





# **PRIMER INFORME DE EXPERIENCIA DE CLIENTE EN AUTOMOCIÓN (ESPAÑA)**

**Miguel Sanz Giménez**

Consultor Senior CX

**Buljan & Partners Consulting**



# XXI Congreso de Calidad en la Automoción



## QUIÉNES SOMOS



**Buljan & Partners Consulting**  
Consultora experta en Customer Centric Management (CCM) y Customer Experience.



**Motorpress Ibérica**  
Filial de Motor Presse International (MPI) es la editora en España de más de una veintena de publicaciones semanales y mensuales tanto en formato print como digital.

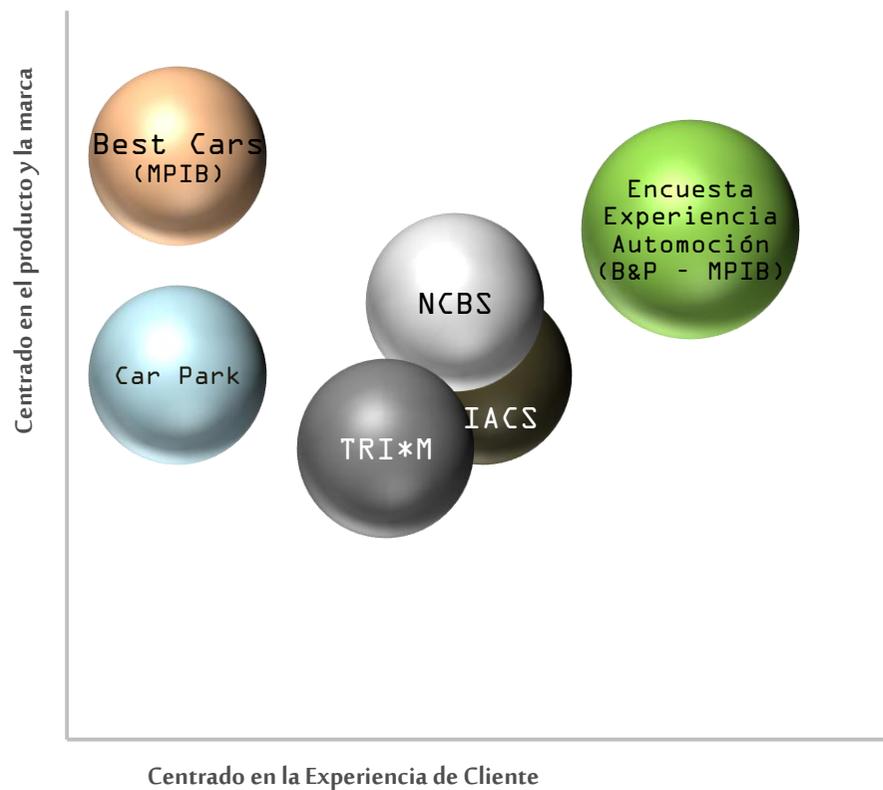
EXPERTOS EN

EXPERIENCIA DE CLIENTE + SECTOR AUTOMOCIÓN



# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

¿POR QUÉ?



ES EL **PRIMER ESTUDIO CX**  
EN AUTOMOCIÓN  
EN ESPAÑA

Encuesta Experiencia Automoción (B&P - MPIB)  
Best Cars (MPIB)  
Car Park  
NCBS: New Car Buyer Survey  
IACS: International Aftersales Customer Satisfaction  
TRI\*M: Measuring, Managing and Monitoring



# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

## ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA

INDICADORES DE EXPERIENCIA DE CLIENTE



EXPERIENCIA EN LOS PUNTOS DE INTERACCIÓN



CONEXIÓN EMOCIONAL CLIENTE-EMPLEADO





# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

## MARCAS PARTICIPANTES

### MARCAS

ABARTH ALFA ROMEO  
ASTON MARTIN AUDI  
BMW CHEVROLET CITROËN  
DACIA FIAT FORD HONDA  
HYUNDAI JAGUAR JEEP  
KIA LANCIA LAND ROVER  
LEXUS MAHINDRA MAZDA  
MERCEDES-BENZ MINI MITSUBISHI  
NISSAN OPEL PEUGEOT  
PORSCHE RENAULT ROLLS ROYCE  
SEAT SKODA SMART SSANGYONG  
SUBARU SUZUKI TOYOTA  
VOLKSWAGEN VOLVO

### MARCAS CON MUESTRA REPRESENTATIVA (respuestas)

AUDI (193) BMW (211) CITROËN (276)  
FORD (281) MERCEDES-BENZ (131) OPEL (214)  
PEUGEOT (280) RENAULT (297) SEAT (332)  
TOYOTA (206) VOLKSWAGEN (352)



## ALGUNOS HALLAZGOS (INDICADORES)

¿CON QUÉ PROBABILIDAD RECOMENDARÍAS LA MARCA/CONCESIONARIO DE TU VEHÍCULO ACTUAL A UN AMIGO O FAMILIAR?



