

 **ERNST & YOUNG**

*Quality In Everything We Do*

# Niezależne badanie satysfakcji dealerów samochodowych

  
POLSKA IZBA MOTORYZACJI

  
CONSULTING

**Ernst & Young to globalny lider usług audytowo-doradczych. 130 000 osób w 140 krajach przestrzega zasad uczciwości i profesjonalizmu w pracy dla klientów. Świadczymy najwyższej jakości kompleksowe usługi w ramach naszych najważniejszych kompetencji – audytu, rachunkowości, doradztwa podatkowego, biznesowego i transakcyjnego.**



**Leszek Lerch**

*Partner, Dyrektor Doradztwa  
dla Branży Motoryzacyjnej  
Ernst & Young*



**Marek Konieczny**

*Prezes  
Polska Izba Motoryzacji  
Consulting*

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce pierwszy tego typu ogólnopolski, niezależny raport z „Badania satysfakcji dealerów samochodowych 2007” przygotowany wspólnie przez ekspertów z międzynarodowej firmy doradczej Ernst & Young oraz Polskiej Izby Motoryzacji.

Na całym świecie relacje pomiędzy dealerami a importerami są przedmiotem szczegółowych badań, których wyniki spotykają się z dużym zainteresowaniem mediów oraz wpływają na stosunki między zainteresowanymi stronami.

Specyfika rynku motoryzacyjnego związana z wysokimi barierami wejścia i wyjścia z danego przedstawicielstwa sprawia, że silniejszą pozycję w związku dealerów i importerów zajmują ci drudzy. Badania satysfakcji dealerskiej mają korzystny wpływ na stosunki pomiędzy importerami a dealerami oraz wzmacniają pozycję dealerów.

Nasze badanie dotyczyło m.in. kwestii oceny inwestycji w dealerstwo, etyki biznesu importera, jakości sprzedawanego produktu czy zadowolenia klienta. Raport wyraźnie pokazuje, że poziom zadowolenia ze współpracy dealerów jest inny niż importerów. Odsetek dealerów, którzy ponownie stając przed wyborem marki podjęliby tę samą decyzję wynosi zaledwie 30%.

Przy opracowaniu oraz ewaluacji badania posłużyliśmy się europejskimi standardami. Dzięki temu możemy zestawić polskie wyniki z rezultatami naszych sąsiadów. Zależności między polskim a sąsiednimi rynkami są widoczne. Kontynuacja prac nad raportem w latach następnych z pewnością pozwoli wyciągnąć dalej idące wnioski.

Zapraszamy Państwa do lektury tegorocznego „**Niezależnego badania satysfakcji dealerów samochodowych**”.

*Leszek Lerch*

*Marek Konieczny*

## Wstęp

Sieci dystrybucyjne samochodów osobowych funkcjonują dzięki współpracy dealerów z importerami. Jednakże specyfika wiążącej ich umowy zawsze stawia dealera na gorszej pozycji. Jest to spowodowane wysokimi kosztami inwestycji, jakie musi on ponieść aby wejść lub odejść z danej sieci. Dealer, choć z własnej woli, jest skazany na współpracę z importerem i bez względu na prywatne sympatie musi z nim prowadzić interesy. Jaka jest zatem satysfakcja z takiej współpracy?

Co roku, na całym świecie, realizowane są niezależne badania satysfakcji dealerów samochodowych. Do tej pory Polska była jednym z niewielu krajów europejskich, w których badania

satysfakcji dealerów w takim ujęciu nie były jeszcze prowadzone. Badanie zostało wykonane przez międzynarodową firmę doradczą Ernst & Young i Polską Izbę Motoryzacji Consulting, według standardów realizowanych w krajach Unii Europejskiej i USA.

### Metodologia badań

Badanie zostało przeprowadzone od 3 września do 31 października 2007. Udział w nim wzięli właściciele i osoby zarządzające stacjami dealerskimi. Poszczególne aspekty „satysfakcji dealerskiej” były oceniane w skali pięciostopniowej, gdzie 1 było oceną najniższą a 5 najwyższą.

Założona dla badania próba wynosiła minimalnie 30% populacji



wszystkich dealerów danej marki, wyjątek stanowiły marki, których ilość dealerów w Polsce nie przekraczała 20. Dla tych marek próba minimalna została ustalona na 40%. W badaniu nie uwzględniono marek, których liczba dealerów w Polsce jest mniejsza niż 11. Łącznie w badaniu uzyskano 331 ankiet markowych co stanowi próbę ponad 32% badanego rynku dealerskiego.

## Opis badania

Ocena „satisfakcji dealerskiej” została oparta na trzech płaszczyznach, na których dealerzy oceniali swoich importerów. Pierwszą z nich była ocena sprzedawanego produktu. Obejmowała ona całość aspektów z nim związanych, takich jak: jakość, dostępność czy niezawodność. Drugą płaszczyznę stanowiła polityka producenta/importera, jako przedstawiciela międzynarodowego koncernu. Składała się na nią ocena atrakcyjności umowy dealerskiej, konkurencyjność strategii rynkowych oraz podejście do prowadzenia biznesu. Trzecią była ocena importera jako firmy, która wpisana w polskie realia zatrudnia konkretnych ludzi, posiadając przy tym własną kulturę organizacyjną.

## Ogólne wyniki badania

Wśród 25 marek sklasyfikowanych w badaniu najwyższą, zbiorczą ocenę satysfakcji dealerów otrzymało Volvo z wynikiem 4,05. Najniżej został sklasyfikowany Nissan z wynikiem 2,92.

Warto zwrócić uwagę że na czele listy znaleźli się przedstawiciele

marek luksusowych (Volvo, BMW, Mercedes) oraz liderzy rynku sprzedaży (Toyota, Skoda). Listę zamykają przedstawiciele marek francuskich oraz Nissana.

