

Importørundersøgelsen 2017



AutoBranchen Danmark
VIDEN TIL FORSKEL

Importørundersøgelsen 2017

AutoBranchen Danmark har for niende gang gennemført en importørundersøgelse blandt de danske nyvognsforhandlere.

Undersøgelsens formål er at klarlægge forholdet mellem bilimportør og forhandler og på sigt vise vejen til et bedre forhold. Importørundersøgelsen er en god og konstruktiv metode til at kortlægge forholdet mellem de enkelte forhandlere og deres importører. Forhandlerne tøver ikke med at fremhæve de områder, hvor de mener, samarbejdet kan forbedres. Derved får importørerne information, som de under andre omstændigheder ikke ville få. Flertallet af importører tager undersøgelsen meget seriøst. Resultaterne fra tidligere undersøgelser viser, at de enkelte importører efterfølgende iværksætter konkrete tiltag for at forbedre de områder, hvor de scorer lavt på tilfredsheden.

Om undersøgelsen

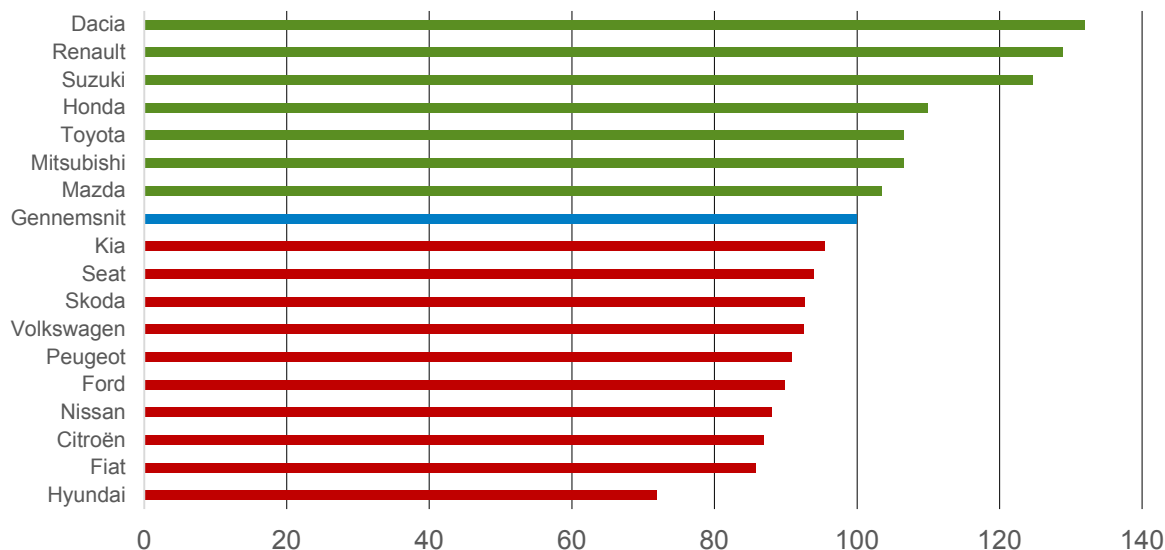
Alle nyvognsforhandlere i Danmark er blevet tilbudt at deltage i undersøgelsen, uanset ejer- eller medlemskab. Resultatet af undersøgelsen og importørernes placering er baseret på forhandlernes svar på 28 spørgsmål om forholdet til importøren. Alle bilmærker, som har modtaget færre end fem besvarelser, er ikke medtaget i det endelige resultat. Det sker for at sikre den enkelte forhandlers anonymitet. Undersøgelsen er baseret på i alt 153 besvarelser fordelt på 108 forhandlere. I år er 17 mærker repræsenteret mod 19 mærker i 2015. Opel og Volvo er gledet ud af undersøgelsen, da disse mærker har modtaget for få besvarelser.

De 17 mærker, der er repræsenteret i årets undersøgelse, udgør knap 81 procent af det samlede nyvognssalg i 2016.

Resultaterne af de enkelte spørgsmål fremgår af bilaget.



Figur 1 – Samlet tilfredshed med bilimportørerne i 2017, indeks gennemsnit = 100



Kilde: AutoBranchen Danmark

Resultat af undersøgelsen

Dacia er Årets Importør i 2017. Renault har klaret sig næstbedst og får andenpladsen.

Renault Danmark er inde i en god stime. Importøren vandt også titlen som årets importør med bilmærket Dacia i 2015 og med bilmærket Renault i 2013 og 2011.

Dacia har i år en score, der er næsten 32 procent højere end gennemsnittet. Renault indtager i år andenpladsen, mens Suzuki trods generel høj tilfredshed må se sig skubbet ned på tredjepladsen. Suzuki har ellers været nummer to i de seneste tre importørundersøgelser.

Dacias placering er baseret på en generel høj tilfredshed, hvor mærket har klaret sig bedst i 14 af de 28 spørgsmål, som undersøgelsen er baseret på. I 25 af de 28 spørgsmål er Dacia placeret blandt de tre bedste mærker. De 28 spørgsmål i undersøgelsen tilhører fire kategorier om importørforholdet:

1. Forhandlers relation til importøren
2. Eftermarked
3. Brugerbetaling
4. Konkurrencedygtighed

I samtlige fire kategorier placerer Dacia sig bedst med den højeste tilfredshed. Renault og Suzuki har også en høj tilfredshed i de fire kategorier. Renault, der er endt på andenpladsen, placerer sig i top-tre i tre ud af fire kategorier, mens Suzuki placerer sig i top-tre i samtlige fire kategorier.

For samtlige repræsenterede bilmærker er den samlede tilfredshed steget marginalt fra 2015 til 2017. Det er naturligvis en positiv udvikling, at forhandlernes generelle tilfredshed med bilimportørerne er steget.

Ser vi nærmere på de forrige års analyser, fremgår det, at størstedelen af importørernes individuelle samlede tilfredshed i 2017 ligger i omegnen af de forrige års resultater. Nogle mærker har formået at score højere end ved seneste undersøgelse, måske på grund af nye tiltag. Størst forbedring fra 2015 til 2017 står Renault for.



Samlet tilfredshed med bilimportørerne i 2013, 2015 og 2017

	2017	2015	2013
Dacia	4,5	4,4	Ikke medtaget
Renault	4,4	3,9	4,0
Suzuki	4,2	4,2	3,8
Honda	3,7	3,3	Ikke medtaget
Toyota	3,6	3,3	3,4
Mitsubishi	3,6	3,8	3,1
Mazda	3,5	3,5	Ikke medtaget
Kia	3,2	3,3	3,5
Seat	3,2	3,2	Ikke medtaget
Skoda	3,1	3,2	3,1
Volkswagen	3,1	3,0	2,8
Peugeot	3,1	2,9	2,6
Ford	3,0	3,3	2,9
Nissan	3,0	3,7	Ikke medtaget
Citroën	2,9	3,2	3,1
Fiat	2,9	2,6	2,8
Hyundai	2,4	2,5	2,6

Anm.: I figuren er svarmulighederne omregnet til en gennemsnitsværdi af en 5-trinsskala, hvoraf 5 er meget tilfreds, 4 er tilfreds, 3 er hverken eller, 2 er utilfreds og 1 er meget utilfreds. Hvis der har været færre end fem besvarelser for et mærke, er dette ikke medtaget i analysen

Kilde: AutoBranchen Danmark

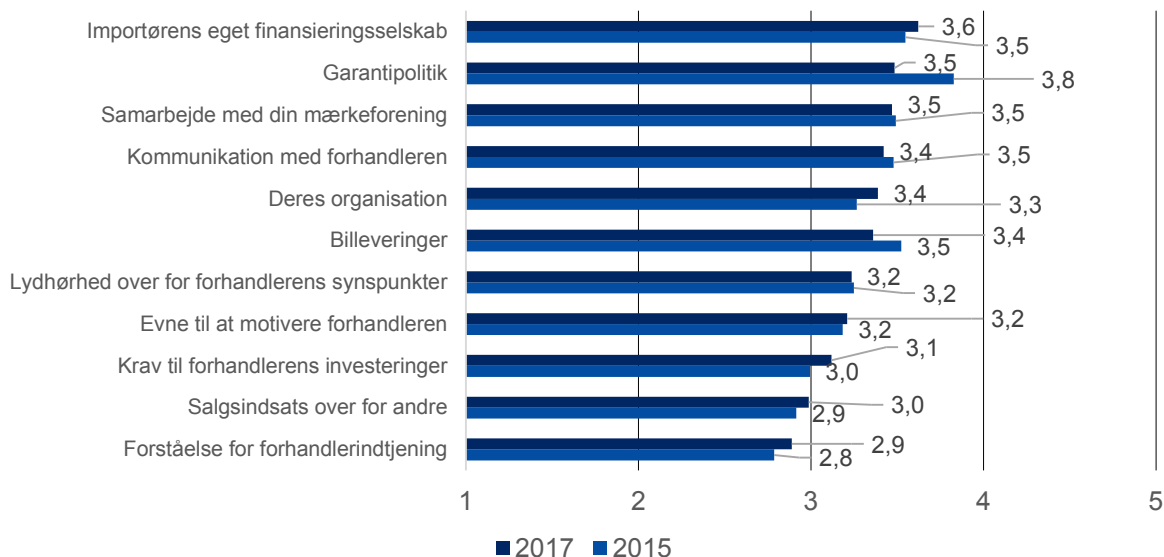
1. Relation til bilimportøren

Dacia opnår højest tilfredshed i denne kategori. Dacia scorer bedst på spørgsmål om garantipolitik, evnen til at motivere forhandleren og på spørgsmål om importørens organisation., Renault klarer sig bedst i seks af de 11 spørgsmål i kategorien, men er knapt så konstant i toppen som Dacia er. Suzuki er bedst på spørgsmålet om krav til forhandlerens investeringer, og bliver samlet nummer tre i kategorien på grund af en generelt høj tilfredshed.

