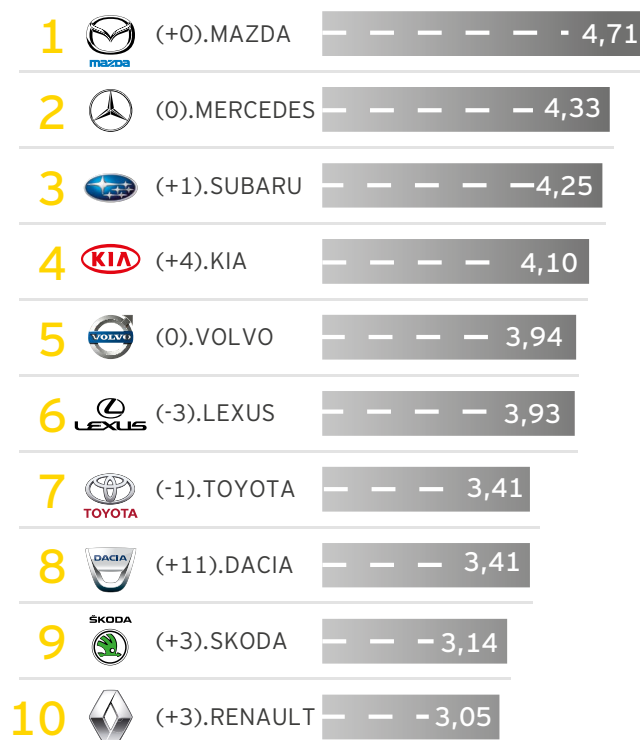
W klasyfikacji dotyczącej oceny wzrostu dochodów w minionym roku oraz prognoz na rok nadchodzący (wykres 5.) odnotowaliśmy dość duży spadek wyników: o 0,34. Może to chyba nieco zaskakiwać - ze względu na stabilne i wysokie wzrosty sprzedaży niemal całego rynku. Najwyższą ocenę w tegorocznym zestawieniu uzyskała marka Mercedes, zaś największy wzrost oceny rok do roku odnotował tu zwycięzca całego badania, marka KIA.

**Wykres 5. Ocena wzrostu dochodów w minionym roku oraz prognoz na rok nadchodzący**



W kategorii zadowolenia z wyników finansowych (wykres 6.) również nie pojawił się spodziewany wzrost oceny, a średnia badania obniżyła się o 0,12. Po raz kolejny pierwsze miejsce zajęła tu marka Mazda, ale na uwagę zasługuje też awans marek Dacia (o 11 pozycji) oraz KIA (o 4). Największe spadki należą do, zwykle wysoko ocenianych, marek BMW, Audi i Opel.

**Wykres 6. Ocena zadowolenia z wyników finansowych jakie przynosi firmie autoryzacja marki**

























W ocenie dotyczącej etyki działalności biznesowej importera (wykres 7.), jeszcze bardziej dobitnie niż w całym zestawieniu, widać różnicę w ocenie pierwszych 6 importerów i pozostałych marek. Różnica w ocenie szóstej w tej kategorii Toyoty a siódmym Jeepem wynosi aż 0,92 (choć trzeba też przyznać, że awans tej drugiej marki aż o 18 miejsc jest jednym z najwyższych w badaniu).

Poziom niezawodności produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej (wykres 8.) był jak co roku jedną z najwyższej ocenionych przez dealerów kategorii. Na uwagę zasługuje natomiast fakt, że w pierwszej dziesiątce najwyższej ocenionych pod tym względem marek znalazły się tylko 2 brandy „nieazjatyckie”: od lat znajdujący się w czołówce Mercedes oraz wyraźnie awansujący SEAT. Pozostałe miejsca należą już do marek japońskich lub koreańskich, z Toyotą na czele.