Klasyfikacja generalna	
Marka	Ocena
1. Volvo	4,05
2. BMW	3,97
3. Mercedes	3,92
4. Toyota	3,74
5. Skoda	3,61
6. Subaru	3,49
7. Seat	3,49
8. Honda	3,49
9. KIA	3,40
10. Suzuki	3,40
11. Ssang Yong	3,36
12. Volkswagen	3,35
13. Ford	3,33
14. Mitsubishi	3,30
15. Chrysler	3,25
16. Fiat	3,20
17. Hyundai	3,20
18. Opel	3,16
19. Citroen	3,12
20. Audi	3,11
21. Chevrolet	3,06
22. Alfa Romeo	3,00
23. Peugeot	2,95
24. Renault	2,94
25. Nissan	2,92



## Szczegółowe wyniki badań

W pierwszej kategorii częstkowej: satysfakcja z otwarcia dealerstwa jako inwestycji kapitałowej, najbardziej zadowoleni ze swojej decyzji są właściciele stacji BMW i Mercedesa. Za najmniej trafną uznali ją dealerzy Chevroleta i Hyundaia.

Tabela 1

Ocena inwestycji w dealerstwo	
Marka	Ocena
1. BMW	4,60
2. Mercedes	4,44
3. Volvo	4,17
4. Subaru	4,00
5. Skoda	3,88
6. Toyota	3,87
7. Chrysler	3,83
8. Volkswagen	3,72
9. Honda	3,71
10. Ssang Yong	3,67
11. Suzuki	3,67
12. Ford	3,54
13. Audi	3,50
14. KIA	3,39
15. Fiat	3,30
16. Renault	3,27
17. Opel	3,24
18. Mitsubishi	3,19
19. Citroen	3,15
20. Nissan	3,14
21. Seat	3,14
22. Peugeot	3,06
23. Alfa Romeo	3,00
24. Hyundai	3,00
25. Chevrolet	2,60

W kategorii: ocena etyki biznesu realizowanej przez importera (tabela 2) najwyższe noty otrzymali importerzy Subaru i Volvo, a najniższe Nissan i Peugeot.

W kategorii: pomoc, na jaką może liczyć dealer we współpracy z importerem (pomoc w kwestiach związanych ze sprzedażą, częściami czy serwisem – tabela 3) pierwsze miejsce zajęło Volvo – jako jedyne przekraczało ocenę 4, a drugie BMW. Tabele zamyka Peugeot i Nissan.

Tabela 2

Etyka działalności importera	
Marka	Ocena
1. Subaru	4,33
2. Volvo	4,28
3. Mercedes	4,19
4. BMW	3,93
5. Ssang Yong	3,78
6. Chrysler	3,67
7. Skoda	3,43
8. Toyota	3,38
9. Honda	3,19
10. KIA	3,18
11. Mitsubishi	3,13
12. Hyundai	3,10
13. Seat	3,10
14. Ford	3,08
15. Suzuki	3,04
16. Alfa Romeo	3,00
17. Chevrolet	2,97
18. Audi	2,75
19. Volkswagen	2,68
20. Fiat	2,64
21. Citroen	2,54
22. Opel	2,54
23. Renault	2,24
24. Peugeot	2,18
25. Nissan	2,05

Tabela 3

Ocena pomocy ze strony importera	
Marka	Ocena
1. Volvo	4,44
2. BMW	3,93
3. Mercedes	3,78
4. Ssang Yong	3,72
5. Chrysler	3,72
6. Skoda	3,61
7. Suzuki	3,59
8. Mitsubishi	3,56
9. Seat	3,48
10. Ford	3,46
11. Toyota	3,44
12. Fiat	3,43
13. Honda	3,29
14. Chevrolet	3,27
15. Alfa Romeo	3,27
16. Subaru	3,13
17. Citroen	3,10
18. Volkswagen	3,04
19. Opel	3,01
20. Audi	3,00
21. Hyundai	2,90
22. Renault	2,86
23. KIA	2,81
24. Nissan	2,81
25. Peugeot	2,73



**Tabela 4**

Ocena jakości produktu producenta/importera	
Marka	Ocena
1. Subaru	4,80
2. BMW	4,80
3. Honda	4,64
4. Toyota	4,60
5. Volvo	4,50
6. Audi	4,50
7. Skoda	4,35
8. KIA	4,33
9. Suzuki	4,33
10. Mercedes	4,33
11. Hyundai	4,23
12. Mitsubishi	4,13
13. Opel	,05
14. Seat	4,00
15. Volkswagen	3,95
16. Nissan	3,86
17. Ford	3,69
18. Ssang Yong	3,67
19. Citroen	3,64
20. Fiat	3,43
22. Peugeot	3,41
21. Chevrolet	3,30
23. Renault	3,09
24. Alfa Romeo	3,00
25. Chrysler	2,83

Jakość sprzedawanych przez siebie produktów (tabela 4) najwyżej ocenili dealerzy Subaru i BMW, ostatnie miejsca przypadły Chryslerowi i Alfa Romeo.

Opinia właściciela salonu na temat zadowolenia klientów (tabela 5) wydaje się jedną z najbardziej subiektywnych, bowiem w tym przypadku dealer ocenia nie tylko importera, ale i siebie. I dlatego średnia ocen jest najniższa.

Najbardziej zadowolonymi klientami według dealerów okazali się być nabywcy Subaru, BMW i Kia. Ostatnie miejsca zajmują Fiat, Renault i Alfa Romeo.

Tabela 5

Ocena zadowolenia klienta z decyzji o zakupie	
Marka	Ocena
1. Subaru	4,80
2. BMW	4,80
3. KIA	4,56
4. Toyota	4,53
5. Ssang Yong	4,50
6. Hyundai	4,46
7. Honda	4,43
8. Skoda	4,35
9. Volvo	4,33
10. Suzuki	4,33
11. Mitsubishi	4,25
12. Seat	4,21
13. Volkswagen	4,21
14. Nissan	4,14
15. Citroen	4,14
16. Audi	4,13
17. Mercedes	4,11
18. Opel	4,05
19. Ford	3,92
20. Chrysler	3,83
21. Chevrolet	3,80
22. Peugeot	3,76
23. Fiat	3,74
24. Renault	3,73
25. Alfa Romeo	3,60

Wynik dotyczący niezawodności produktu jest składową oceną niezawodności w ciągu pierwszych 3 miesięcy, niezawodności w długim okresie czasu (co określa jakość komponentów) oraz programów gwarancyjnych, jakie wspierają sprzedawany produkt (tabela 6). W tej kategorii pierwsze miejsce przypadło markom azjatyckim. Kolejne miejsca zajęły: Toyota, Subaru, Hyundai, Honda. Ostatnie miejsca przypadły markom francuskim i włoskim: Fiat, Renault, Alfa Romeo, Citroen. Ostatnie miejsce zajął Peugeot.