Forhandlerne er generelt tilfredse med deres relation til bilimportørerne. I dette års undersøgelse er tilfredsheden med relationen ganske vist faldet sammenlignet med sidste års analyse, men det skal understreges, at der er tale om et marginalt fald.

Ligesom i de forrige undersøgelser er bilimportørens forståelse for forhandlernes indtjening, det punkt, hvor der er størst utilfredshed. Godt 60 procent af de adspurgte forhandlere er utilfredse med bilimportørens forståelse for forhandlerindtjeningen. Men selvom der er stor utilfredshed med bilimportørens forståelse for forhandlernes indtjening, er der alligevel sket en forbedring set i forhold til forrige års undersøgelser.

Figur 2 – Samlet tilfredshed med relationen til bilimportøren



Anm.: I figuren er svarmulighederne omregnet til en gennemsnitsværdi af en 5-trinsskala, hvoraf 5 er meget tilfreds, 4 er tilfreds, 3 er hverken eller, 2 er utilfreds og 1 er meget utilfreds

Kilde: AutoBranchen Danmark

2. Eftermarked

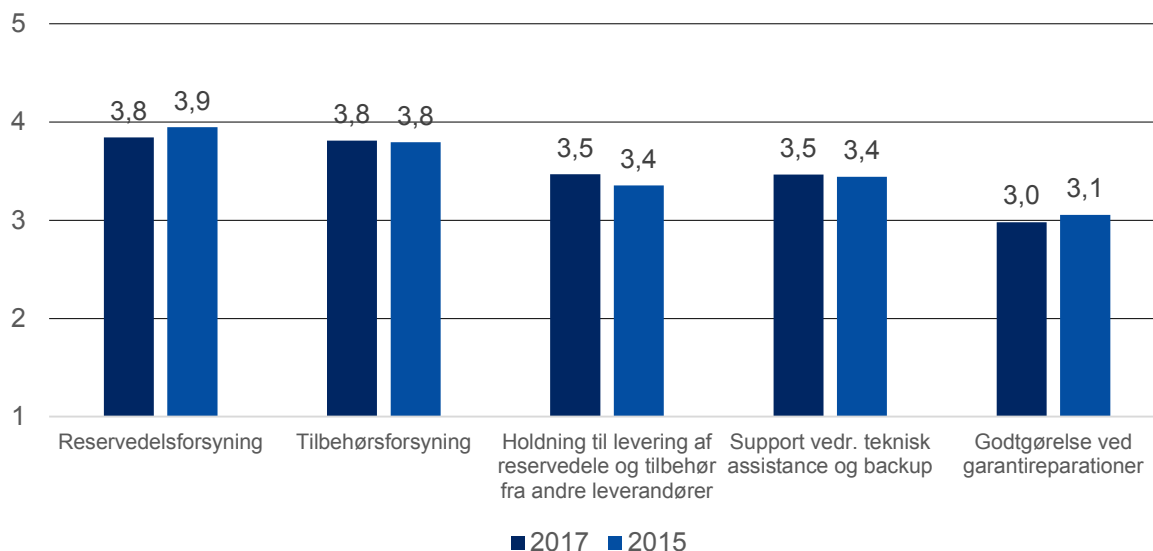
Dacia og Honda forleder førstepladserne ligeligt imellem sig på de fem spørgsmål om eftermarkedet. Dacia, der må kåres som vinder i kategorien, scorer bedst på spørgsmål om "Reservedelsforsyning", "Tilbehørsforsyning" og deler førstepladsen med Honda, når det gælder "Holdning til levering af reservedele og tilbehør fra andre leverandører." Honda er til gengæld bedst på spørgsmålene om "Support vedr. teknisk assistance og backup" og "Godtgørelse ved garantireparationer."

Samlet er Dacia bedst i kategorien "Eftermarked" foran Honda og Suzuki.

Forhandlerne er især tilfredse med reservedels- og tilbehørsforsyningen. Godtgørelse ved skadesreparation er det punkt, hvor der er størst utilfredshed blandt forhandlerne. Denne utilfredshed er desværre steget siden sidste undersøgelse.

Alligevel er det en tydelig tendens også fra tidligere undersøgelser, at forhandlerne generelt er godt tilfredse med importørernes eftermarkedsdel.

Figur 3 – Samlet tilfredshed med eftermarkedet



Anm.: I figuren er svarmulighederne omregnet til en gennemsnitsværdi af en 5-trinsskala, hvoraf 5 er meget tilfreds, 4 er tilfreds, 3 er hverken eller, 2 er utilfreds og 1 er meget utilfreds

Kilde: AutoBranchen Danmark

3. Brugerbetaling

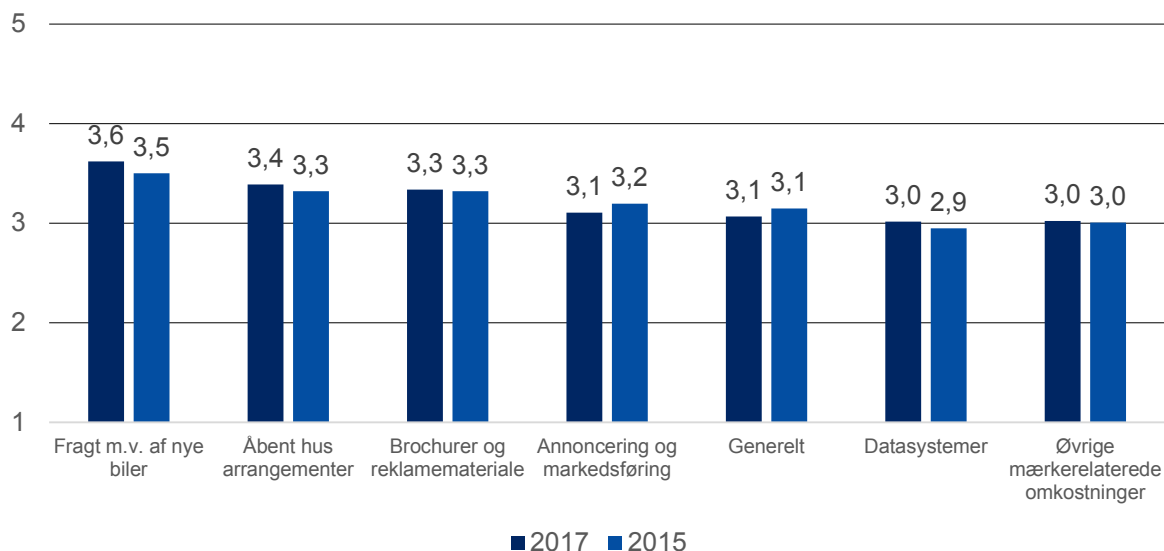
Dacia scorer højest på tilfredsheden. Bilmærket har bedste score i seks af de syv spørgsmål. Det gælder "Generelt", "Annoncering og markedsføring", "Åbent Hus-arrangementer", "Fragt m.v. af nye biler", "Datasytemer" og "Øvrige mærkerelaterede udgifter."

Suzukis forhandlere placerer Suzuki som topscorer, når det handler om "Brochurer og reklamemateriale." Renault får dog et bedre samlet resultat i kategorien efter at have placeret sig i top-tre i samtlige spørgsmål.

Blandt de fire kategorier i undersøgelsen, er den generelle tilfredshed med brugerbetaling den laveste. Forhandlerne er dog stadig positivt stemt. Forhandlerne er særligt tilfredse med brugerbetalingen for fragt af nye biler, mens tilfredsheden med brugerbetaling til datasytemer er væsentligt lavere.



Figur 4 – Samlet tilfredshed med brugerbetaling



Anm.: I figuren er svarmulighederne omregnet til en gennemsnitsværdi af en 5-trinsskala, hvoraf 5 er meget tilfreds, 4 er tilfreds, 3 er hverken eller, 2 er utilfreds og 1 er meget utilfreds

Kilde: AutoBranchen Danmark

4. Konkurrencedygtighed

Også når det gælder konkurrencedygtighed, scorer Dacia den højeste tilfredshed i kategorien, efterfulgt af Renault og Suzuki.

