

Studie von J.D. Power: Serviceberater und Zusatzleistungen steigern Kundenzufriedenheit

Beim Thema Kundenzufriedenheit steht Volvo an erster Stelle im Premiumsegment, Mitsubishi führt bei den Volumenmarken.

MÜNCHEN, 28. Juni 2017 — Fahrzeughändler, die sich vor, während und nach einer Serviceleistung um ihre Kunden kümmern, können eher mit Folgeaufträgen rechnen. Das belegt die heute von J.D. Power veröffentlichte Werkstattstudie Deutschland – 2017 Germany Customer Service Index (CSI) StudySM.

„Ein Fahrzeug ist eine Investition; der Kunde muss daher dem Servicepersonal vertrauen können“, so **Dr. Axel Sprenger, Geschäftsführer von J.D. Power Europe**. „Serviceberater, die ihre Kunden vorab über die erforderlichen Arbeiten informieren und sich nach dem Werkstattbesuch von der Zufriedenheit der Kunden überzeugen, bauen ein Vertrauensverhältnis auf. Macht der Kunde eine positive Erfahrung, wird er die Vertragswerkstatt weiterempfehlen.“

Von den Kunden, die mit den Serviceleistungen des Händlers äußerst zufrieden sind (Gesamtzufriedenheit mit einem Ergebnis von 900 bis 1.000 Indexpunkten), wollen ihn 79% „definitiv“ an Freunde, Verwandte und Kollegen weiterempfehlen, 72% werden ihren nächsten Wagen „definitiv“ beim gleichen Händler kaufen oder leasen. Von den Kunden, die etwas weniger zufrieden sind (zwischen 700 und 899 Indexpunkte), wollen lediglich 43% den Händler weiterempfehlen und nur 38% sind bereit, dort ein Fahrzeug zu kaufen oder zu leasen.

Wesentliche Ergebnisse der Studie:

- **Herkömmliche Annehmlichkeiten fördern die Zufriedenheit:** Kostenlose Snacks und Getränke erhöhen die Zufriedenheit mit der Werkstatt erheblich (+83 Punkte), genauso wie die Bereitstellung eines Cafés (+67 Punkte) und eines Fernsehers (+53 Punkte).
- **Zufriedenere Kunden dank digitaler Dienste und Infrastruktur:** Jüngere Kunden kommunizieren mit ihren Serviceberatern lieber per SMS oder Messenger-App, auch um Werkstatttermine zu vereinbaren. Im Vergleich zu den Volumenmarken bieten fast doppelt so viele Premiummarken (16% gegenüber 30%) ihren Kunden in ihren Serviceeinrichtungen Zugang zu WLAN, jedoch fiel die Einwahl in das Netzwerk des Händlers nur der Hälfte aller befragten Kunden „sehr leicht“. Diese bewerteten dann auch die Serviceeinrichtung deutlich positiver als diejenigen, die „große/einige Probleme“ mit dem Verbindungsaufbau hatten (833 gegenüber 697 Punkten). Um die Kundenzufriedenheit zu steigern, müssen die Händler eine genaue Anleitung für die Nutzung ihres WLAN bereitstellen und die Signalstärke und -stabilität in allen Kundenbereichen sicherstellen. Nutzerfreundlichkeit, Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit der digitalen Zusatzleistungen für Kunden steigern die Zufriedenheit wesentlich.

Zufriedenheit und Marken-Ranking

Zwischen 2016 und 2017 stieg die Gesamtzufriedenheit mit dem Händlerservice von 747 auf durchschnittlich 772 Punkte bei Kunden von Premiummarken und von 732 auf 750 Punkte im Segment der Volumenmarken.

Unter den Premiummarken belegt **Volvo** mit 790 Punkten den ersten Platz im Händler-Ranking, das sind 23 Punkte über dem Vorjahreswert, mit dem das Unternehmen auch die Rangliste anführte. Auf den Plätzen zwei und drei folgen **Mercedes-Benz** (779 Punkte) und **Audi** (765 Punkte).

Den Spitzenplatz bei den Volumenmarken nimmt **Mitsubishi** ein (799 Punkte), gefolgt von **Toyota** (792 Punkte) und **Nissan** (765 Punkte).

Die Werkstattstudie Deutschland – Germany Customer Service Index (CSI) StudySM wurde 2017 im dritten Jahr durchgeführt. Ziel der Befragung ist die Ermittlung der Zufriedenheit der Kunden mit Vertragswerkstätten anhand von fünf Dimensionen (geordnet nach absteigender Bedeutung): Servicequalität (26%), Vereinbarung eines Servicetermins (23%), Serviceberater (19%), Fahrzeugabholung (18%) und Serviceeinrichtung (14%). Von Februar bis April 2017 wurden 8.329 Kunden befragt, deren Neuwagen zwischen Februar 2014 und April 2016 zugelassen wurde.