Tabela nr 7 to ocena systemu dystrybucji samochodów. Na jej wynik składa się ocena dostępności wersji poszczególnych modeli oraz czas oczekiwania na zamówiony samochód. Najlepsze wyniki w tej kategorii osiągnęły BMW, Audi

Tabela 6

Niezwadność produktu wraz ze wsparciem polityki gwarancyjnej	
Marka	Ocena
1. Toyota	4,49
2. Subaru	4,47
3. Hyundai	4,46
4. Honda	4,45
5. Volvo	4,44
7. BMW	4,40
6. KIA	4,37
8. Mitsubishi	4,25
9. Seat	4,12
10. Skoda	4,10
11. Suzuki	4,04
12. Mercedes	4,04
13. Ssang Yong	4,00
14. Ford	3,94
15. Opel	3,92
16. Volkswagen	3,91
17. Chrysler	3,89
18. Audi	3,86
19. Chevrolet	3,72
20. Nissan	3,71
21. Fiat	3,67
22. Renault	3,30
23. Alfa Romeo	3,20
24. Citroen	3,15
25. Peugeot	3,12

Tabela 7

Ocena systemu dystrybucji	
Marka	Ocena
1. Volvo	4,42
2. BMW	4,00
3. KIA	3,92
4. Volkswagen	3,79
5. Subaru	3,70
6. Alfa Romeo	3,70
7. Ssang Yong	3,67
8. Fiat	3,61
9. Seat	3,50
10. Citroen	3,50
11. Renault	3,48
12. Nissan	3,43
13. Hyundai	3,42
14. Mercedes	3,39
15. Toyota	3,33
16. Skoda	3,29
17. Peugeot	3,21
18. Mitsubishi	3,16
19. Opel	3,12
20. Ford	3,12
21. Honda	3,04
22. Suzuki	2,95
23. Chevrolet	2,95
24. Audi	2,93
25. Chrysler	2,50



i KIA. Zdecydowanie ostatnie miejsce zajmuje Chrysler z wynikiem 2,50.

Bardzo nisko zostały przez dealerów ocenione programy marketingowe wspierające sprzedaż samochodów oraz dbające o satysfakcję klienta po dokonaniu zakupu (tabela 8). Żadna z 25 marek nie uzyskała w tej kategorii oceny powyżej 4. W czołówce znalazło się Volvo, Toyota, Mercedes, ostatnie miejsce zajęły razem Nissan i Audi.

**Tabela 8**

Ocena programów marketingowych wprowadzanych przez importera	
Marka	Ocena
1. Volvo	3,83
2. Toyota	3,79
3. Mercedes	3,72
4. Suzuki	3,55
5. Seat	3,50
6. Skoda	3,38
7. Citroen	3,32
8. BMW	3,30
9. Volkswagen	3,00
10. Honda	3,00
11. KIA	3,00
12. Subaru	3,00
13. Ford	2,96
14. Opel	2,94
15. Ssang Yong	2,92
16. Fiat	2,83
17. Mitsubishi	2,81
18. Hyundai	2,81
19. Chevrolet	2,80
20. Chrysler	2,80
21. Renault	2,70
22. Peugeot	2,62
23. Alfa Romeo	2,60
24. Audi	2,57
25. Nissan	2,57

Podobnie nisko dealerzy oceniają wsparcie reklamowe ze strony importerów (tabela 9). Najwyższe oceny dostali: Mercedes, Toyota i Suzuki. Ciekawym faktem jest znalezienie się na ostatnim miejscu marki BMW, która w ocenie zbiorczej zajęła drugie miejsce i pierwsze miejsce w pięciu innych kategoriach ocen.

**Tabela 9**

Ocena wsparcia reklamowego ze strony importera	
Marka	Ocena
1. Mercedes	3,94
2. Toyota	3,83
3. Suzuki	3,65
4. Volvo	3,50
5. Skoda	3,47
6. Seat	3,46
7. Citroen	3,32
8. Volkswagen	3,18
9. Opel	3,11
10. Chevrolet	3,00
11. Nissan	2,90
12. Subaru	2,90
13. Honda	2,86
14. Fiat	2,76
15. Chrysler	2,75
16. Peugeot	2,71
17. KIA	2,69
18. Ford	2,69
19. Mitsubishi	2,69
20. Audi	2,64
21. Hyundai	2,54
22. Renault	2,41
23. Ssang Yong	2,33
24. Alfa Romeo	2,00
25. BMW	1,90

**Tabela 10**

Ocena stopnia zainteresowania producenta/importera opiniami dealera	
Marka	Ocena
1. BMW	4,33
2. Mercedes	4,04
3. Subaru	4,00
4. Toyota	3,96
5. Volvo	3,67
6. Seat	3,52
7. Mitsubishi	3,37
8. Suzuki	3,37
9. KIA	3,31
10. Honda	3,31
11. Skoda	3,29
12. Chrysler	3,28
13. Chevrolet	3,20
14. Ford	3,18
15. Ssang Yong	3,14
16. Volkswagen	3,07
17. Fiat	2,84
18. Hyundai	2,77
19. Alfa Romeo	2,73
20. Nissan	2,71
21. Citroen	2,71
22. Opel	2,62
23. Renault	2,50
24. Audi	2,48
25. Peugeot	2,36

Tabela nr 10 ocenia marki według zadowolenia dealerów z zainteresowania przez importerów ich opiniami odnośnie wizerunku produktu, jego jakości i programów lojalnościowo-marketingowych. Oceny powyżej 4 uzyskały BMW, Mercedes i Volvo, poniżej oceny 2,50 znalazły się Audi i Peugeot.

Tabela nr 11 to klasyfikacja stosunku importerów do samodzielnych działań dealera obejmujących prowadzenie przez niego własnego marketingu i reklamy oraz programów wspierających utrzymywanie klienta w swoim salonie. Najbardziej chwalonym przez dealerów importerem okazało się BMW, które jednak we wcześniejszym pytaniu o wsparcie reklamowe zajęło ostatnie miejsce. Wysoko znalazł się też Mercedes i Subaru. Ostatnie miejsca zajęły Ssang Yong, Peugeot, Renault.

