automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

J. D. Power autóipari ügyfélhűség felmérés 2019: a Lexus ügyfelei a leghűségesebbek

Egyszer bármit el lehet adni az ügyfélnek, a minőség igazi mércéje, ha másodszor is tőlünk vásárol – tartja az autókereskedői mondás. A prémium kategóriában a Lexus vásárlói tartanak ki leginkább eredeti választásuk mellett.

A J. D. Power idén először állította össze autómárka ügyfélhűség rangsorát. A prémium márkák között a Lexus az első helyen végzett, a Toyota pedig ezüstérmes lett a tömegpiaci szereplők körében.

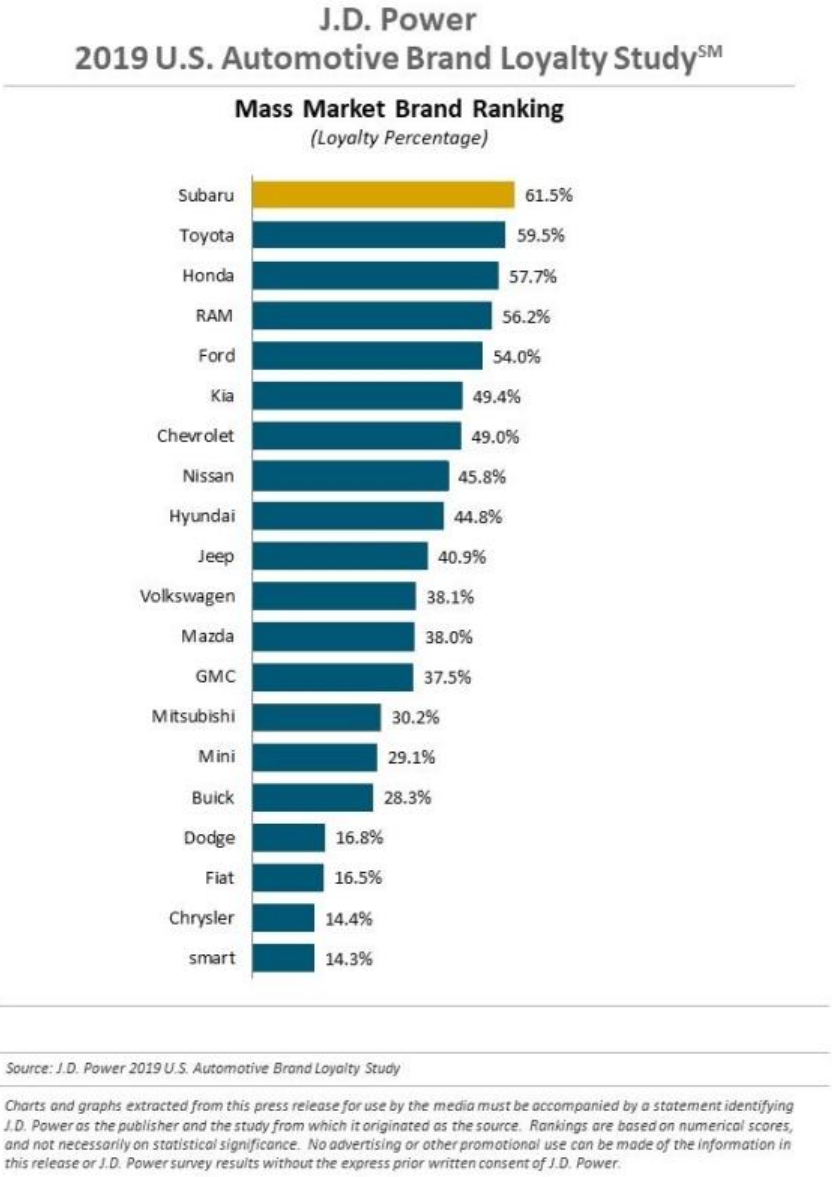
Az autópiaci elemzések több évtizedes tapasztalattal rendelkező szakértőjeként a J. D. Power világszerte etalonnak számít, ha az autók kezdeti minőségét, középtávú megbízhatóságát, esetleg a kereskedések által nyújtott szolgáltatások minőségét kell rangsorolni. A szervezet idén **először vizsgálta meg az ügyfélhűség mértékét** – egyelőre hazai piacán, az Egyesült Államokban. Később pedig a szokásos nemzetközi piacokon, így Nagy-Britanniában és Németországban is összeállítják azoknak az autómárkáknak a rangsorát, amelyek vásárlói a legnagyobb arányban maradnak hűségesek eredetileg választott gyártójukhoz.

„Az ügyfélhűség alighanem minden más mérőszámnál fontosabb a gyártók számára, hiszen rendkívül sok szempontnak kell stimmelnie ahhoz, hogy egy vásárló ne csak visszatérjen a márkához, de másoknak – rokonainak, ismerőseinek – is tiszta szívből ajánlani tudja azt” – értékelte az ügyfélhűség jelentőségét Tyson Jominy, a J. D. Power adatelemzésekért felelős alelnöke. *„Ha egy márka képes érzelmi alapú kapcsolatot teremteni ügyfeleivel – akár a járművek tartalmán, képességein vagy presztízsén keresztül –, az ügyfelek sokkal nagyobb eséllyel fognak visszatérni, és ismét tőlük vásárolni.”*
Az ügyfelek által kinyilvánított szándék helyett a J. D. Power elemzői a tényleges hűséget mérték: azt vizsgálták, hogy 2018 júniusa és 2019 májusa között az Egyesült Államokban beszámíttatott használt autókat (azok évjáratától függetlenül) milyen százalékban cserélték azonos márkájú új gépkocsira tulajdonosaik.

Ennek alapján a J. D. Power fennállásának első autóipari ügyfélhűség felmérését (Automotive Brand Loyalty Study) a prémium márkák körében a Lexus nyerte meg 47,6 százalékos visszatérési aránnyal. Ez az eredmény több mint három százalékponttal meghaladta a második helyezett márkát (44,2%), és több mint kétszer kedvezőbb a felmérésben leggyengébben szereplő luxusmárka eredményénél (20,6%).



Ami a tömegpiaci márkák teljesítményét illeti, ott a Toyota (59,5%) végzett a második helyen, mindössze két százalékponttal lemaradva a Toyotánál számottevően kevesebb (680 135 vs 2 128 201 db) autót értékesítő Subaru (61,5%) mögött.



Megdöbbentő, hogy a Toyota ügyfelei több mint négyszer nagyobb arányban térnek vissza márkájukhoz, mint a tömegpiac leggyengébb szereplőjének (14,3%) vásárlói. Szintén érdekes megfigyelés, hogy **a legjobb tíz tömegpiaci szereplő között nincs európai autógyártó.**

A Lexus és a Toyota nem először végeznek az ügyfélhűség-felmérések élén. Az Egyesült Államok első számú használtautó-értékesítő vállalkozása, a Fortune 500-as listáján szereplő, 1993-as alapítása óta több mint nyolcmillió használtautót értékesítő CarMax tavaly nyáron közzétett felmérése szerint vásárlóik körében a Lexus ügyfelei a leghűségesebbek; a Toyota itt is ezüstérmes volt a tömegpiaci márkák között. Az Edmunds.com szintén tavalyi felmérésén pedig a Lexus, illetve a Toyota végzett az első helyen a két piaci szegmensben.

Fotók: *Toyota, Lexus, J. D. Power*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/j-d-power-autoipari-ugyfelhuseg-felmeres-2019-lexus-ugyfelei-leghusegesebbek