J.D. Power ist international führend im Bereich Verbraucherdaten, Beratungsservices, Daten und Analyse. Das Unternehmen unterstützt seine Kunden bei der Steigerung von Kundenzufriedenheit, Wachstum und Rentabilität. Gegründet 1968 und mit Hauptsitz im kalifornischen Costa Mesa betreibt J.D. Power Niederlassungen in Nord- und Südamerika, im asiatisch-pazifischen Raum sowie in Europa. J.D. Power ist eine Portfoliogesellschaft der XIO Group, einer globalen Gesellschaft für alternative Geldanlagen mit Sitz in London, die von ihren vier Gründern – Athene Li, Joseph Pacini, Murphy Qiao und Carsten Geyer – geführt wird.

Die Pressemitteilung ist auch unter <http://www.jdpower.com/pr-id/2017087> verfügbar.

Medienkontakt

Dr. Thomas Grethlein, Agentur Freundeskreis, Nürnberg, +49 (0) 911 8946 7777,

thg@agentur-freundeskreis.de

Geno Effler, J.D. Power, Costa Mesa, USA, +1 714 621 6224, media.relations@jdpa.com

Über J.D. Power sowie Richtlinien zu Werbe-/verkaufsfördernden Maßnahmen:

www.jdpower.com/about-us/press-release-info

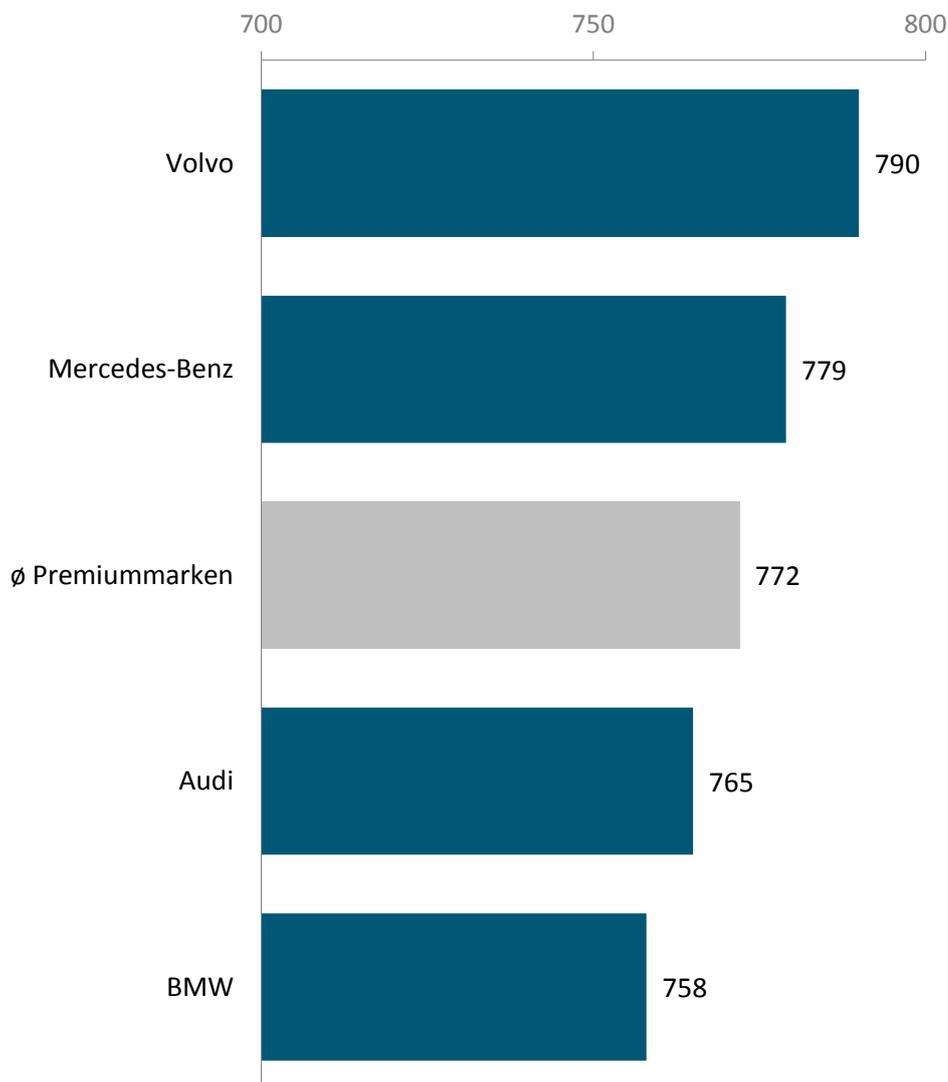
#

Hinweis: Zwei Diagramme auf den Folgeseiten

J.D. Power Werkstattstudie 2017 – 2017 Germany Customer Service Index (CSI) StudySM

Servicezufriedenheitsindex Premiummarken

(Basierend auf einer 1.000 Punkte Skala)



Hinweis: Porsche und Land Rover sind in der Studie enthalten, aber aufgrund unzureichender Fallzahlen nicht aufgeführt.