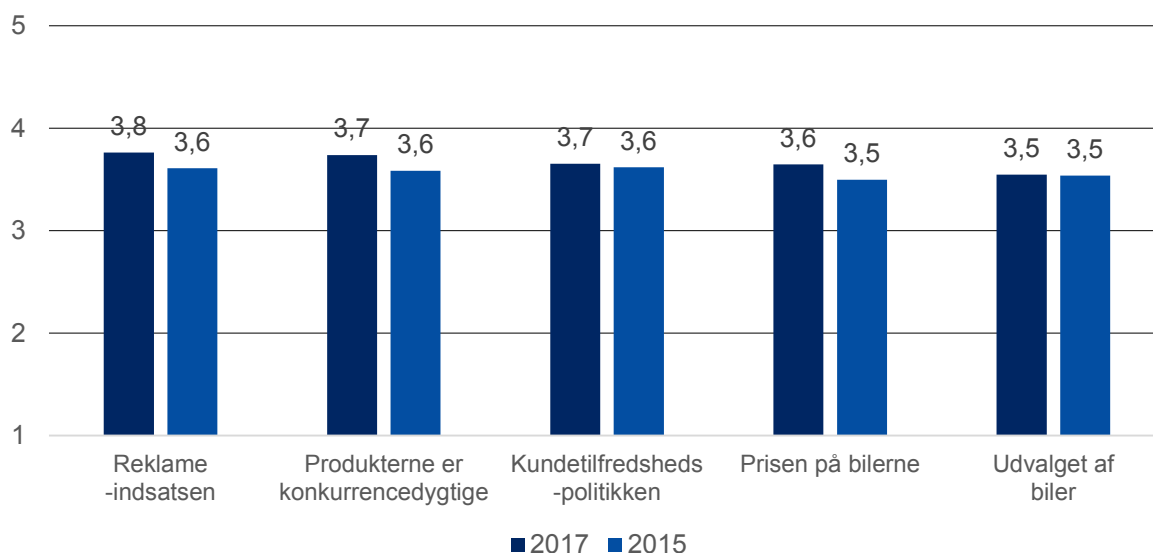
Dacias forhandlere er tilsyneladende svært tilfredse med udbuddet af biler. I hvert fald sender de bilmærket til tops i spørgsmål om prisen på bilen og om produkternes konkurrencedygtighed.

Renault scorer højest på udvalget af biler. Suzuki bedømmes bedst, når det gælder reklameindsatsen, hvilket går godt i spænd med mærkets førsteplads i "Brochurer og reklamemateriale."

Toyotas forhandlere er til gengæld særligt glade for "Kundetilfredshedspolitikken", hvor mærket scorer førstepladsen.

På tværs af bilmærker er forhandlerne overordnet meget tilfredse med importørernes konkurrencedygtighed, og deres tilfredshed indenfor denne kategori er i årets undersøgelse steget betydeligt sammenlignet med forrige undersøgelse. Forhandlerne er særligt tilfredse med importørernes reklameindsats og produkternes konkurrencedygtighed. I de fire kategorier i undersøgelsen, står tilfredsheden med importørernes konkurrencedygtighed stærkest.

Figur 5 – Samlet tilfredshed med konkurrencedygtighed



Anm.: I figuren er svarmulighederne omregnet til en gennemsnitsværdi af en 5-trinsskala, hvoraf 5 er meget tilfreds, 4 er tilfreds, 3 er hverken eller, 2 er utilfreds og 1 er meget utilfreds

Kilde: AutoBranchen Danmark

Salg af de enkelte mærker

Ud over de 28 spørgsmål, som danner grundlag for vurderingen af importørerne, er forhandlerne også blevet stillet spørgsmål om, hvor mange biler de sælger af hvert enkelt mærke. Der er ingen fast sammenhæng mellem placeringen i undersøgelsen og antallet af solgte biler. Det tyder på, at der umiddelbart ingen skævvridning er i tilfredsheden i forhold til forhandlernes salgsvolumen. Man kunne være fristet til at antage at forhandlere, der sælger flest biler også får den bedste behandling, men sådan en forskel synes der ikke at være.

Størrelsen af forhandlernetværket

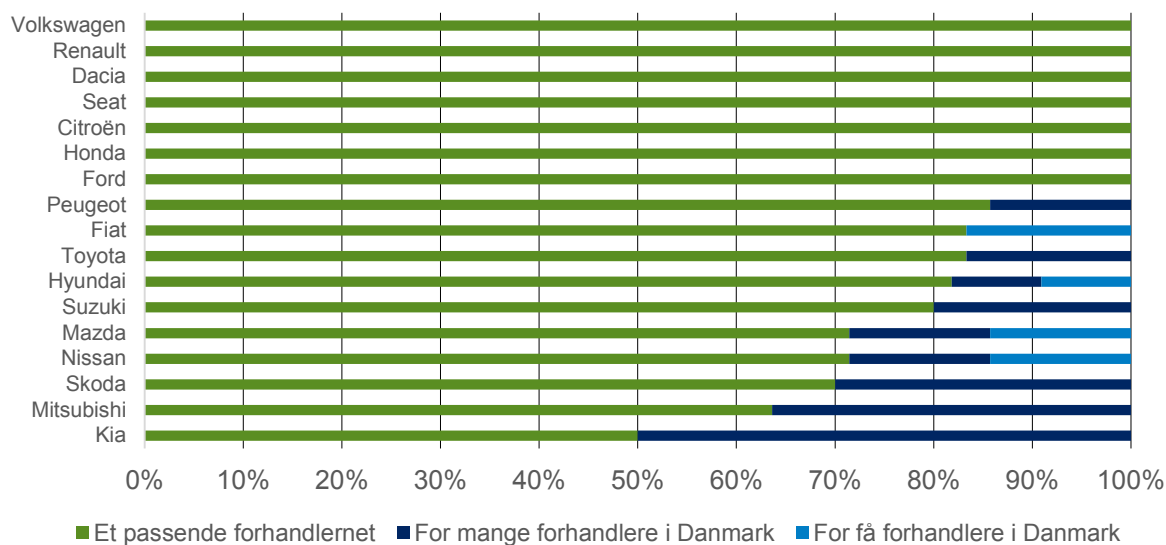
Forhandlerne bliver i undersøgelsen også hørt om deres holdning til importørernes forhandlernetværk – om det skal være større, mindre eller er tilfredsstillende. Af besvarelserne mener 83 procent af forhandlerne, at

importøren har et tilfredsstillende forhandlernetværk. Dog skiller enkelte mærker sig ud. Som det fremgår af figur 2, mener forhandlerne af visse mærker, at der enten er for få eller for mange i forhandlernetværket.

Blandt andet mener en større andel af forhandlerne af mærkerne Kia, Mitsubishi og Skoda at der er for mange forhandlere i Danmark. Dette skyldes formentlig en opfattelse af, at hvis der var færre forhandlere, ville muligheden for at sælge flere biler forbedres.

I den anden ende af skalaen er mærkerne Fiat, Mazda og Nissan, hvor en større andel mener, at der er for få forhandlere i Danmark. Dette kan skyldes opfattelsen af, at et større forhandlernetværk vil forbedre mærkets markedsandel og derved komme samtlige forhandlere til gode.

Figur 6 – Forhandlernes tilfredshed med importørens forhandlernetværk



Kilde: AutoBranchen Danmark

Konklusion

Forhandlernes samlede tilfredshed med importøren er generelt steget en anelse i forhold til forrige undersøgelse.

Renault og Honda er højdespringere i forhold til 2015, mens Toyota og Fiat også har forbedret sig en del.

At Renault Danmark topper undersøgelsen med bilmærkerne Dacia og Renault er ganske markant. Importøren må gøre noget rigtigt i forhold til sine forhandlere

og særligt indenfor Renault, må man antage at særlige tiltag har givet forbedringen på 0,5 point i den samlede score.

Punktet "Brugerbetaling" er det den kategori, som giver mindst tilfredshed blandt forhandlerne.

Set over samtlige bilmærker er det dog stadig værd at bemærke, at den samlede generelle tilfredshed er steget en anelse i forhold til undersøgelsen i 2015.



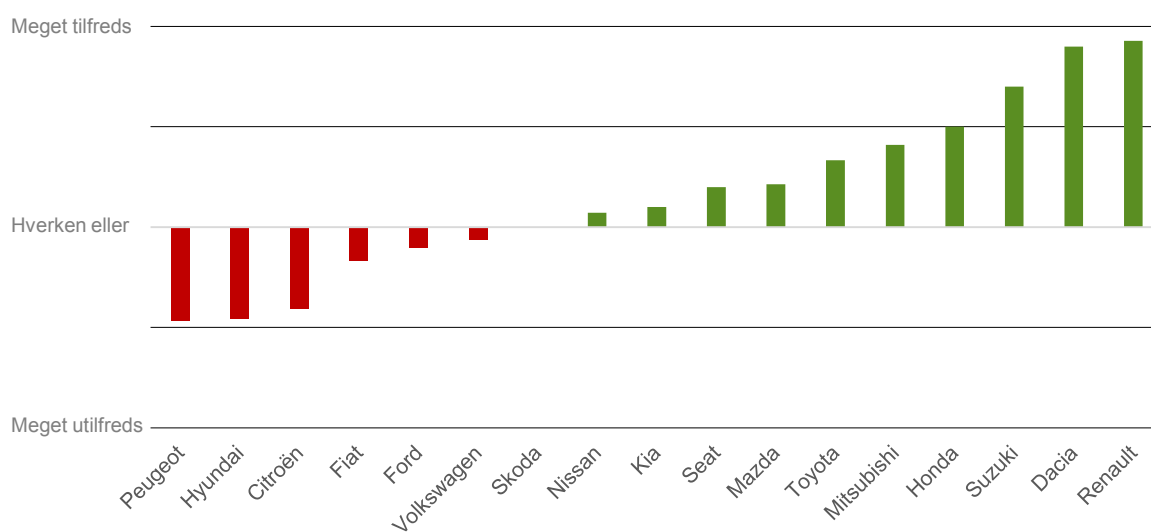
Bilag: Resultater for importørundersøgelsen 2017

I dette bilag finder du de i alt 28 spørgsmål, som dette års importørundersøgelse samlede tilfredshedsrangering baseres på. Disse 28 spørgsmål er opdelt i fire kategorier: Forhandlers forhold til bilimportør, eftermarkedet, brugerbetaling og konkurrencedygtighed. For hvert spørgsmål er det muligt at se det enkelte mærkes samlede tilfredshed med området.