**Tabela 11**

**Zgoda importera na prowadzenie własnego marketingu**

Marka	Ocena
1. BMW	4,40
2. Mercedes	4,22
3. Subaru	3,90
4. Toyota	3,87
5. Seat	3,79
6. Honda	3,68
7. Volvo	3,67
8. KIA	3,64
9. Alfa Romeo	3,60
10. Chrysler	3,58
11. Skoda	3,57
12. Chevrolet	3,55
13. Hyundai	3,54
14. Opel	3,48
15. Volkswagen	3,45
16. Ford	3,35
17. Fiat	3,33
18. Audi	3,31
19. Suzuki	3,31
20. Mitsubishi	3,28
21. Nissan	3,14
22. Citroen	3,11
23. Ssang Yong	3,10
24. Peugeot	3,06
25. Renault	2,84



Kolejna tabela (12) określa poziom akceptacji ze strony importera tej działalności dealera, która nie jest objęta umową dealerską. Średnia ocen wszystkich dealerów uzyskana w tej kategorii jest poniżej 3, czyli jest jedną z najniższych średnich ze wszystkich kategorii. Najwyżej ocenione zostało BMW, a ostatnie miejsce zajęło Audi – 2,29 pkt.

**Tabela 12**

<b>Zgoda importera na działalność, która nie została objęta umową dealerską</b>	
<b>Marka</b>	<b>Ocena</b>
1. BMW	<b>3,80</b>
2. Subaru	<b>3,60</b>
3. Hyundai	<b>3,42</b>
4. Seat	<b>3,36</b>
5. Toyota	<b>3,20</b>
6. Volvo	<b>3,17</b>
7. Mercedes	<b>3,11</b>
8. Volkswagen	<b>3,11</b>
9. Honda	<b>3,07</b>
10. Mitsubishi	<b>3,06</b>
11. KIA	<b>3,06</b>
12. Skoda	<b>3,00</b>
13. Ford	<b>3,00</b>
14. Suzuki	<b>3,00</b>
15. Ssang Yong	<b>3,00</b>
16. Fiat	<b>2,91</b>
17. Chrysler	<b>2,83</b>
18. Alfa Romeo	<b>2,80</b>
19. Opel	<b>2,68</b>
20. Nissan	<b>2,57</b>
21. Citroen	<b>2,43</b>
22. Peugeot	<b>2,41</b>
23. Renault	<b>2,41</b>
24. Chevrolet	<b>2,40</b>
25. Audi	<b>2,29</b>

Tabela nr 13 prezentuje ocenę kontaktów pomiędzy dealerem a importem w zakresie codziennej współpracy, odbierania reklamacji i umiejętności zarządzania siecią przez importera. W tej kategorii pierwsze miejsce zajęło Volvo, a ostatnie Renault.

Dealerzy ocenili także poziom kompetencji menagerów pracujących w strukturach importerskich (tabela 14).

**Tabela 13**

<b>Ocena współpracy z producentem/importerem</b>	
<b>Marka</b>	<b>Ocena</b>
1. Volvo	4,22
2. Mercedes	4,04
3. BMW	3,97
4. Toyota	3,64
5. Subaru	3,60
6. Chrysler	3,33
7. Skoda	3,31
8. Ssang Yong	3,22
9. Mitsubishi	3,13
10. KIA	3,11
11. Ford	3,10
12. Honda	3,03
13. Seat	3,02
14. Suzuki	3,00
15. Chevrolet	2,97
16. Hyundai	2,90
17. Volkswagen	2,82
18. Alfa Romeo	2,80
19. Fiat	2,77
20. Audi	2,75
21. Opel	2,65
22. Nissan	2,62
23. Citroen	2,62
24. Peugeot	2,39
25. Renault	2,27

**Tabela 14**

<b>Ocena managerów pracujących u importera</b>	
<b>Marka</b>	<b>Ocena</b>
1. Volvo	<b>4,47</b>
2. Mercedes	<b>4,00</b>
3. Subaru	<b>3,64</b>
4. BMW	<b>3,64</b>
5. Toyota	<b>3,45</b>
6. Skoda	<b>3,43</b>
7. Seat	<b>3,37</b>
8. Ford	<b>3,34</b>
9. Suzuki	<b>3,32</b>
10. Citroen	<b>3,21</b>
11. Ssang Yong	<b>3,20</b>
12. KIA	<b>3,19</b>
13. Chrysler	<b>3,17</b>
14. Honda	<b>3,14</b>
15. Mitsubishi	<b>3,13</b>
16. Volkswagen	<b>3,08</b>
17. Hyundai	<b>2,94</b>
18. Opel	<b>2,92</b>
19. Chevrolet	<b>2,90</b>
20. Renault	<b>2,89</b>
21. Alfa Romeo	<b>2,84</b>
22. Audi	<b>2,83</b>
23. Fiat	<b>2,82</b>
24. Peugeot	<b>2,59</b>
25. Nissan	<b>2,40</b>

Na ocenę tę złożyły się kolejno: umiejętność zarządzania zadaniami, realizacja wyznaczonych celów, wywiązywanie się z zobowiązań wobec dealera oraz ocena kontaktu i pomocy w sprzedaży flotowej. Bezsprzecznie najlepiej ocenieni zostali managerowie pracujący w Volvo, z bardzo dużą przewagą nad innymi importerami. Od Subaru, które zajęło trzecie miejsce, wynik Volvo jest lepszy o prawie cały punkt. Najniższy wynik, prawie dwa razy niższy niż Volvo uzyskali managerowie Nissana.