**Wykres 7. Ocena etyki działalności biznesowej importera**

1		(0).MAZDA	4,79
2		(+4).KIA	4,59
3		(0).LEXUS	4,57
4		(-2).SUBARU	4,50
5		(0).MERCEDES	4,28
6		(-2).TOYOTA	4,17
7		(+18).JEEP	3,25
8		(+9).DACIA	3,23
9		(+2).VOLVO	3,22
10		(+5).SKODA	3,22

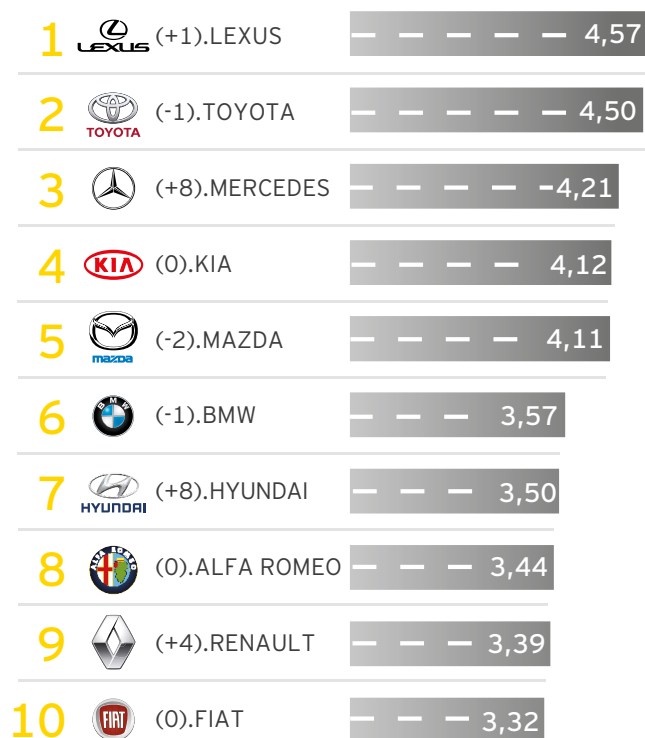
**Wykres 8. Ocena niezawodności produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej**

1		(+1).TOYOTA	4,83
2		(+2).SUBARU	4,83
3		(0).MERCEDES	4,78
4		(+2).KIA	4,78
5		(-4).LEXUS	4,76
6		(-1).HONDA	4,64
7		(+10).MITSUBISHI	4,63
8		(+7).SEAT	4,53
9		(-2).MAZDA	4,52
10		(0).SUZUKI	4,44

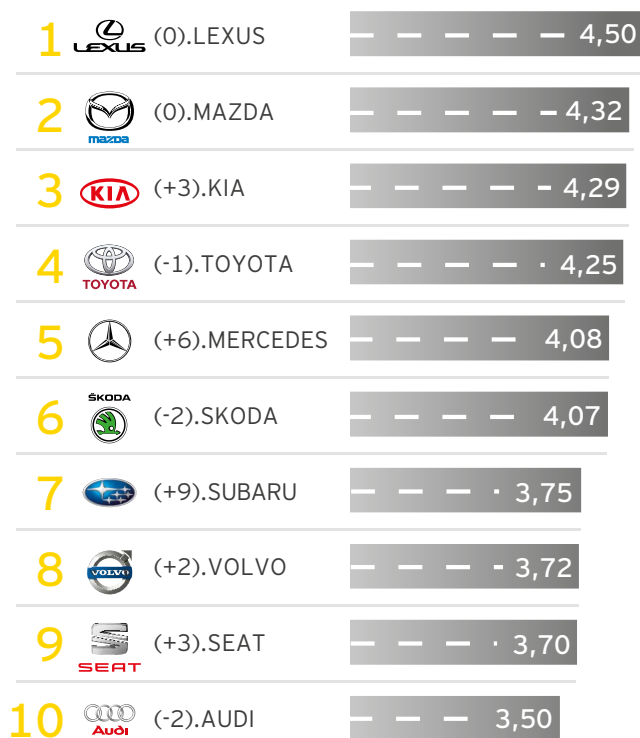
Po zeszłorocznej poprawie, w tym roku dealerzy nieco gorzej ocenili system dystrybucji aut (Wykres 9.), obejmujący dostępność samochodów oraz czas realizacji zamówień. Najwyższą notę - można powiedzieć już tradycyjnie - uzyskały w tej kategorii marki Toyota oraz Lexus. Jeśli chodzi o awanse, to bardzo wysoki wzrost odnotowała marka Mercedes. Duże spadki pojawiły się zaś w całej grupie VW: w Audi, Skodzie, SEAT, jak i w Volkswagencie.

Poziom programów marketingowych importera (Wykres 10.) dealerzy ocenili nieco niżej niż w roku 2017. Ocena obejmowała działania wspierające sprzedaż samochodów nowych oraz marketing posprzedażowy. Tak jak przed rokiem, najwyżej oceniono w tej kategorii aktywność Lexusa oraz Mazdy. Na uwagę zaś zasługują awanse marek Mercedes-Benz oraz Subaru.