Svarmulighederne er omregnet vha. en 5-trinsskala, hvoraf 5 er meget tilfreds, 4 er tilfreds, 3 er hverken eller, 2 er utilfreds og 1 er meget utilfreds. Ud fra 5-trinsskalaen er der udregnet en gennemsnitsværdi, til at udtrykke mærkeforhandlerens tilfredshed.

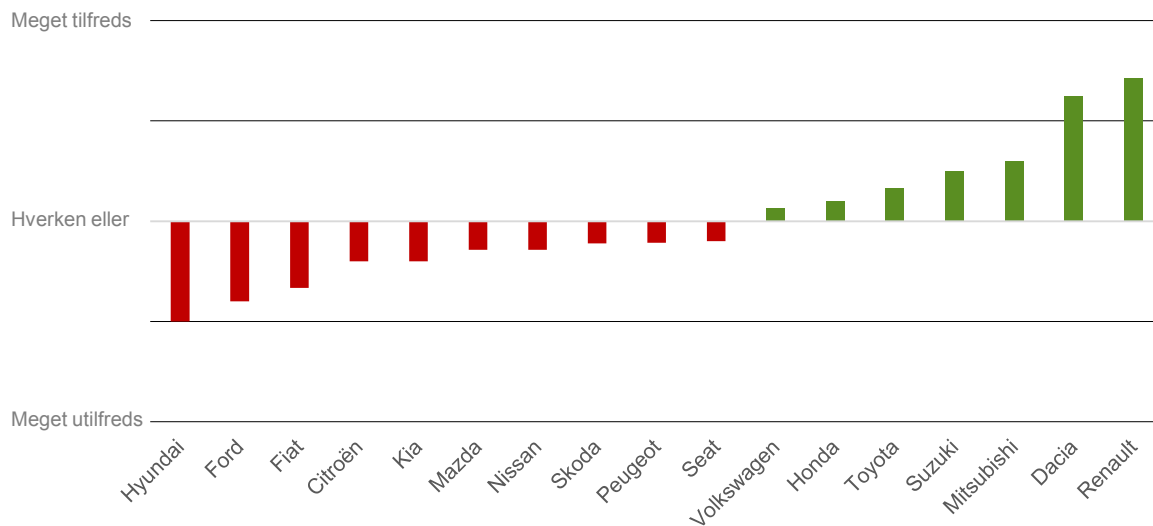
Forhandlers relation til bilimportør:

Figur 1 - Lydhørhed over for forhandlerens synspunkter



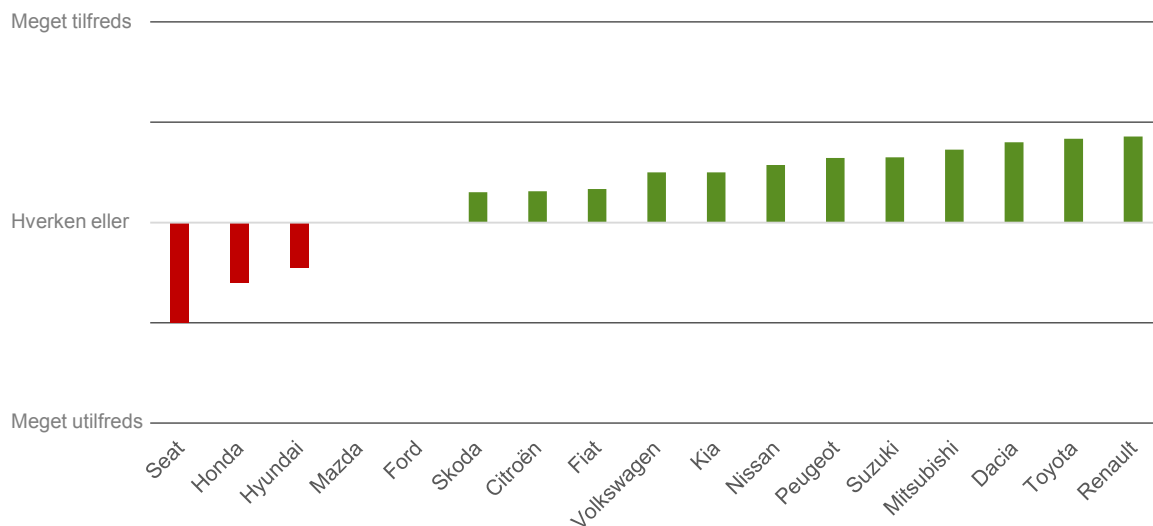
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 2 - Salgsindsats over for andre, eksempelvis leasingselskaber



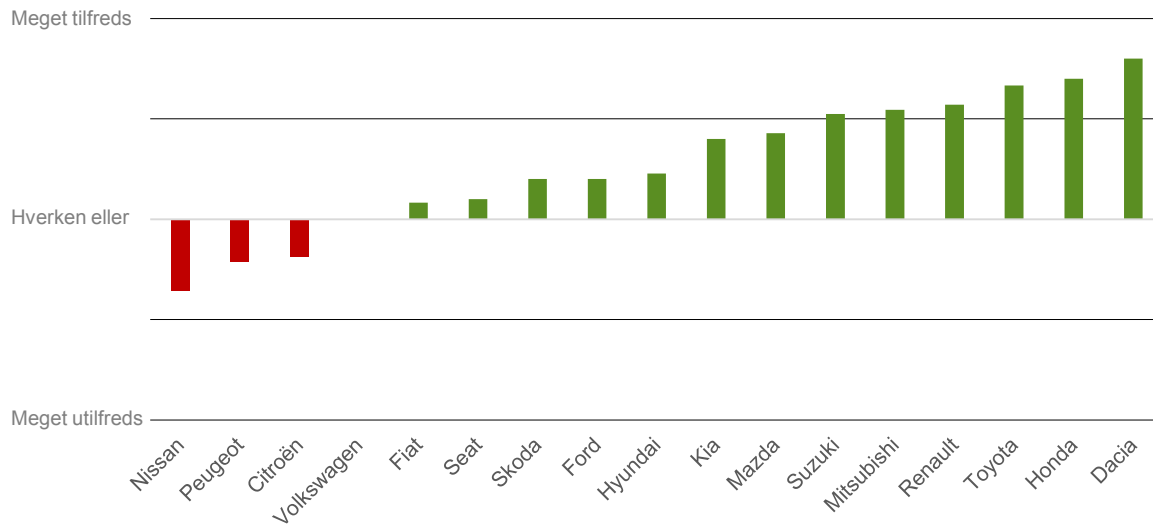
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 3 - Billeleveringer



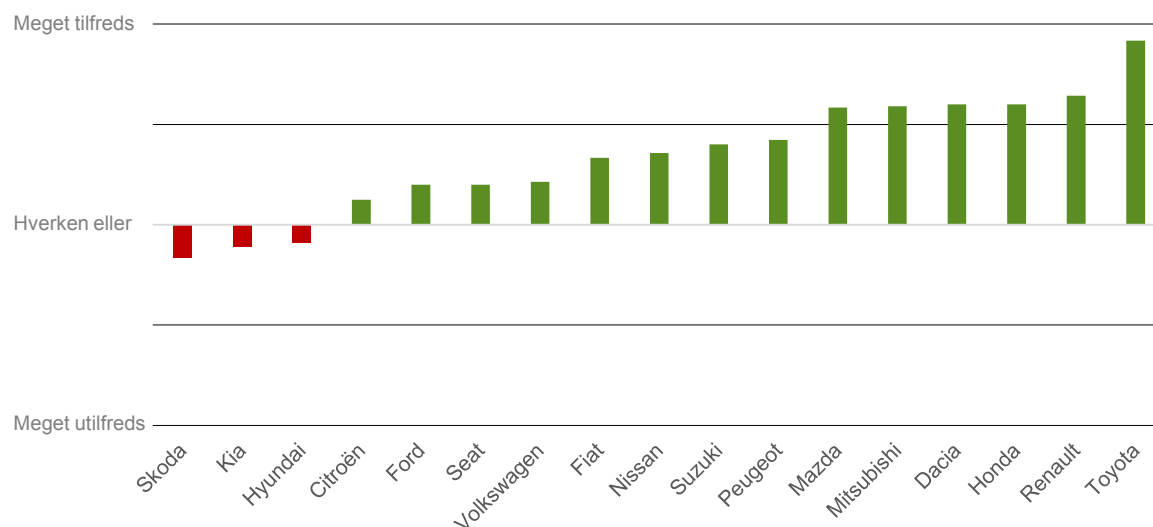
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 4 - Garantipolitik