Kolejny wskaźnik poziomu „satisfakcji dealerskiej” dotyczył szkoleń organizowanych przez importera. Oceniano jakość szkoleń, dogodność terminów oraz efektywność. W szkoleniach sprzedażowych ( tabela 15) dealerzy najwyżej ocenili

**Tabela 15**

Ocena szkoleń ze sprzedaży	
Marka	Ocena
1. Volvo	4,33
2. Mercedes	4,22
3. BMW	4,13
4. KIA	3,87
5. Skoda	3,79
6. Ssang Yong	3,78
7. Suzuki	3,77
8. Seat	3,69
9. Toyota	3,69
10. Honda	3,64
11. Mitsubishi	3,54
12. Volkswagen	3,42
13. Ford	3,38
14. Citroen	3,36
15. Chevrolet	3,23
16. Renault	3,18
17. Audi	3,17
18. Hyundai	3,00
19. Peugeot	3,00
20. Fiat	2,97
21. Nissan	2,95
22. Opel	2,94
23. Alfa Romeo	2,87
24. Subaru	2,73
25. Chrysler	2,64

szkolenia Volvo, drugie miejsce przypadło BMW, a ostatnie miejsca to Subaru i Chrysler. Jeśli chodzi o szkolenia z serwisu (tabela 16) pierwsze miejsce zajął Mercedes i BMW, ostatnie Hyundai i Nissan.

**Tabela 16**

Ocena szkoleń z serwisu	
Marka	Ocena
1. Mercedes	4,30
2. BMW	4,27
3. Volvo	4,22
4. Toyota	3,93
5. KIA	3,80
6. Ssang Yong	3,72
7. Fiat	3,68
8. Seat	3,64
9. Honda	3,64
10. Suzuki	3,63
11. Skoda	3,63
12. Mitsubishi	3,59
13. Alfa Romeo	3,53
14. Audi	3,50
15. Citroen	3,31
16. Volkswagen	3,27
17. Peugeot	3,24
18. Ford	3,23
19. Opel	3,22
20. Chevrolet	3,20
21. Renault	3,09
22. Chrysler	3,00
23. Subaru	3,00
24. Hyundai	2,97
25. Nissan	2,81

Tabela nr 17 pokazuje ocenę dostępności części zamiennych, obejmującą czas oczekiwania oraz ich dostępność w trybie normalnym i wyjątkowym. W tej kategorii zanotowano bardzo dużą rozpiętość wyników. I tak najwyżej oceniono dostępność części w sieci Mercedesa, a najniżej w sieci Subaru.

Najniższy poziom ze wszystkich 20 ocen cząstkowych składających się na wynik satisfakcji dealerskiej osiągnęła ocena efektywności systemów informatycznych DMS



**Tabela 17**

Dostępność części zamiennych	
Marka	Ocena
1. Mercedes	4,30
2. BMW	4,07
3. Toyota	4,02
6. Renault	4,02
4. Honda	4,00
5. Ford	3,97
7. Volvo	3,94
8. Volkswagen	3,93
9. Peugeot	3,86
10. Skoda	3,69
11. Opel	3,68
12. Fiat	3,64
14. Chrysler	3,56
13. Audi	3,54
15. Hyundai	3,49
16. Citroen	3,43
17. Alfa Romeo	3,40
18. Suzuki	3,40
19. Nissan	3,19
20. Seat	3,05
22. Ssang Yong	3,00
21. Mitsubishi	2,94
23. Chevrolet	2,77
24. KIA	2,69
25. Subaru	2,33

**Tabela 18**

Ocena systemu informatycznego narzuconego przez importera	
Marka	Ocena
1. Volvo	3,72
2. Skoda	3,50
3. Seat	3,38
4. BMW	3,23
5. Honda	3,19
6. Ford	3,19
7. Fiat	3,19
8. Volkswagen	3,09
9. Audi	3,08
10. Peugeot	3,05
11. Alfa Romeo	2,93
12. KIA	2,91
13. Mitsubishi	2,88
14. Chrysler	2,82
15. Ssang Yong	2,78
16. Opel	2,77
17. Toyota	2,71
18. Renault	2,70
19. Chevrolet	2,57
20. Mercedes	2,56
21. Citroen	2,55
22. Hyundai	2,35
23. Suzuki	2,23
24. Nissan	2,13
25. Subaru	2,07



wymaganych przez importera (tabela 18). Najlepiej ocenili go dealerzy Volvo, ale tylko na poziomie 3,72 pkt, a najgorzej dealerzy Subaru 2,07 pkt. – jedna z trzech najniższych ocen w całym badaniu.

Tabela 19 zawiera opinie dealerów na temat produktów importerskich finansujących zakup samochodu przez klienta. Przy tej ocenie brana była pod uwagę konkurencyjność oferty w finansowaniu nowych i używanych samochodów, szybkość otrzymywania kredytu oraz całościowa ocena programów kredytowych i ich spójność. Tutaj najwyżej oceniono oferty BMW i Mercedesa.

**Tabela 19**

**Ocena produktów finansujących zakup samochodu**

Marka	Ocena
1. BMW	3,70
2. Mercedes	3,69
3. Toyota	3,43
4. Skoda	3,41
5. Fiat	3,40
6. Peugeot	3,37
7. Volvo	3,33
8. Chrysler	3,29
9. Opel	3,26
10. Renault	3,24
11. Volkswagen	3,21
12. Chevrolet	3,17
13. Ford	3,05
14. Seat	3,04
15. Alfa Romeo	2,95
16. Nissan	2,93
17. KIA	2,84
18. Honda	2,82
19. Citroen	2,80
20. Mitsubishi	2,58
21. Suzuki	2,38
22. Audi	2,34
23. Ssang Yong	2,33
24. Hyundai	2,31
25. Subaru	2,03





**Tabela 20**

<b>Ogólna ocena współpracy z importerem</b>	
<b>Marka</b>	<b>Ocena</b>
1. Volvo	4,33
2. BMW	4,20
3. Mercedes	4,00
4. Subaru	3,80
5. Toyota	3,67
6. Ssang Yong	3,67
7. Chrysler	3,67
8. Honda	3,64
9. Skoda	3,63
10. Seat	3,43
11. Ford	3,42
12. Suzuki	3,40
13. Mitsubishi	3,38
14. KIA	3,38
15. Hyundai	3,31
16. Volkswagen	3,11
17. Fiat	3,04
18. Audi	3,00
19. Opel	2,95
20. Chevrolet	2,90
21. Citroen	2,86
22. Peugeot	2,82
23. Renault	2,55
24. Nissan	2,40
25. Alfa Romeo	2,25

Ostatnie pytanie badania dotyczyło ogólnej oceny współpracy z importerem. Wyniki tabeli nr 20 są bardzo zbliżone do generalnych wyników badania satysfakcji dealerskiej z tabeli zbiorczej.