Wykres 9. Ocena systemu dystrybucji



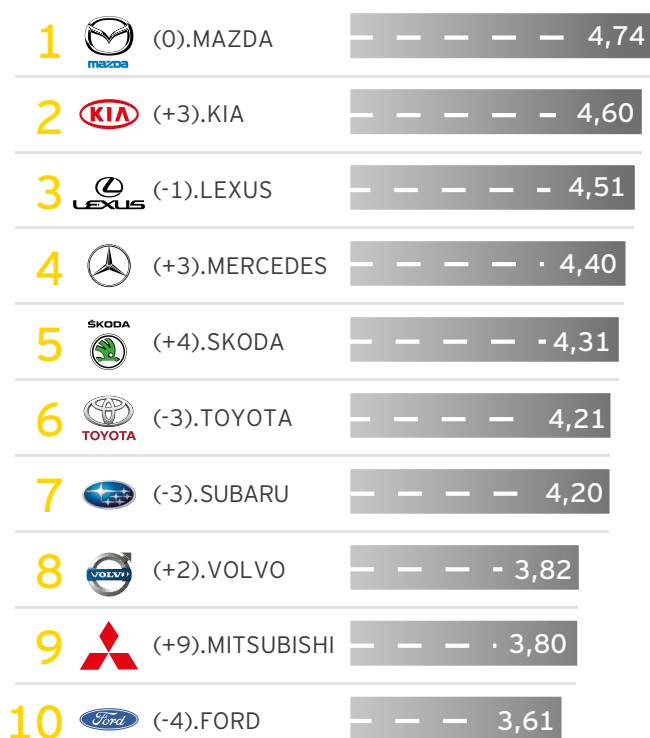
Wykres 10. Ocena programów marketingowych prowadzonych przez importera



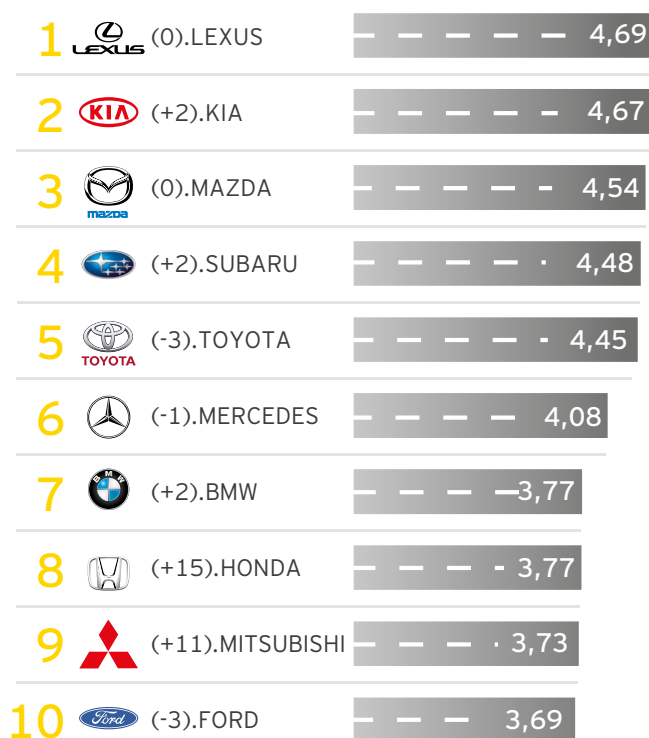
Jak co roku dealerzy ocenili w ankiecie także poziom kompetencji menedżerów pracujących w strukturach importera - tych odpowiedzialnych za część sprzedażową (wykres 11.) oraz - osobno - odpowiadających za posprzedaż (wykres 12.). Na obie oceny złożyły się kolejno: ocena umiejętności menedżerskich, wyczucia rynku, wywiązywania się ze zobowiązań, ocena dialogu prowadzonego z dealerem, a także - w przypadku menedżerów odpowiadających za sprzedaż - ocena pomocy w sprzedaży flotowej oraz - przy posprzedaży - współpraca w ramach rozliczania gwarancji.