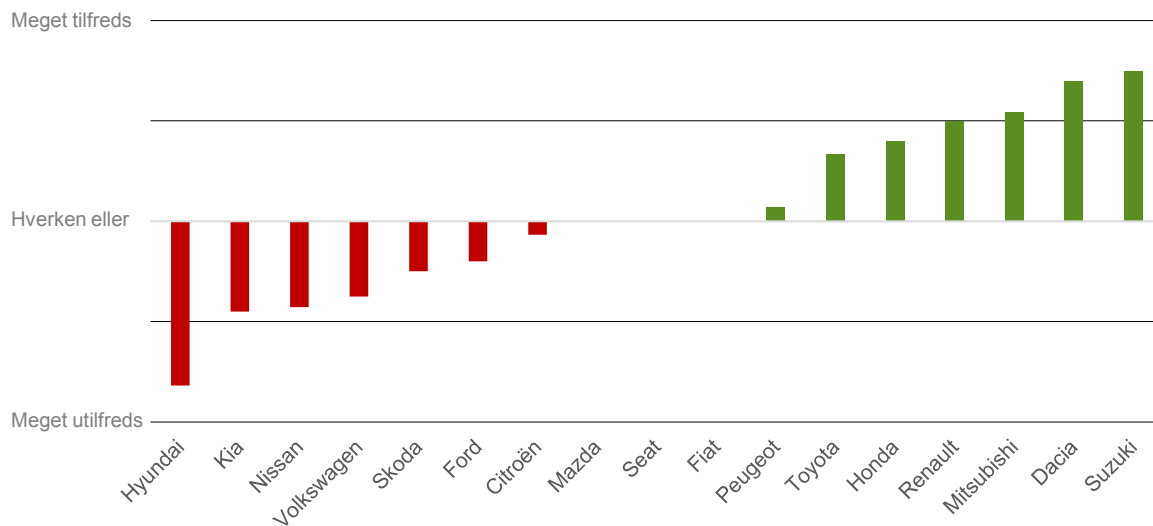
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 5 - I så fald at importøren har eget finansieringsselskab, hvor tilfreds er du med dette selskabs produkter?



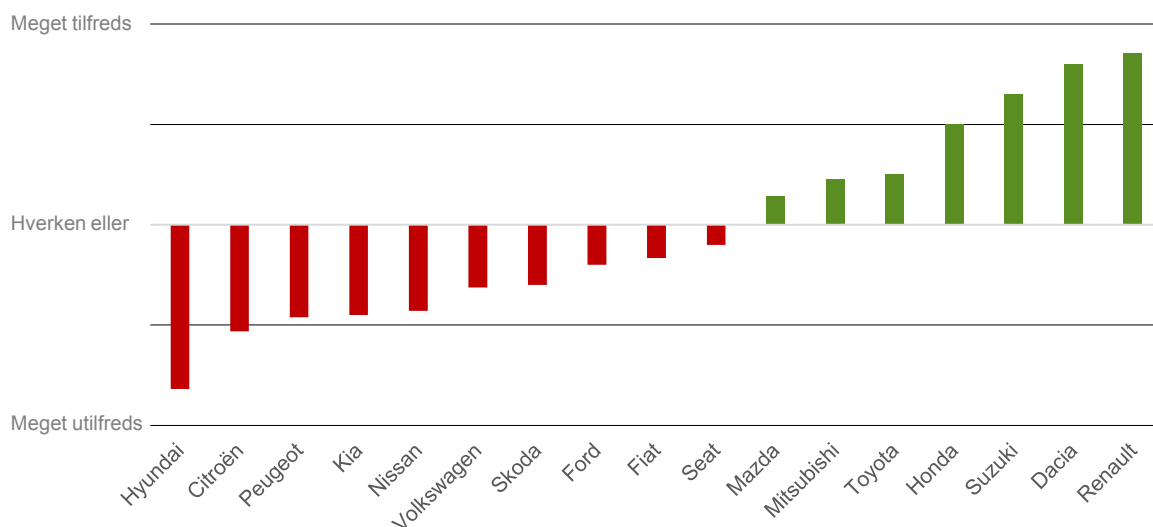
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 6 - Krav til forhandlerens investeringer



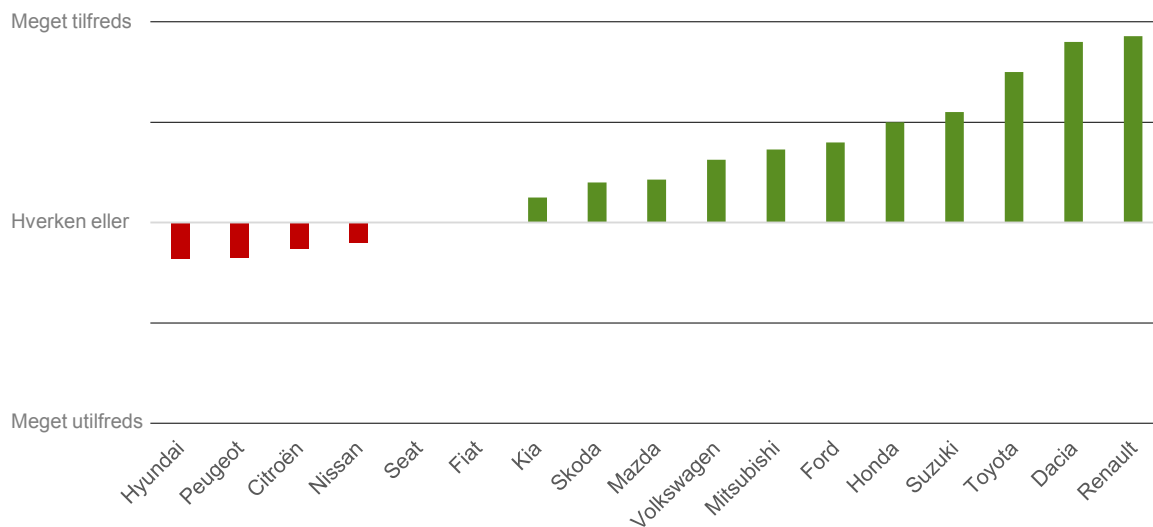
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 7 - Forståelse for forhandlerindtjening



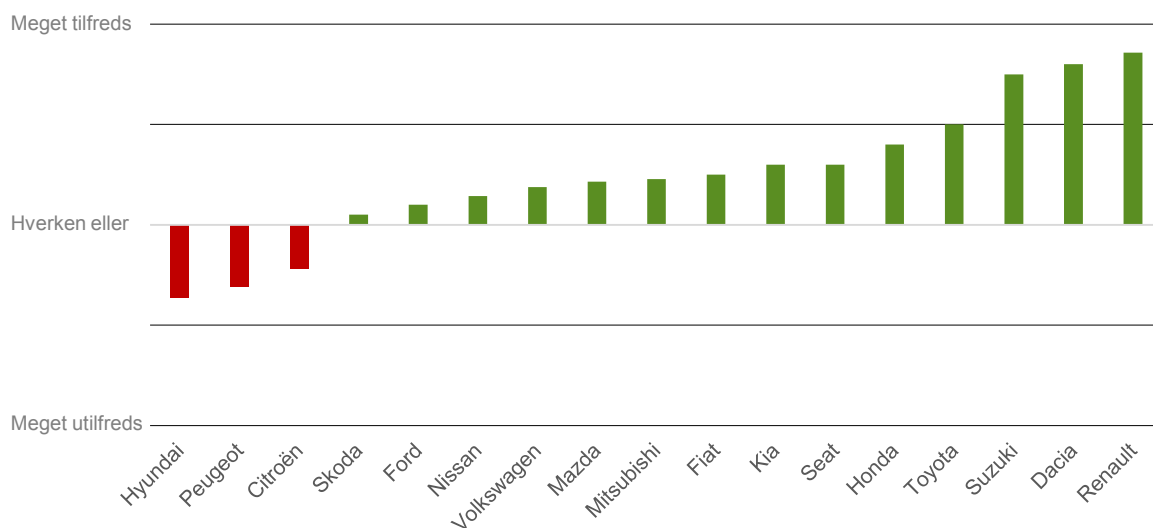
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 8 - Samarbejde med din mærkeforening



