

2016-09-15 12:07 CEST

Toyota auktoriserade bilverkstäder har Sveriges nöjdaste kunder

Vad är det som gör att kunderna känner lojalitet med en viss bilverkstad?

Enligt Nordic Benchs senaste undersökning är det framförallt att kunderna känner sig schyst behandlade som är avgörande. När 1 700 svenska bilägare fått ange hur villiga de är att rekommendera sin bilverkstad vinner Toyotas verkstäder. Vad kunderna värdesätter högt hos just dessa är bland annat deras rykte, att de ligger i framkant och kvalitet på utfört arbete.

I en ny rapport från analysinstitutet Nordic Bench har 1 700 svenska bilägare fått säga sitt om vad de tycker om den bilverkstad de anlitar. Respondenterna fick bland annat ange i vilken grad de kan tänka sig att rekommendera sin bilverkstad till vänner och kollegor. Frågorna fördjupas sedan för att i slutändan ge ett resultat av hur bilverkstäderna står sig i jämförelse med varandra.

- Att man blir schyst bemött och verkligen kan lita på att verkstaden utför en kvalitativ service eller reparation väger tungt för bilägarna. I undersökningen mäter vi hela processen från bokning till betalning, och rapporten visar på en mängd faktorer som verkstäderna borde fokusera på. Framförallt vad i denna process som påverkar kundernas benägenhet att rekommendera en bilverkstad säger Jan Borg, vice vd för Nordic Bench.

Ur svaren kan man med hjälp av en speciell metodik få fram ett så kallat **Net Promoter Score (NPS)** som enkelt kan översättas till lojalitetsmått. Värdet får man fram genom att ställa andelen ambassadörer mot andelen kritiker. Toyota auktoriserade bilverkstäder får i mätningen ett NPS-värde på 42 vilket inte bara är högre än konkurrenterna utan även ett högt värde i jämförelse med företag i andra branscher. Ner till Mercedes-Benz auktoriserade bilverkstäders bottenplacering är det en skillnad på 44 poäng.

- - Analysen visar också att kunder med tjänstebil generellt sett är mer kritiska och mindre benägna att rekommendera sin bilverkstad än vad kunder med privatbil är. Detta gynnar således Toyotas märkesverkstäder som har en mindre andel kunder med tjänstebilar än vad många andra i studien har, fortsätter Jan Borg, vice vd för Nordic Bench.

Verkstadskedjorna står sig bra i konkurrensen med märkesverkstäderna. Den verkstadskedja som ligger bäst till är Meca som slutar på en tredje plats med NPS-värdet 34, vilket är ett högre värde än både Mekonomen och Autoexperten.

Nordic Benchs oberoende studier är återkommande. Branschrapporterna visar förutom NPS-värdet också hur strategiska beslut hos leverantörerna påverkat konsumenten samt hur en leverantör står sig gentemot sina konkurrenter. Andra branschrporter som redan släppts under året är Mobiloperatörer, TV-operatörer, Internetleverantörer, Dagligvaror och Fjällanläggningar.

Nordic Bench är ett analysinstitut med fokus på oberoende branschstudier med stöd av Net Promoter metodiken, där huvudfokus ligger i att kunna erbjuda kundbenchmark mellan konkurrerande företag inom olika branscher.

www.nordicbench.se

Fakta om oberoende branschstudier och Net Promoter Score-metodiken

Nordic Bench arbetar med oberoende branschstudier med stöd av en internationell standard för metoden Net Promoter Score. Tillämpningar av Net Promoter Score ger stöd till företag att minska kundbortfall och mobilisera lojala ambassadörer i kundkretsen. Resultaten från undersökningar enligt NPS ger viktiga insikter om vad som driver både egna och konkurrenters kunders lojalitet.

Net Promoter Score (NPS) är en metod som mäter kundlojalitet utvecklad av Fred Reichheld, Bain & Company, and Satmetrix. Modellen introducerades av Reichheld i hans Harvard Business review år 2003 "The One Number You Need To Grow". www.netpromoter.com

Kontaktpersoner



Jan Borg

Presskontakt

VVD

jan.borg@nordicbench.se

0739010722