W kategorii dotyczącej sprzedaży pierwsze miejsce obroniła, znajdująca się na tej pozycji od lat, marka Mazda. Zmiany lidera nie było też w części serwisowej, gdzie zwyciężyła ponownie - debiutująca w badaniu w zeszłym roku - marka Lexus. Co jednak najbardziej optymistyczne, w obu klasyfikacjach pojawił się wzrost średniej oceny menedżerów pracujących w centralach.

**Wykres 11. Ocena menedżerów pracujących u importera odpowiadających za sprzedaż**



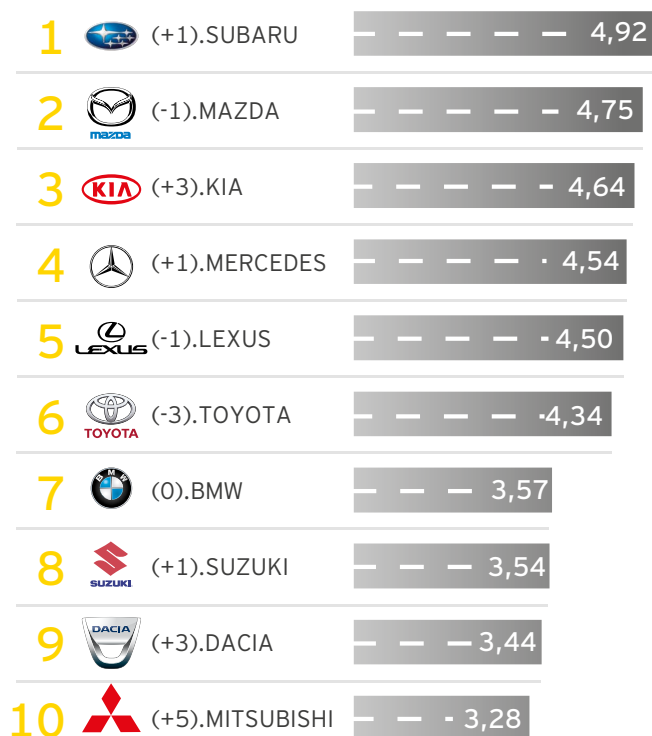
**Wykres 12. Ocena menedżerów pracujących u importera odpowiadających za posprzedaż**



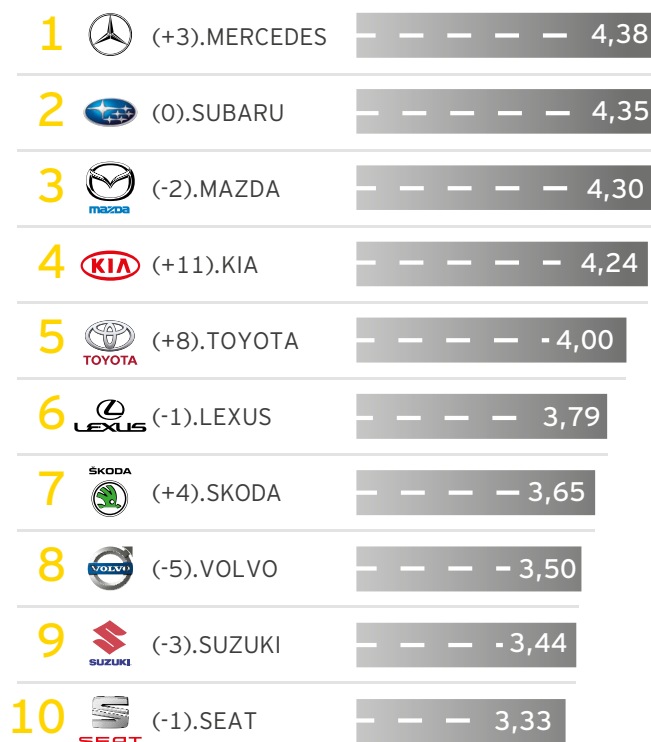
Kolejnym - bardzo ważnym - wskaźnikiem dealerskiej satysfakcji była ocena wysokości narzuconych standardów importerskich: w zakresie sprzedaży oraz serwisu (Wykres 13.). Średnia „nota” utrzymała się tu na zeszłorocznym poziomie, wynoszącym 3,21. Patrząc jednak na oceny uzyskane przez poszczególne marki - widać, że miały one duży wpływ na uzyskanie wyraźnie wyższej oceny w całym badaniu przez najlepiej ocenioną w tej kategorii „szóstkę”. Wszystkie marki z miejsc 1-6 odnotowały też w tym zestawieniu wzrost swojej oceny. Pierwsze miejsce, po awansie o jedną pozycję, z bardzo wysokim wynikiem (4,92) uzyskało Subaru.