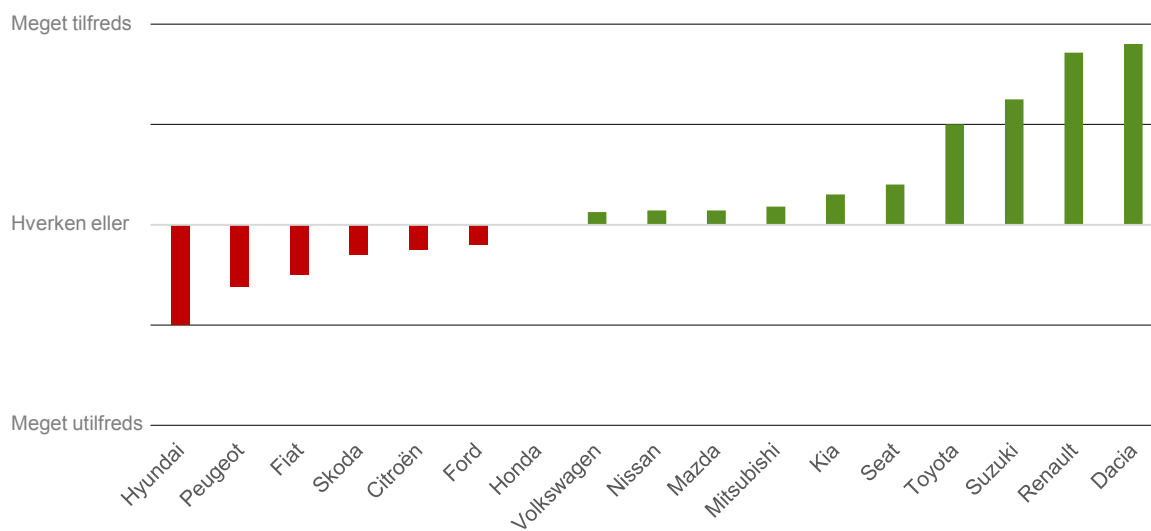
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 9 - Kommunikation med forhandleren



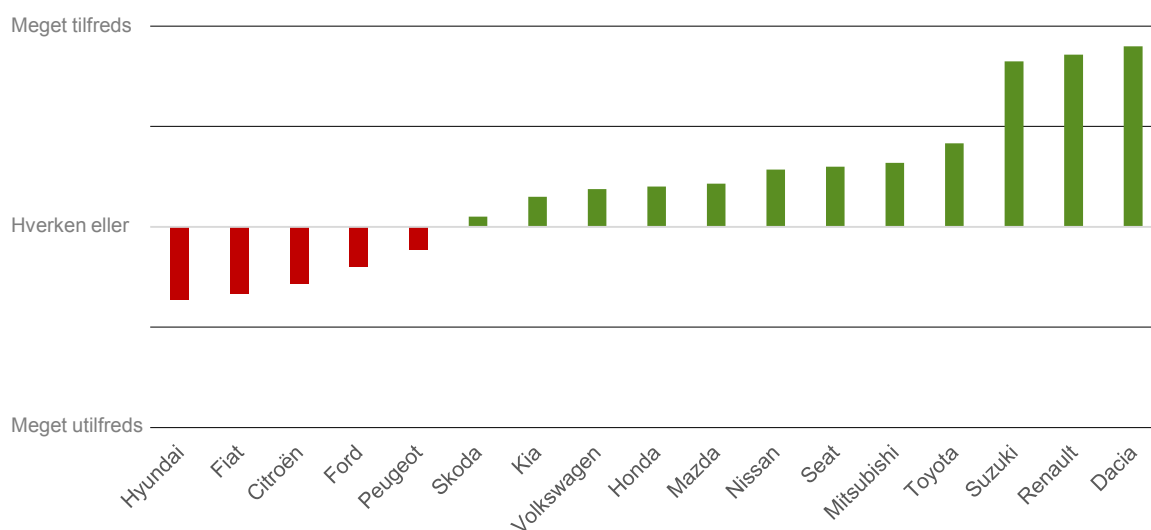
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 10 - Evne til at motivere forhandleren



Kilde: AutoBranchen Danmark

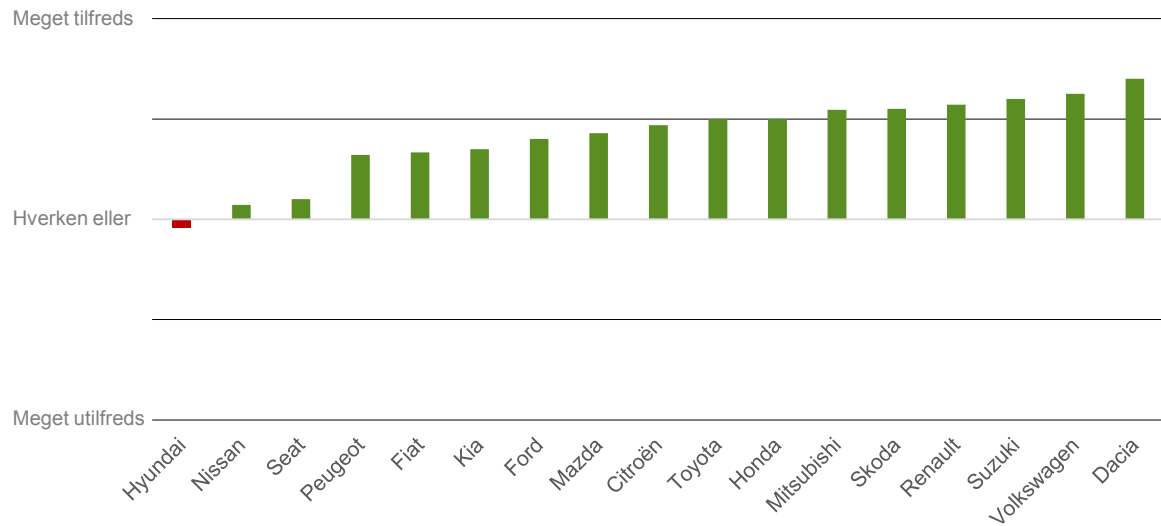
Figur 11 - Deres organisation



Kilde: AutoBranchen Danmark

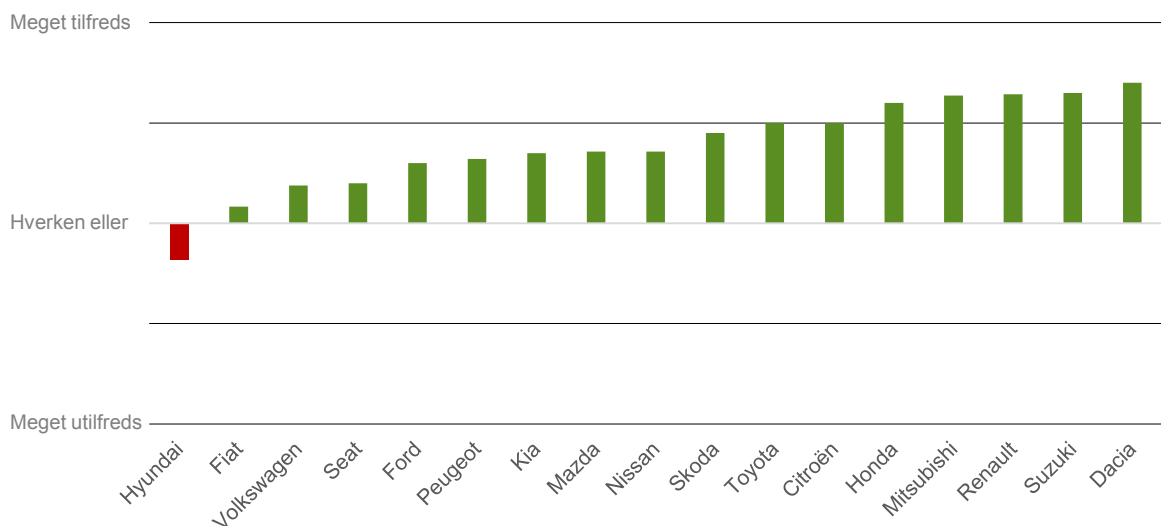
Eftermarkedet

Figur 12 - Reservedelsforsyning



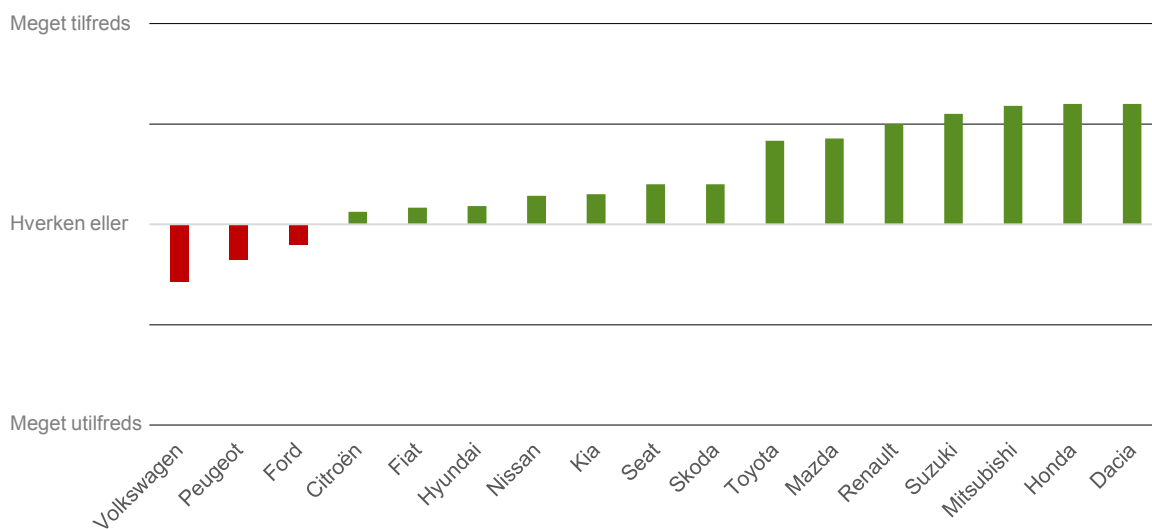
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 13 - Tilbehørsforsyning



