



Znacząca poprawa wyników Forda w XIV edycji Badania Satysfakcji Dealerów Samochodowych

- Bardzo dobre oceny Forda w XIV edycji Badania Satysfakcji Dealerów Samochodowych.
- Marka zajęła 10. miejsce w klasyfikacji generalnej po awansie aż o 12 pozycji względem poprzedniego badania.
- Na uwagę zasługuje również 3. miejsce w klasyfikacji generalnej, jeśli chodzi o samochody dostawcze.

WARSZAWA, 24 września 2021 roku – Ford odnotował znaczącą poprawę wyników i jest jednym z największych wygranych XIV edycji Badania Satysfakcji Dealerów Samochodowych przeprowadzonego przez Dealer Consulting Group przy współpracy z EY. Marka odnotowała znaczący awans w klasyfikacji generalnej, notując poprawę w wielu kluczowych obszarach.

Co oceniano?

Badanie satysfakcji dealerskiej oparto na trzech płaszczyznach współpracy z importerem. Pierwsza dotyczy oceny sprzedawanych produktów i obejmowała m.in. satysfakcję klienta z zakupu, a także niezawodność czy też dostępność samochodów oferowanych przez centralę.

Druga płaszczyzna klasyfikacji miała związek z polityką importera, który jest przedstawicielem międzynarodowego koncernu w Polsce. Pod uwagę wzięto m.in. atrakcyjność umowy dealerskiej, konkurencyjność strategii rynkowej czy podejście do prowadzenia biznesu.

Ostatnia płaszczyzna do oceny dotyczyła importera jako firmy, która funkcjonuje w polskich realiach. A każda centrala zatrudnia konkretnych ludzi i posiada specyficzną kulturę organizacyjną.

Jak poradził sobie Ford?

Średnia ocena w badaniu wyniosła 3,29 pkt, podczas gdy Ford może pochwalić się oceną 3,41 pkt. Ważniejsze jest jednak to, że marka odnotowała największy wzrost w całym zestawieniu – aż o 12 pozycji - dzięki czemu zajęła 10. miejsce.

Poza ogólną oceną, Ford odnotował także wzrosty w wielu poszczególnych kategoriach. Marka zajęła 8. miejsce (awans o 11 pozycji) w kategorii oceny etyki działalności biznesowej importera. Również 8. miejsce (13 pozycji w górę) Ford zajął, jeśli chodzi o wskaźnik oceny współpracy w zakresie wyznaczania oraz realizacji planów sprzedażowych. Na ocenę zbiorczą złożyły się wyniki uzyskane przez importerów w 4 kategoriach: ocena wysokości planów sprzedażowych, ocena sposobu prowadzenia negocjacji z importerem, ocena proporcji między marżą zmienną uzależnioną od realizacji planu sprzedażowego, a także ocena przejrzystości i stopnia skomplikowania zasad realizacji planu sprzedaży.

Ford świetnie poradził sobie także w ocenie programów marketingowych prowadzonych przez importera. Zajął w tej kategorii 7. miejsce, awansując aż o 14 pozycji. Organizatorzy badania ocenili ten wzrost jako „spektakularny”. Tę samą pozycję (po awansie o 12 miejsc) marka zajęła w klasyfikacji dotyczącej oceny importerskich programów sprzedaży samochodów używanych.

Z uznaniem spotkała się także kadra zarządzająca importera, odpowiadająca za działania posprzedażowe. Ford zajął w tej kategorii 9. miejsce, awansując o 4 pozycje. Na ocenę złożyły się kolejno ocena umiejętności menedżerskich, wycucia rynku, wywiązywania się ze zobowiązań, ocena dialogu prowadzonego z dealerem, a także współpracy w ramach rozliczania gwarancji.

Marka została świetnie oceniona również w przypadku współpracy z importerem w zakresie niezależności w prowadzeniu biznesu. Ford awansował w tej kategorii o imponujące 15 pozycji, zajmując 7. miejsce.

W dodatkowej kategorii, niezaliczanej do ogólnej oceny, która objęła strategię rynkową importera związaną ze sprzedażą samochodów elektrycznych, Ford zajął bardzo wysokie, 4. miejsce.

Wysoka ocena działań związanych z samochodami dostawczymi

W badaniu zawarto także rozdział poświęcony ocenie satysfakcji dealerów ze współpracy z importerami samochodów dostawczych do 3,5 tony. Temu fragmentowi została poświęcona osobna ankieta obejmująca 81 pytań.

Również w tym zestawieniu Ford może pochwalić się świetnym wynikiem, który został zauważony przez autorów badania. Ogólny wynik marki wzrósł bowiem o imponujące 0,60 pkt, co pozwoliło na awans o 3 pozycje – na 3. miejsce.

- Tak dobre wyniki Forda są dla mnie potwierdzeniem, że obrona 12. miesięcy temu strategia budowania relacji biznesowych z naszymi dealerami działa – powiedział Piotr Pawlak, prezes i dyrektor zarządzający Ford Polska. – Jest to nagroda za niezwykle wysiłek całego mojego zespołu, w którym każda osoba jest niezwykle ważna. Przed nami wiele wyzwań, jednak z takim kredytem zaufania mamy jeszcze większą motywację, by skutecznie wspierać naszych dealerów w rentownym prowadzeniu biznesu – dodał Piotr Pawlak.

Jak przeprowadzono badanie?

XIV Badanie Satysfakcji Dealerów samochodowych zostało przeprowadzone w ostatnich miesiącach i było skierowane do kadry zarządzającej firmami dealerskimi.

Poszczególne aspekty dealerskiej satysfakcji zostały oceniane w pięciostopniowej skali szkolnej, gdzie „1” oznaczało najniższą ocenę, a „5” najwyższą. Każda ankieta poświęcona

jednej marce składała się z 83 pytań, a 26 ocen częściowych decydowało o nocie końcowej. Łącznie w badaniu uzyskano 395 ankiet z 26 marek.

#

O Ford Motor Company

Ford Motor Company z centralą w Dearborn w stanie Michigan w USA jest globalną marką oferującą samochody i usługi mobilne. Firma zatrudnia około 186 tys. pracowników w zakładach na całym świecie, zajmując się projektowaniem, produkcją, marketingiem, finansowaniem i serwisowaniem całej gamy pojazdów użytkowych, SUV-ów oraz samochodów osobowych - coraz częściej w wersjach zelektryfikowanych - marki Ford i luksusowej marki Lincoln. Rozszerzając swoją działalność, Ford umacnia pozycję lidera w dziedzinie elektryfikacji pojazdów, inwestuje w rozwój mobilności, systemy autonomicznej jazdy oraz usługi dla pojazdów skomunikowanych. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Motor Credit Company na stronie corporate.ford.com.

Ford of Europe wytwarza, sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, zatrudniając około 45 tys. pracowników we własnych oddziałach i łącznie około 59 tys. osób, po uwzględnieniu spółek typu joint venture oraz działalności nieskonsolidowanej. Oprócz spółki Ford Motor Credit Company, usługi firmy Ford of Europe obejmują dział Ford Customer Service Division oraz 19 oddziałów produkcyjnych (12 spółek całkowicie zależnych lub skonsolidowanych typu joint venture oraz 7 nieskonsolidowanych typu joint venture). Pierwsze samochody marki Ford dotarły do Europy w 1903 roku – w tym samym roku powstała firma Ford Motor Company. Produkcja w Europie ruszyła w roku 1911.

Kontakt: Mariusz Jasiński
Ford Polska Sp. z o.o.
(22) 6086815
mjasinsk@ford.com