Dość podobnie jak w zeszłym roku dealerzy ocenili produkty finansujące zakup samochodu (Wykres 14.). W tej kategorii brane pod uwagę były takie czynniki jak: konkurencyjność oferty w finansowaniu samochodów nowych i używanych, szybkość w wydawaniu decyzji kredytowej, ocena akcji marketingowych oraz ich spójność. Ubiegłoroczny lider zestawienia, marka Mazda, uzyskując niemalże identyczną ocenę, zajęła 3 pozycję, z kolei 1. miejsce - po awansie o 3 lokaty - przypadło Mercedesowi. Bardzo wysoki awans odnotowały KIA i Toyota.

**Wykres 13. Ocena wysokości narzuconych standardów importerskich w zakresie sprzedaży oraz serwisu**



**Wykres 14. Ocena produktów finansujących zakup samochodu**

























Po raz drugi w historii Badania dealerzy oceniali też współpracę z importerem w kategorii rozszerzonego pytania dotyczącego niezależności w prowadzeniu biznesu (wykres 15.). 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 zajęło Subaru. Bardzo wysoki awans odnotowała natomiast marka Jeep.

Istotnym wskaźnikiem mającym wpływ na satysfakcję dealerską była ocena współpracy w ramach części zamiennych (Wykres 16.). Na ocenę zbiorczą w tej kategorii miały wpływ noty uzyskane w ramach dostępności części w trybie zwykłym, wyjątkowym, a także czas realizacji zamówień oraz zasady wymiany/zwrotu nierotujących części zamiennych. Pozycję lidera - po istotnym awansie - zdobyła KIA, z wynikiem 4,45.

**Wykres 15. Ocena współpracy z importerem w zakresie niezależności w prowadzeniu biznesu**

1		(+2).SUBARU	4,40
2		(-1).MAZDA	4,25
3		(+2).KIA	4,21
4		(0).MERCEDES	4,19
5		(+21).JEEP	3,63
6		(+6).NISSAN	3,63
7		(+9).TOYOTA	3,58
8		(-2).ALFA ROMEO	3,41
9		(+6).SKODA	3,36
10		(+8).VOLVO	3,33











**Wykres 16. Współpraca w ramach części zamiennych**

1		(+4).KIA	4,45
2		(+12).LEXUS	4,14
3		(-2).TOYOTA	4,11
4		(-2).MERCEDES	4,10
5		(+2).HONDA	4,02
6		(+9).SUBARU	3,94
7		(+3).VOLVO	3,69
8		(-2).MAZDA	3,46
9		(-2).DACIA	3,44
10		(+2).RENAULT	3,43











Kolejną z 25 ocen cząstkowych składających się na wynik zbiorczy zestawienia były noty wystawiane przez dealerów za szkolenia organizowane przez importera w zakresie serwisu (Wykres 17.) W tej kategorii, po bardzo wysokim wzroście, pierwsze miejsce zajęła marka KIA. Istotny awans odnotowało również Mitsubishi.

Niezmiennie bardzo nisko (choć minimalnie lepiej niż rok temu) dealerzy oceniają importerskie programy sprzedaży samochodów używanych (wykres 18.). Na tę ocenę składała się: dostępność samochodów, ocena narzędzi informatycznych obejmujących zarządzanie sprzedażą i stokiem, wsparcie organizacyjne oraz ogólna atrakcyjność programu. Po raz pierwszy zwycięstwo w tej kategorii przypadło marce KIA, której pozycję lidera oddała - zajmująca od lat pierwsze miejsce w tej kategorii - Toyota.