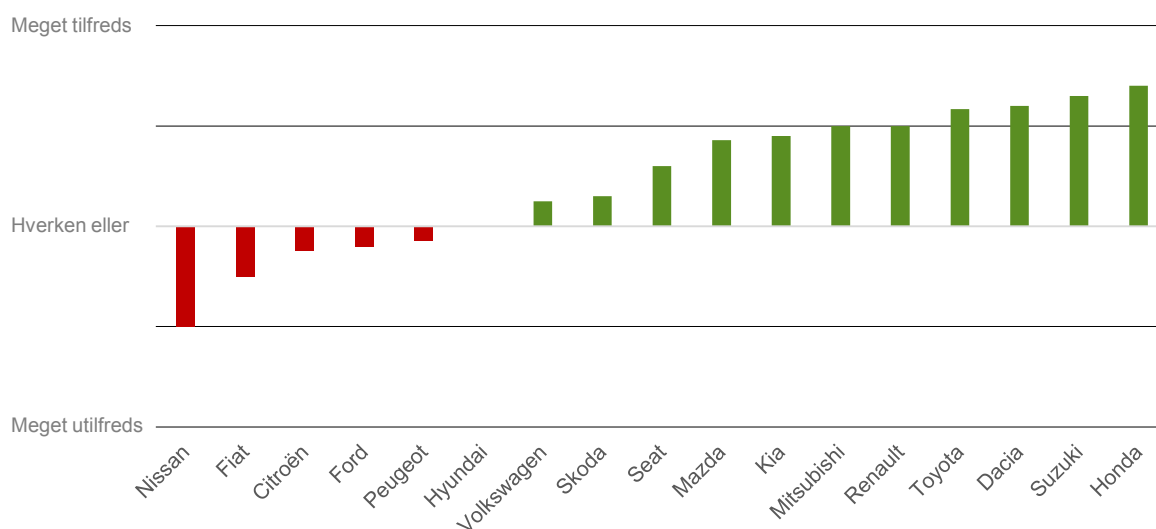
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 14 - Holdning til levering af reservedele og tilbehør fra andre leverandører



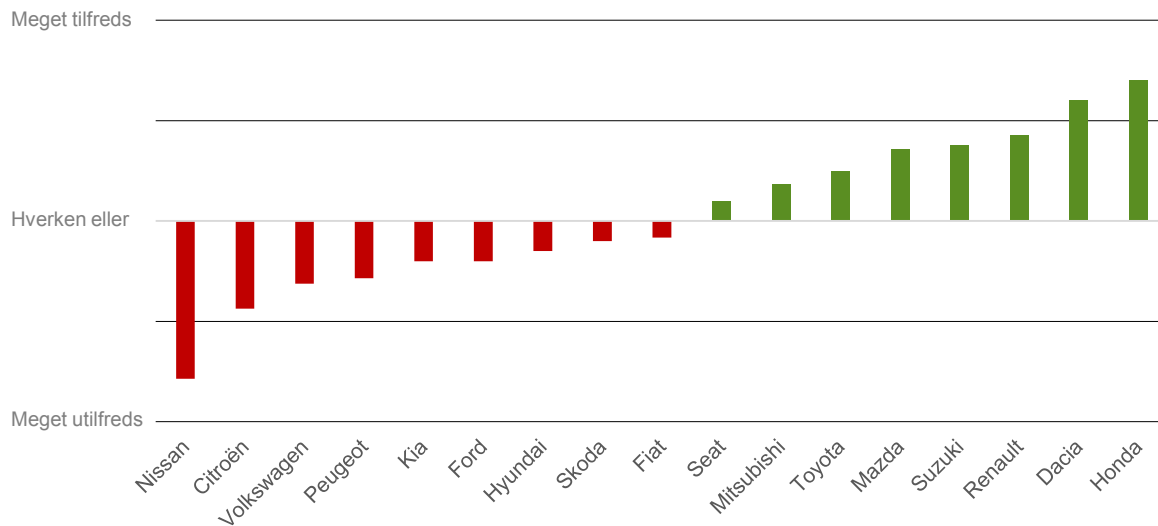
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 15 - Support vedr. teknisk assistance og backup



Kilde: AutoBranchen Danmark

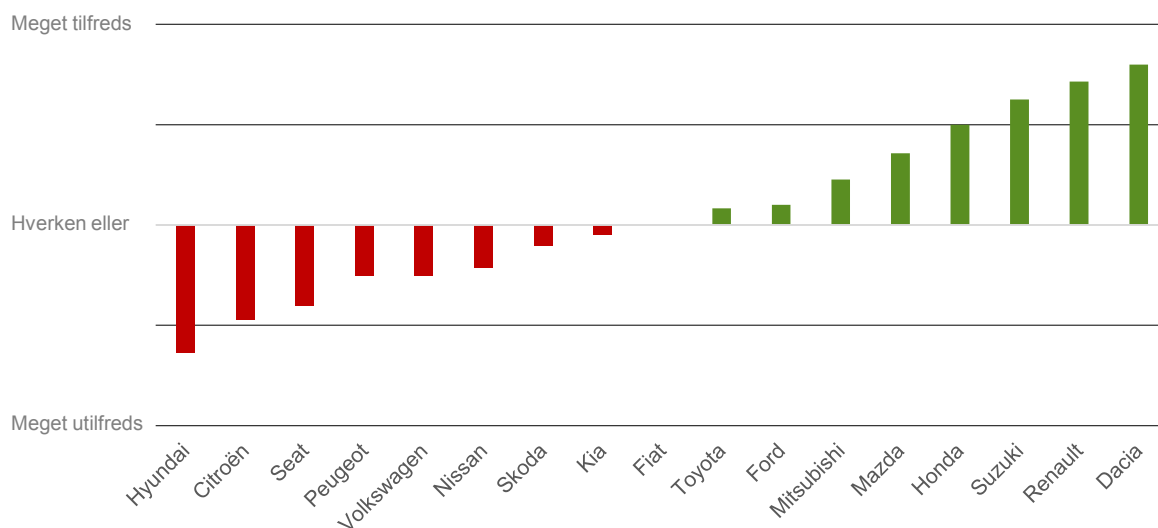
Figur 16 - Godtgørelse ved garantireparationer



Kilde: AutoBranchen Danmark

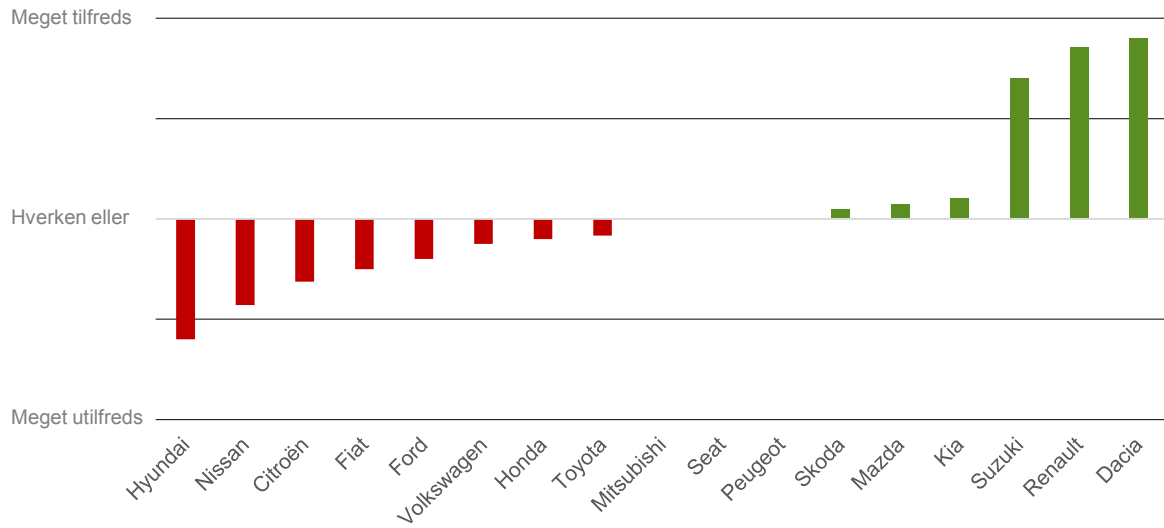
Brugerbetaling af aktiviteter

Figur 17 - Generelt



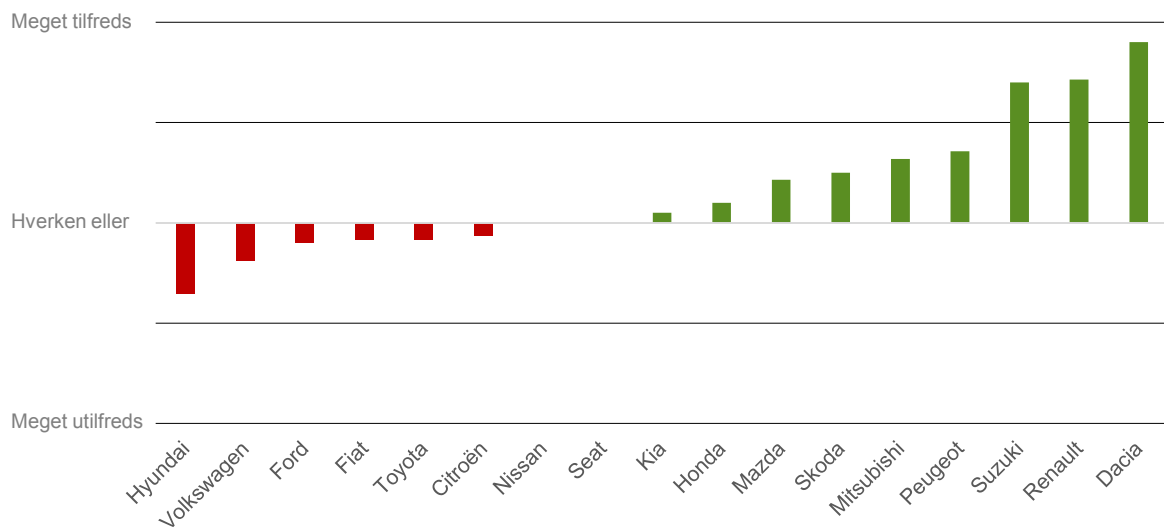
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 18 - Annoncering og markedsføring