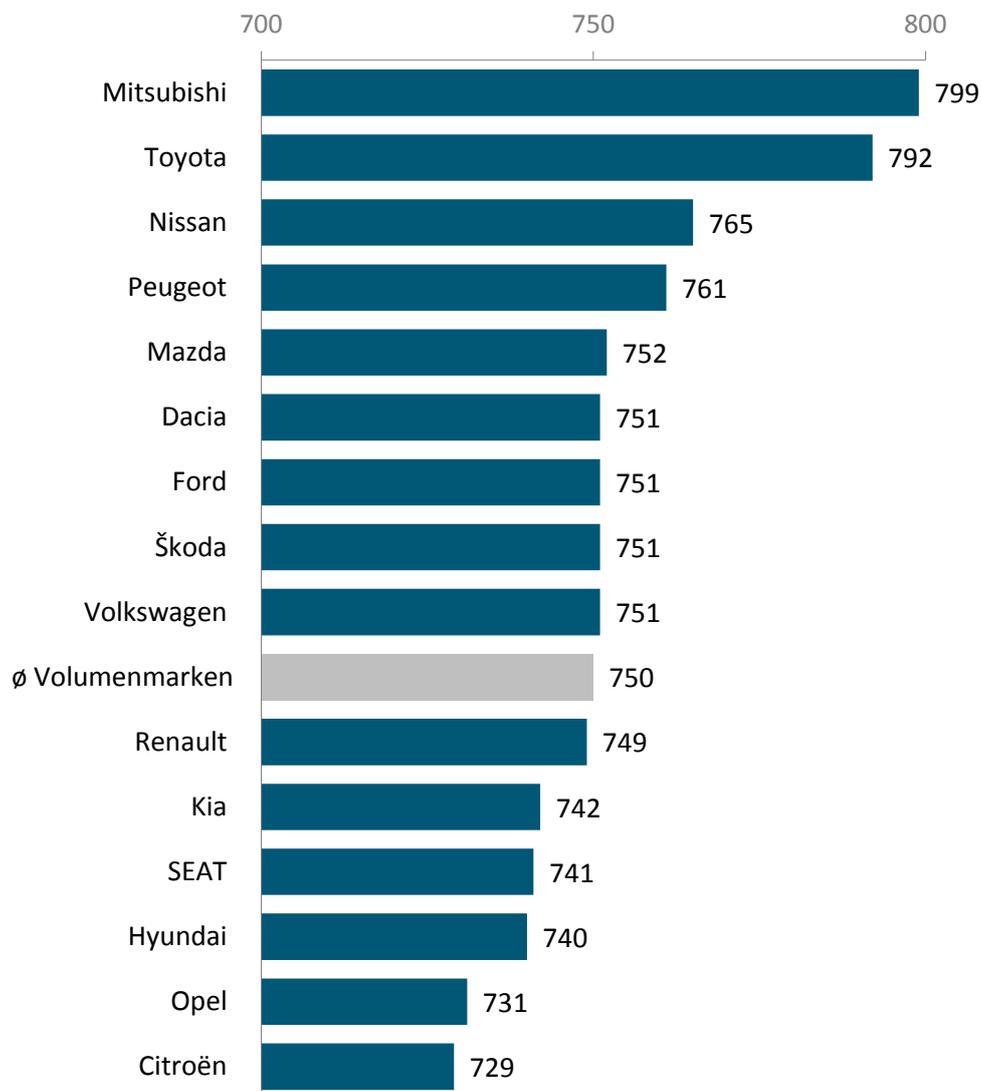
Quelle: J.D. Power 2017 Germany Customer Service Index (CSI) StudySM

Bei Verwendung von Diagrammen und Schaubildern aus dieser Pressemitteilung muss J.D. Power als Herausgeber und die Studie, aus der diese stammen, als Quelle genannt werden. Rangfolgen basieren auf numerischen Ergebnissen und nicht notwendigerweise auf statistischer Signifikanz. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen und Umfrageergebnisse von J.D. Power dürfen nicht ohne eine zuvor schriftlich eingeholte ausdrückliche Zustimmung von J.D. Power für Werbe- oder sonstige verkaufsfördernde Zwecke verwendet werden.

J.D. Power Werkstattstudie 2017 – 2017 Germany Customer Service Index (CSI) StudySM

Servicezufriedenheitsindex Volumenmarken

(Basierend auf einer 1.000 Punkte Skala)



Hinweis: Fiat, Honda, MINI, smart und Suzuki sind in der Studie enthalten, aber aufgrund geringer Fallzahlen nicht aufgeführt. In der Studie enthalten, aber aufgrund unzureichender Fallzahlen nicht aufgeführt: Jeep.

Quelle: J.D. Power 2017 Germany Customer Service Index (CSI) StudySM

Bei Verwendung von Diagrammen und Schaubildern aus dieser Pressemitteilung muss J.D. Power als Herausgeber und die Studie, aus der diese stammen, als Quelle genannt werden. Rangfolgen basieren auf numerischen Ergebnissen und nicht notwendigerweise auf statistischer Signifikanz. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen und Umfrageergebnisse von J.D. Power dürfen nicht ohne eine zuvor schriftlich eingeholte ausdrückliche Zustimmung von J.D. Power für Werbe- oder sonstige verkaufsfördernde Zwecke verwendet werden.