Wykres 17. Ocena szkoleń z serwisu organizowanych przez importera

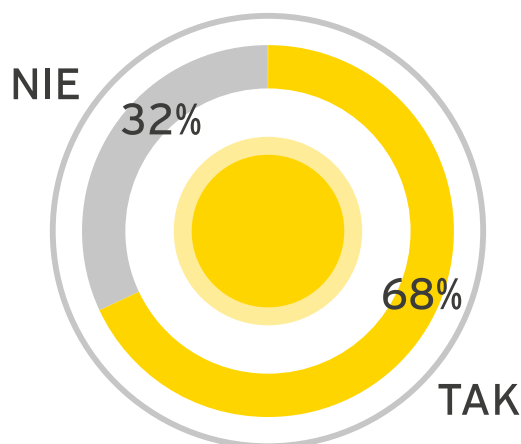
1	 (+7).KIA	4,46
2	 (0).TOYOTA	4,42
3	 (+1).MERCEDES	4,29
4	 (-1).MAZDA	4,21
5	 (-4).LEXUS	4,04
6	 (-1).SUBARU	4,02
7	 (+13).MITSUBISHI	3,67
8	 (+4).VOLVO	3,56
9	 (+1).FORD	3,53
10	 (+3).SUZUKI	3,52

Wykres 18. Ocena importerskich programów samochodów używanych

1	 (+6).KIA	3,85
2	 (-1).TOYOTA	3,77
3	 (+7).SUBARU	3,73
4	 (+5).MAZDA	3,71
5	 (-3).LEXUS	3,57
6	 (-1).VOLVO	3,44
7	 (-1).SEAT	3,10
8	 (+6).RENAULT	2,92
9	 (+4).HYUNDAI	2,88
10	 (+1).MERCEDES	2,88

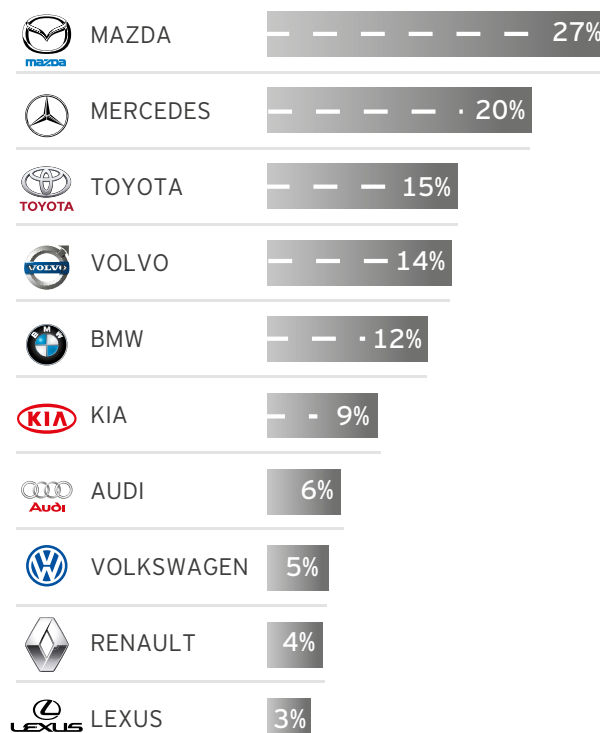
Nasi respondenci zostali także zapytani o to, czy stojąc przed ponownym wyborem, po raz kolejny zdecydowałby się na podjęcie współpracy z importerem sprzedawanej przez siebie marki. 68% badanych odpowiedziało twierdząco. Co ciekawe, jest to wynik o 10% niższy niż w roku 2017.

**Wykres 19. Czy stojąc przed ponownym wyborem podpisałbyś umowę autoryzacyjną na posiadaną markę**



Na zakończenie ankiety tradycyjnie pojawiło się pytanie o to, dealerem jakiej dowolnej marki chcieliby zostać ankietowani, gdyby mogli samodzielnie podjąć taką decyzję. Po raz trzeci z rzędu najbardziej pożądaną autoryzacją okazała się Mazda. Następne miejsce przypadło Mercedesowi, który po kolejnym awansie wyprzedził Toyotę. Warto zwrócić uwagę na fakt, że wśród 10 najbardziej poświadczanych przez dealerów autoryzacji znajdują się wszystkie czołowe marki z grupy premium.

**Wykres 20. Procentowa liczba dealerów którzy stając ponownie przed wyborem dowolnej autoryzacji wybraliby następującą markę**







# Ocena satysfakcji ze współpracy w segmencie aut dostawczych

Już po raz drugi Badanie satysfakcji dealerów samochodowych zostało dodatkowo rozszerzone o osobną część poświęconą ocenie satysfakcji dealerów ze współpracy z importerami samochodów dostawczych do 3,5 tony. Temu fragmentowi została poświęcona osobna ankieta obejmująca 81 pytań.