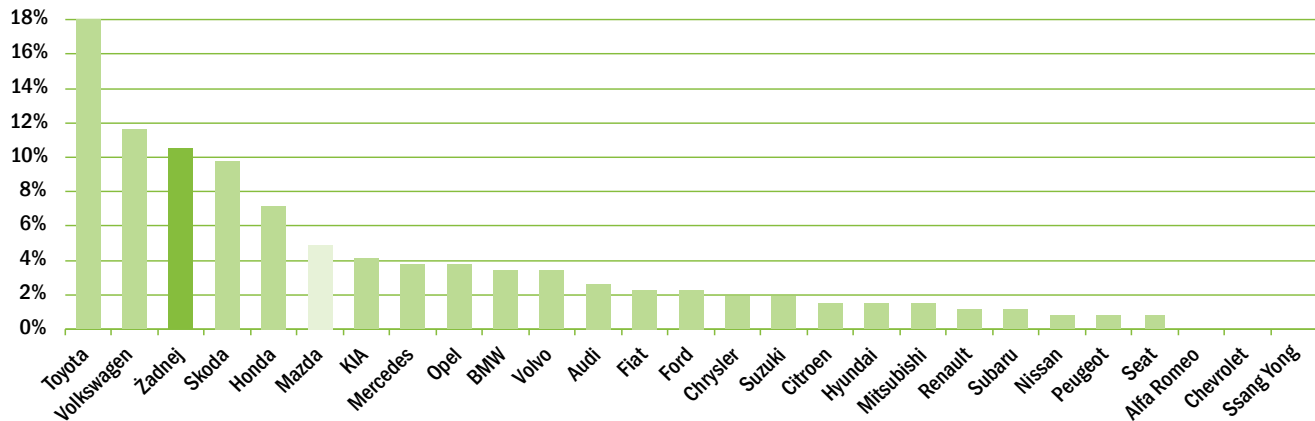
W ankiecie dealerzy zostali zapytani o najbardziej pożądaną przez nich autoryzację dealerską. Jedynie 30% dealerów chciałoby pozostać przy posiadanej obecnie marce. Najwyższy stopień lojalności osiągnęły Mercedes, Volvo i BMW.

Najbardziej pożądaną marką wśród polskich dealerów jest Toyota. Co ciekawe, na wysokim bo 5 miejscu znalazła się powracająca po 2 latach nieobecności na polskim rynku Mazda.

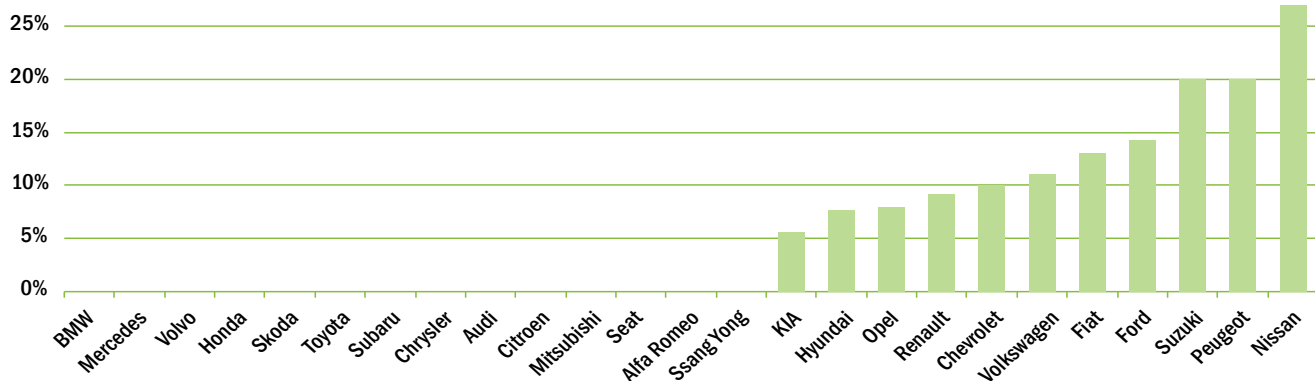
Wykres 1. Procentowy udział dealerów którzy zadeklarowali ponowny wybór swojej marki...



Wykres 2. Ponownie stając przed wyborem wybrałbym dealerstwo...



Wykres 3. Procentowy udział dealerów w poszczególnych markach którzy nie zdecydowaliby się na ponowne otwarcie dealerstwa samochodowego



Ponad 10% dealerów „ignorując” pytanie o wybór marki stwierdziło, że cofając się w przeszłość wcale nie zainwestowałoby pieniędzy w dealerstwo. Wśród dealerów, którzy chcieliby wycofać się z biznesu samochodowego

bezsprzecznie dominują dealerzy Nissana – prawie 30% dealerów tej marki wskazało taką odpowiedź. Kolejne badanie satysfakcji dealerów samochodowych w Polsce zostanie przeprowadzone we wrześniu i październiku 2008 roku.