$$NPS = \%Promotores - \%Detractores$$

**MARCA**

27

52 Max.  
4 Min.

2

14 Max.  
-10 Min.

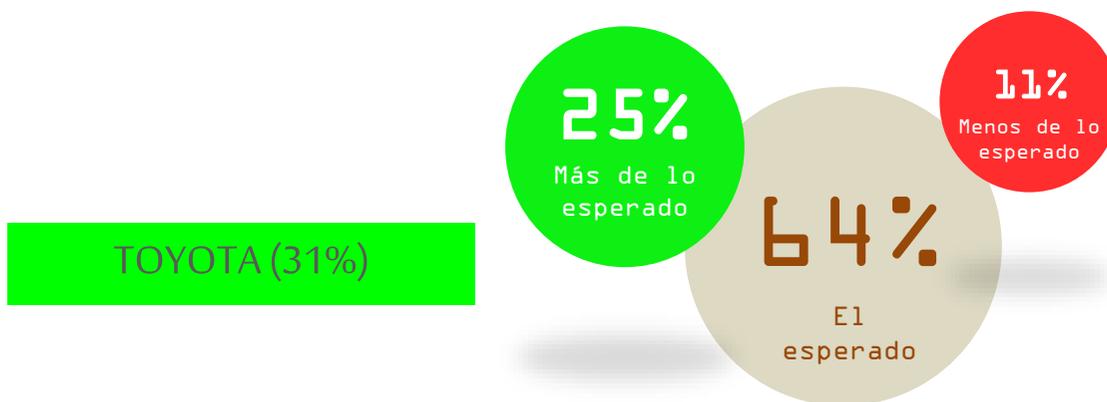
**CONCESIONARIO**



# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

## ALGUNOS HALLAZGOS (INDICADORES)

¿HASTA QUÉ PUNTO SE HAN CUMPLIDO TUS EXPECTATIVAS DE ATENCIÓN Y SERVICIO DESDE LA MARCA?





# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

## ALGUNOS HALLAZGOS (CUSTOMER JOURNEY)

¿QUÉ ES LO MÁS/MENOS IMPORTANTE PARA LOS CLIENTES A LO LARGO DEL CUSTOMER JOURNEY?

Cuando me planteo la compra de un vehículo nuevo, la marca de mi vehículo actual es mi primera opción

**IMPORTANCIA**

En el taller de la marca, acuerdo los trabajos necesarios a realizar en mi vehículo y recibo las aclaraciones necesarias

¿QUÉ ES LO MÁS/MENOS EMOCIÓN PRODUCE A LOS CLIENTES A LO LARGO DEL CUSTOMER JOURNEY?

Las comunicaciones de la marca son interesantes y con la frecuencia adecuada

**EMOCIÓN**

La prueba del vehículo me ayudó a decidirme a comprar el vehículo



# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

## ALGUNOS HALLAZGOS (CUSTOMER JOURNEY)

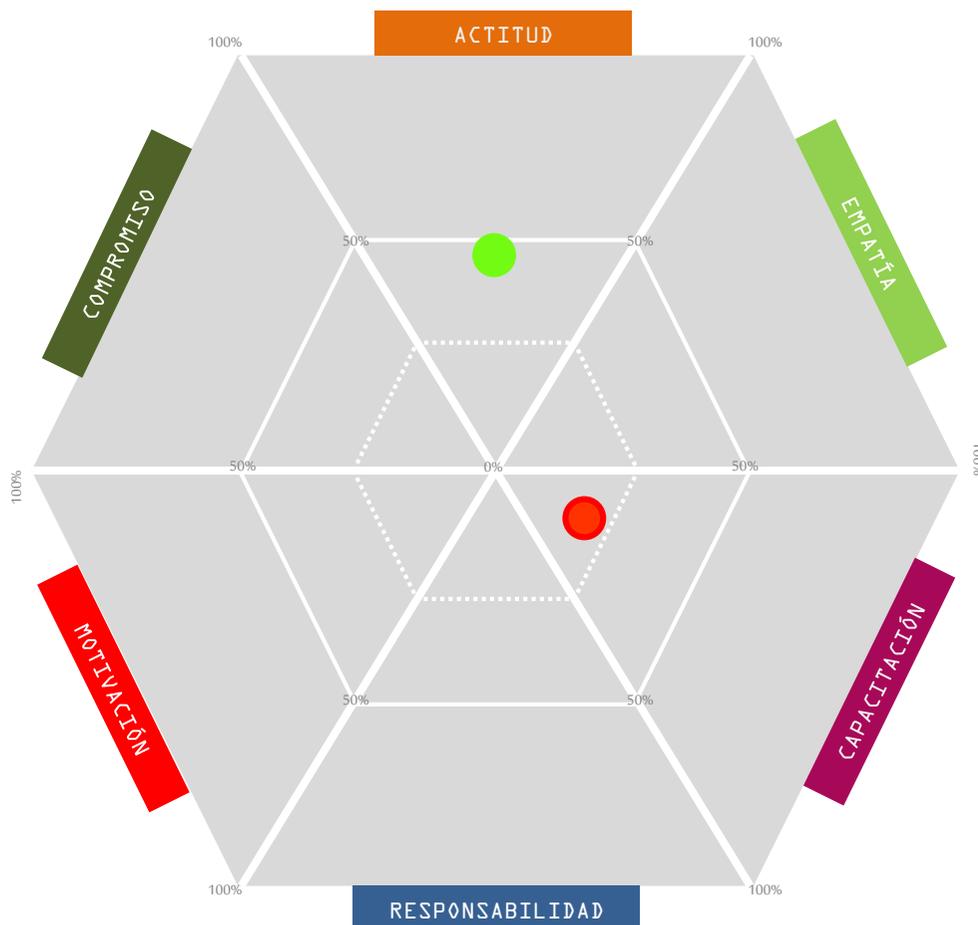
MOMENTOS DE LA VERDAD (MOT):  
GAP ENTRE IMPORTANCIA Y EMOCIÓN





# XXI Congreso de Calidad en la Automoción

## ALGUNOS HALLAZGOS (CONEXIÓN EMOCIONAL)



VALOR MÁXIMO

48%

El personal de la marca me atiende siempre que lo necesite

VALOR MÍNIMO

20%

El personal de la marca tiene libertad para salirse de las reglas que tienen con el fin de ayudarme