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

**Wykres 21. Wyniki Badania satysfakcji dealerów samochodów dostawczych ze współpracy z importerami 2018**

1	 (0).MERCEDES	4,47
2	 (+2).FORD	3,25
3	IVECO (+3).IVECO	3,20
4	 (-5).VOLKSWAGEN	3,08
5	 (+2).FIAT	3,07

Najwyższą ocenę - blisko 4,5 - uzyskała, jak w roku 2017, marka Mercedes, zaś zestawienie Top5 zamknął Fiat.

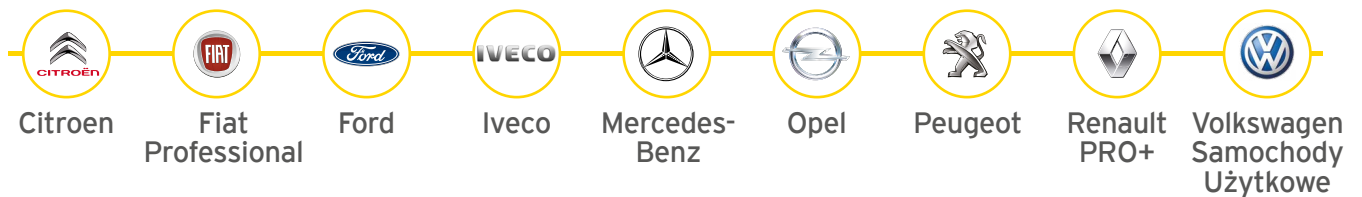


Kolejne Badanie satysfakcji dealerów samochodowych ze współpracy z importerami zostanie przeprowadzone w marcu i kwietniu 2019 roku.





Tak jak w roku 2017 dodatkowym założonym kryterium było ograniczenie grupy badanych marek do tych, które w minionym roku osiągnęły minimum 5% udziału w rynku. W badaniu wyselekcjonowano również dealerów znajdujących się w specjalistycznych sieciach sprzedaży samochodów dostawczych (pod warunkiem, że występują one w danej marce). Na tej podstawie w badaniu zostało sklasyfikowanych 9 marek:



Uzyskana w badaniu próba dla tej grupy wyniosła 34%. Co do zasady, wyniki Badania satysfakcji w segmencie samochodów dostawczych pokazują stosunkowo dużą korelację pomiędzy ocenami uzyskanymi przez markę w samochodach dostawczych oraz w autach osobowych.

Pierwsze miejsce tak jak w roku 2017 zajął Mercedes deklasując pozostałe marki i uzyskując wynik wyższy aż o 1,22 względem zajmującego drugie miejsce Forda. Zesłoroczny wicelider marka Opel, znalazła się poza pierwszą topową piątką. Zestawienie Top5 zamknął Fiat.

Patrząc na ogólne zestawienie i na wahania w pozycjach poszczególnych marek, warto zwrócić uwagę na fakt, że awanse Forda, Iveco czy Fiata wynikają jedynie z wyższych spadków oceny jakości współpracy w innych markach, bowiem w kategorii samochodów dostawczych wszystkie marki poza Mercedesem odnotowały spadki oceny. Średnia dla badania wyniosła zaś 3,08, w roku 2017 - 3,37.



## Top15 najlepiej ocenionych marek w latach 2007-2018

Marka	2018	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	13	15	13		6				b.d.	b.d.	b.d.
	3,21	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	14									b.d.	b.d.
	3,20									b.d.	b.d.
KIA	1	4	3	5	4	11		15	b.d.	14	9
	4,51	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	4	2	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	10	b.d.	b.d.
	4,26	4,33	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	3,13	b.d.	b.d.
Mazda	2	1	1	1	1	5	4	3	b.d.	b.d.	b.d.
	4,46	4,46	4,44	4,29	4,05	3,79	3,83	3,85	b.d.	b.d.	b.d.
Mercedes	5	5	5	3	8	3	2	2	2	1	3
	4,24	3,96	3,96	4,06	3,64	3,89	3,96	4,03	3,95	4,12	3,92
Mitsubishi	11			11					6	b.d.	15
	3,24			3,41					3,60	b.d.	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	12	14	7	12	5	15	15		b.d.		
	3,22	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	9			14		b.d.			8	5	7
	3,34			3,32		b.d.			3,27	3,63	3,49
Skoda	8	11	10	8	12	9			4	7	5
	3,40	3,43	3,48	3,63	3,39	3,68			3,53	3,62	3,61
SsangYong										11	11
										3,42	3,36
Subaru	3	6	4	4	14	6		b.d.	9	13	6
	4,27	3,94	4,06	3,99	3,28	3,77		b.d.	3,23	3,32	3,49
Suzuki	10	12	12	7		10	12	10	12	6	10
	3,26	3,40	3,43	3,63		3,59	3,37	3,40	3,08	3,62	3,40
Toyota	6	3	2	2	2	4	8	5	5	4	4
	4,20	4,24	4,33	4,17	4,04	3,87	3,44	3,61	3,51	3,65	3,74
Volkswagen	15	10	15		13	13				12	12
	3,16	3,48	3,28		3,34	3,52				3,35	3,35
Volvo	7	7	6	6	3	1	1	1	3	2	1
	3,54	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