Tabela 21

## Wyniki zbiorcze niezależnego badania satysfakcji dealerów samochodowych

Marka	Ocena	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.
1. Volvo	4,05	4,17	4,28	4,44	4,50	4,33	4,44	4,42	3,83	3,50	3,67	3,67	3,17	4,22	4,47	4,33	4,22	3,94	3,72	3,33	4,33
2. BMW	3,97	4,60	3,93	3,93	4,80	4,80	4,40	4,00	3,30	1,90	4,33	4,40	3,80	3,97	3,64	4,13	4,27	4,07	3,23	3,70	4,20
3. Mercedes	3,92	4,44	4,19	3,78	4,33	4,11	4,04	3,39	3,72	3,94	4,04	4,22	3,11	4,04	4,00	4,22	4,30	4,30	2,56	3,69	4,00
4. Toyota	3,74	3,87	3,38	3,44	4,60	4,53	4,49	3,33	3,79	3,83	3,96	3,87	3,20	3,64	3,45	3,69	3,93	4,02	2,71	3,43	3,67
5. Skoda	3,61	3,88	3,43	3,61	4,35	4,35	4,10	3,29	3,38	3,47	3,29	3,57	3,00	3,31	3,43	3,79	3,63	3,69	3,50	3,41	3,63
6. Subaru	3,49	4,00	4,33	3,13	4,80	4,80	4,47	3,70	3,00	2,90	4,00	3,90	3,60	3,60	3,64	2,73	3,00	2,33	2,07	2,03	3,80
7. Seat	3,49	3,14	3,10	3,48	4,00	4,21	4,12	3,50	3,50	3,46	3,52	3,79	3,36	3,02	3,37	3,69	3,64	3,05	3,38	3,04	3,43
8. Honda	3,49	3,71	3,19	3,29	4,64	4,43	4,45	3,04	3,00	2,86	3,31	3,68	3,07	3,03	3,14	3,64	3,64	4,00	3,19	2,82	3,64
9. KIA	3,40	3,39	3,18	2,81	4,33	4,56	4,37	3,92	3,00	2,69	3,31	3,64	3,06	3,11	3,19	3,87	3,80	2,69	2,91	2,84	3,38
10. Suzuki	3,40	3,67	3,04	3,59	4,33	4,33	4,04	2,95	3,55	3,65	3,37	3,31	3,00	3,00	3,32	3,77	3,63	3,40	2,23	2,38	3,40
11. Ssang Yong	3,36	3,67	3,78	3,72	3,67	4,50	4,00	3,67	2,92	2,33	3,14	3,10	3,00	3,22	3,20	3,78	3,72	3,00	2,78	2,33	3,67
12. Volkswagen	3,35	3,72	2,68	3,04	3,95	4,21	3,91	3,79	3,00	3,18	3,07	3,45	3,11	2,82	3,08	3,42	3,27	3,93	3,09	3,21	3,11
13. Ford	3,33	3,54	3,08	3,46	3,69	3,92	3,94	3,12	2,96	2,69	3,18	3,35	3,00	3,10	3,34	3,38	3,23	3,97	3,19	3,05	3,42
14. Mitsubishi	3,30	3,19	3,13	3,56	4,13	4,25	4,25	3,16	2,81	2,69	3,37	3,28	3,06	3,13	3,13	3,54	3,59	2,94	2,88	2,58	3,38
15. Chrysler	3,25	3,83	3,67	3,72	2,83	3,83	3,89	2,50	2,80	2,75	3,28	3,58	2,83	3,33	3,17	2,64	3,00	3,56	2,82	3,29	3,67
16. Fiat	3,20	3,30	2,64	3,43	3,43	3,74	3,67	3,61	2,83	2,76	2,84	3,33	2,91	2,77	2,82	2,97	3,68	3,64	3,19	3,40	3,04
17. Hyundai	3,20	3,00	3,10	2,90	4,23	4,46	4,46	3,42	2,81	2,54	2,77	3,54	3,42	2,90	2,94	3,00	2,97	3,49	2,35	2,31	3,31
18. Opel	3,16	3,24	2,54	3,01	4,05	4,05	3,92	3,12	2,94	3,11	2,62	3,48	2,68	2,65	2,92	2,94	3,22	3,68	2,77	3,26	2,95
19. Citroen	3,12	3,15	2,54	3,10	3,64	4,14	3,15	3,50	3,32	3,32	2,71	3,11	2,43	2,62	3,21	3,36	3,31	3,43	2,55	2,80	2,86
20. Audi	3,11	3,50	2,75	3,00	4,50	4,13	3,86	2,93	2,57	2,64	2,48	3,31	2,29	2,75	2,83	3,17	3,50	3,54	3,08	2,34	3,00
21. Chevrolet	3,06	2,60	2,97	3,27	3,30	3,80	3,72	2,95	2,80	3,00	3,20	3,55	2,40	2,97	2,90	3,23	3,20	2,77	2,57	3,17	2,90
22. Alfa Romeo	3,00	3,00	3,00	3,27	3,00	3,60	3,20	3,70	2,60	2,00	2,73	3,60	2,80	2,80	2,84	2,87	3,53	3,40	2,93	2,95	2,25
23. Peugeot	2,95	3,06	2,18	2,73	3,41	3,76	3,12	3,21	2,62	2,71	2,36	3,06	2,41	2,39	2,59	3,00	3,24	3,86	3,05	3,37	2,82
24. Renault	2,94	3,27	2,24	2,86	3,09	3,73	3,30	3,48	2,70	2,41	2,50	2,84	2,41	2,27	2,89	3,18	3,09	4,02	2,70	3,24	2,55
25. Nissan	2,92	3,14	2,05	2,81	3,86	4,14	3,71	3,43	2,57	2,90	2,71	3,14	2,57	2,62	2,40	2,95	2,81	3,19	2,13	2,93	2,40
Średnia z ocen	3,35	3,52	3,13	3,34	3,98	4,19	3,96	3,40	3,05	2,93	3,19	3,51	2,95	3,09	3,20	3,41	3,50	3,52	2,86	3,00	3,31

Tabela 21 - cd.