Miejsce marki w rankingu



Ocena, jaką uzyskała marka



Top 10 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 marki	Ocena etyki działalności biznesowej Importera	Ocena niezawodności produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej	Ocena systemu dystrybucji samochodów	Ocena programów marketingowych wprowadzanych przez Importera	Ocena menedżerów pracujących u Importera odpowiedzialnych za sprzedaż	Ocena menedżerów 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 3,44						8 3,41			
Audi						10 3,50								
BMW					6 3,57		7 3,77	7 3,57						
Citroen														
Dacia	10 3,38	8 3,41	8 3,23						9 3,44			9 3,44		
Fiat					10 3,32									
Ford							10 3,61	10 3,69					9 3,53	
Honda				6 4,64				8 3,77				5 4,02		
Hyundai					7 3,50									9 2,88
Jeep			7 3,25								5 3,63			
KIA	3 4,36	4 4,10	2 4,59	4 4,78	4 4,12	3 4,29	2 4,60	2 4,67	3 4,64	4 4,24	3 4,21	1 4,45	1 4,46	1 3,85
Lexus	8 3,64	6 3,93	3 4,57	5 4,76	1 4,57	1 4,50	3 4,51	1 4,69	5 4,50	6 3,79		2 4,14	5 4,04	5 3,57
Mazda	2 4,36	1 4,71	1 4,79	9 4,52	5 4,11	2 4,32	1 4,74	3 4,54	2 4,75	3 4,30	2 4,25	8 3,46	4 4,21	4 3,71
Mercedes	1 4,50	2 4,33	5 4,28	3 4,78	3 4,21	5 4,08	4 4,40	6 4,08	4 4,54	1 4,38	4 4,19	4 4,10	3 4,29	10 2,88
Mitsubishi				7 4,63			9 3,80	9 3,73	10 3,28				7 3,67	
Nissan											6 3,63			
Opel														
Peugeot														
Renault		10 3,05			9 3,39							10 3,43		8 2,92
SEAT	7 3,75			8 4,53		9 3,70				10 3,33				7 3,10
Skoda	9 3,40	9 3,14	10 3,22			6 4,07	5 4,31			7 3,65	9 3,36			
Subaru	4 4,00	3 4,25	4 4,50	2 4,83		7 3,75	7 4,20	4 4,48	1 4,92	2 4,35	1 4,40	6 3,94	6 4,02	3 3,73
Suzuki				10 4,44					8 3,54	9 3,44			10 3,52	
Toyota	6 3,75	7 3,41	6 4,17	1 4,83	2 4,50	4 4,25	6 4,21	5 4,45	6 4,34	5 4,00	7 3,58	3 4,11	2 4,42	2 3,77
Volkswagen														
Volvo	5 3,89	5 3,94	9 3,22			8 3,72	8 3,82			8 3,50	10 3,33	7 3,69	8 3,56	6 3,44

Miejsce marki w rankingu



Ocena, jaką uzyskała marka





**Wykonawca badania:**

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

DCG Dealer Consulting  
ul. 11 Listopada 28A  
05-816 Michałowice  
Tel.: +48 22 243 63 86



**Patron badania:**

Związek Dealerów Samochodów  
ul. 11 Listopada 28A  
05-816 Michałowice  
Tel.: +48 22 233 22 06



**Partner merytoryczny:**

Leszek Lerch  
Partner w Dziale Audytu EY  
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