Marka	Ocena	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.
1. Volvo	4,05	3.	2.	1.	5.	9.	5.	1.	1.	4.	5.	7.	6.	1.	1.	1.	3.	7.	1.	7.	1.
2. BMW	3,97	1.	4.	2.	2.	2.	7.	2.	8.	25.	1.	1.	1.	3.	4.	3.	2.	2.	4.	1.	2.
3. Mercedes	3,92	2.	3.	3.	10.	17.	12.	14.	3.	1.	2.	2.	7.	2.	2.	2.	1.	1.	20.	2.	3.
4. Toyota	3,74	6.	8.	11.	4.	4.	1.	15.	2.	2.	4.	4.	5.	4.	5.	9.	4.	3.	17.	3.	5.
5. Skoda	3,61	5.	7.	6.	7.	8.	10.	16.	6.	5.	11.	11.	12.	7.	6.	5.	11.	10.	2.	4.	9.
6. Subaru	3,49	4.	1.	16.	1.	1.	2.	5.	12.	12.	3.	3.	2.	5.	3.	24.	23.	25.	25.	25.	4.
7. Seat	3,49	21.	13.	9.	14.	12.	9.	9.	5.	6.	6.	5.	4.	13.	7.	8.	8.	20.	3.	14.	10.
8. Honda	3,49	9.	9.	13.	3.	7.	4.	21.	10.	13.	10.	6.	9.	12.	14.	10.	9.	4.	5.	18.	8.
9. KIA	3,40	14.	10.	23.	8.	3.	6.	3.	11.	17.	9.	8.	11.	10.	12.	4.	5.	24.	12.	17.	14.
10. Suzuki	3,40	11.	15.	7.	9.	10.	11.	22.	4.	3.	8.	19.	14.	14.	9.	7.	10.	18.	23.	21.	12.
11. Ssang Yong	3,36	10.	5.	4.	18.	5.	13.	7.	15.	23.	15.	23.	15.	8.	11.	6.	6.	22.	15.	23.	6.
12. Volkswagen	3,35	8.	19.	18.	15.	13.	16.	4.	9.	8.	16.	15.	8.	17.	16.	12.	16.	8.	8.	11.	16.
13. Ford	3,33	12.	14.	10.	17.	19.	14.	20.	13.	18.	14.	16.	13.	11.	8.	13.	18.	5.	6.	13.	11.
14. Mitsubishi	3,30	18.	11.	8.	12.	11.	8.	18.	17.	19.	7.	20.	10.	9.	15.	11.	12.	21.	13.	20.	13.
15. Chrysler	3,25	7.	6.	5.	25.	20.	17.	25.	20.	15.	12.	10.	17.	6.	13.	25.	22.	14.	14.	8.	7.
16. Fiat	3,20	15.	20.	12.	20.	23.	21.	8.	16.	14.	17.	17.	16.	19.	23.	20.	7.	12.	7.	5.	17.
17. Hyundai	3,20	24.	12.	21.	11.	6.	3.	13.	18.	21.	18.	13.	3.	16.	17.	18.	24.	15.	22.	24.	15.
18. Opel	3,16	17.	22.	19.	13.	18.	15.	19.	14.	9.	22.	14.	19.	21.	18.	22.	19.	11.	16.	9.	19.
19. Citroen	3,12	19.	21.	17.	19.	15.	24.	10.	7.	7.	21.	22.	21.	23.	10.	14.	15.	16.	21.	19.	21.
20. Audi	3,11	13.	18.	20.	6.	16.	18.	24.	24.	20.	24.	18.	25.	20.	22.	17.	14.	13.	9.	22.	18.
21. Chevrolet	3,06	25.	17.	14.	21.	21.	19.	23.	19.	10.	13.	12.	24.	15.	19.	15.	20.	23.	19.	12.	20.
22. Alfa Romeo	3,00	23.	16.	15.	24.	25.	23.	6.	23.	24.	19.	9.	18.	18.	21.	23.	13.	17.	11.	15.	25.
23. Peugeot	2,95	22.	24.	25.	22.	22.	25.	17.	22.	16.	25.	24.	22.	24.	24.	19.	17.	9.	10.	6.	22.
24. Renault	2,94	16.	23.	22.	23.	24.	22.	11.	21.	22.	23.	25.	23.	25.	20.	16.	21.	6.	18.	10.	23.
25. Nissan	2,92	20.	25.	24.	16.	14.	20.	12.	25.	11.	20.	21.	20.	22.	25.	21.	25.	19.	24.	16.	24.



Tabela 22

## Wykaz 10 największych dealerów z listy TOP 50

	Firma/grupa dealerska	Ilość sprzedanych aut w szt.*	Ilość lokalizacji	Lokalizacje	Reprezentowane marki
1.	Polska Grupa Dealerów Sp. z o.o.	7499	9	Kraków, Warszawa, Katowice, Chorzów, Bielsko-Biała	Ford, Nissan, Suzuki, Fiat, Mitsubishi
2.	Carservis S.A.	5347	8	Warszawa, Rzeszów, Olsztyn, Ostrołęka, Hawa, Łomża, Ostrów Maz.	Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Hyundai, Kia
3.	Krotoski – Cichy s.j. / Skodex	3924	5	Poznań, Piła	VW, Audi, Skoda
4.	Toyota Marki/ Toyota Żeran	3708	2	Warszawa	Toyota
5.	Grupa ProMotors	3449	7	Warszawa, Katowice, Poznań, Wrocław, Lublin, Rzeszów	Seat, Hyundai, Suzuki, GAZ
6.	Pol Mot Holding	3148	9	Warszawa, Białystok, Bielsk Podlaski, Łomża, Kielce	Skoda, Fiat, Opel
7.	Auto Żoliborz sp. z o.o.	3144	3	Warszawa	Opel, Chevrolet
8.	Grupa BEMO	2648	5	Poznań, Szczecin, Koszalin	Ford, Volvo, Suzuki, Mitsubishi
9.	Toyota Bielany sp. z o.o.	2623	1	Warszawa	Toyota
10.	Summit Motors	2593	3	Warszawa	Ford, Honda

źródło: IBRM Samar i Polska Izba Motoryzacji Consulting

\*Dane dotyczą sprzedaży aut osobowych i dostawczych do 3,5 t w okresie 12 miesięcy od 1 września 2006 r. do 31 sierpnia 2007 r.







**Ernst & Young**  
**Rondo ONZ 1**  
**00-124 Warszawa**  
**Tel.: +48 (22) 557 70 00**  
**Fax: +48 (22) 557 70 01**

**Leszek Lerch**  
**Partner**  
**Dyrektor Grupy Motoryzacyjnej**  
**Leszek.Lerch@pl.ey.com**  
**Tel.: + 48 (32) 760 7742**



**PIM Consulting Sp. z o.o.**  
**Grażyny 15**  
**02-548 Warszawa**  
**Tel.: +48 (22) 845 01 40, 44084 60**  
**Fax: +48 (22) 845 27 17**

**Marek Konieczny**  
**Prezes**  
**konieczny@pim.org.pl**  
**Tel.: +48 (22) 845 01 40**



**Krzysztof Romański**  
**Koordynator Projektu**  
**romanski@pim.org.pl**  
**Tel.: +48 (22) 440 84 89**



**ERNST & YOUNG**

**[www.ey.com/pl/automotive](http://www.ey.com/pl/automotive)**

© 2007 Ernst & Young.  
Wszelkie prawa zastrzeżone.  
Ernst & Young jest zarejestrowanym  
znakiem towarowym.