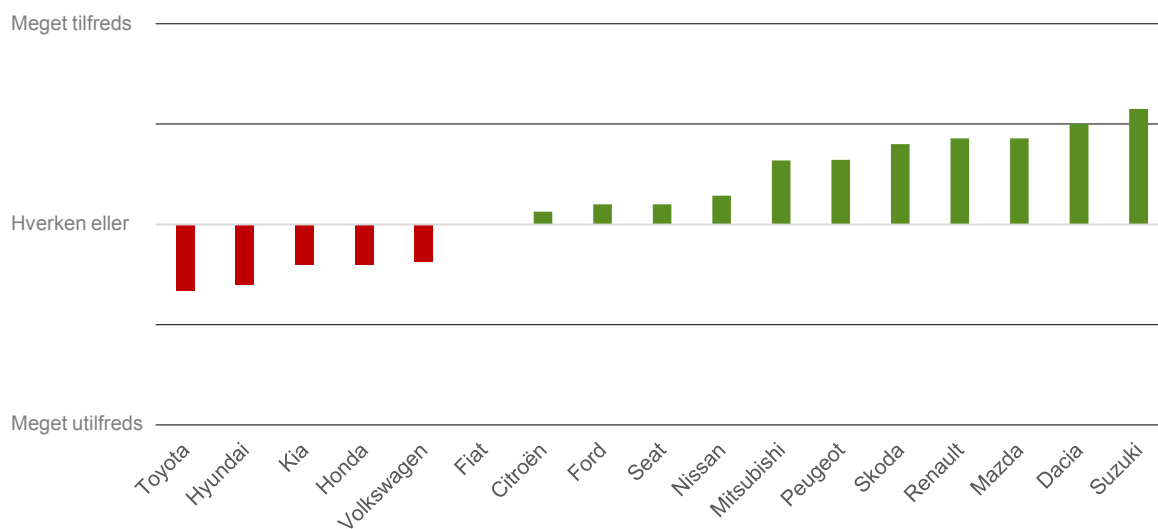
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 19 - Åbent hus arrangementer



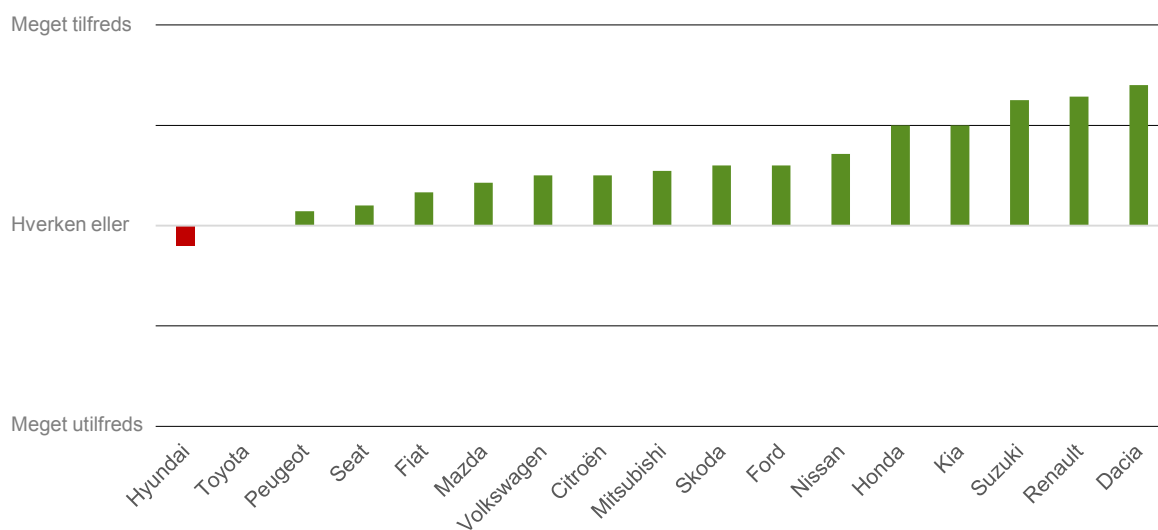
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 20 - Brochurer og reklamemateriale



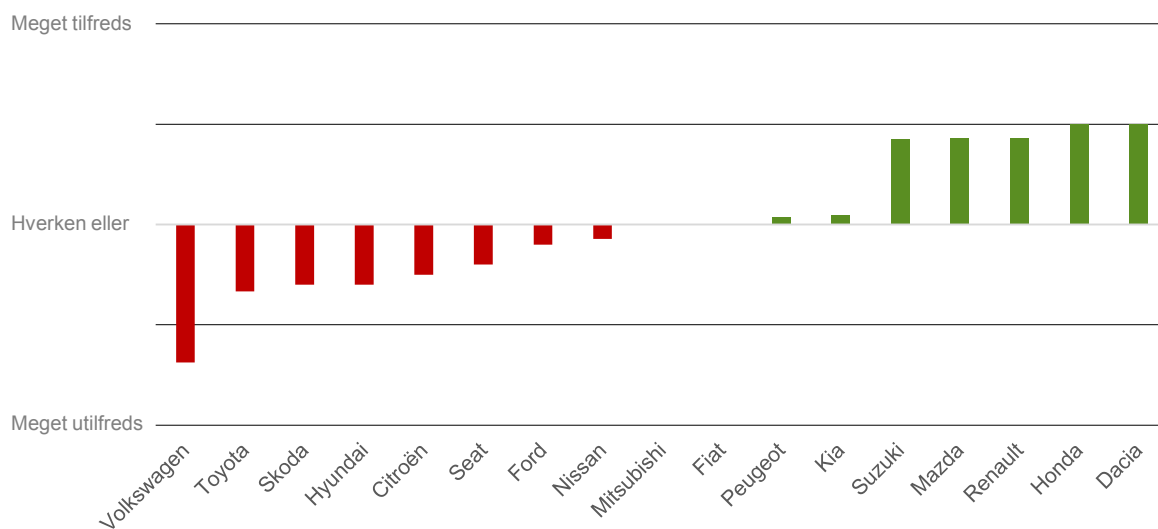
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 21 - Fragt m.v. af nye biler



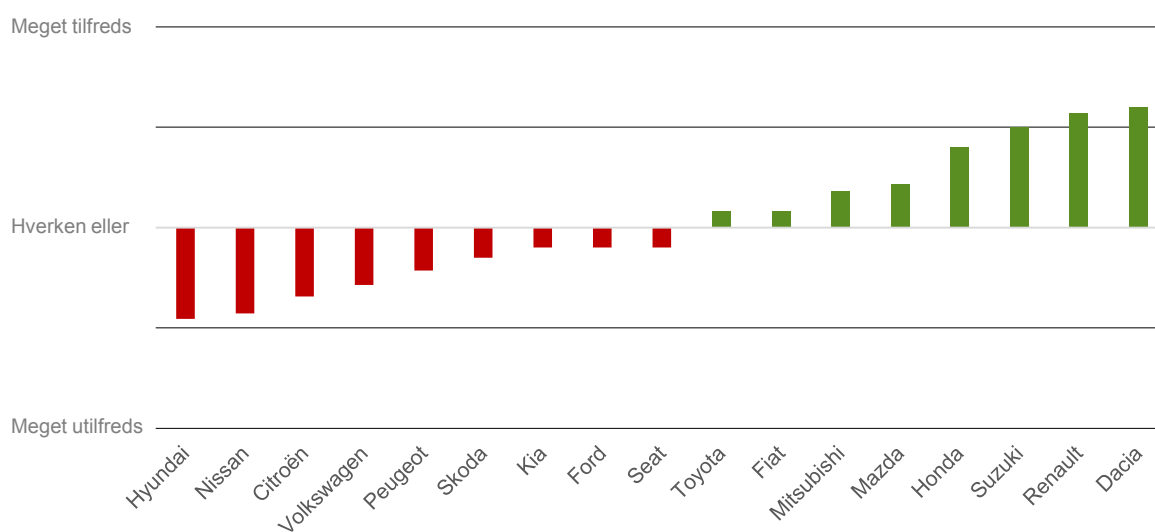
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 22 - Datasystemer



Kilde: AutoBranchen Danmark

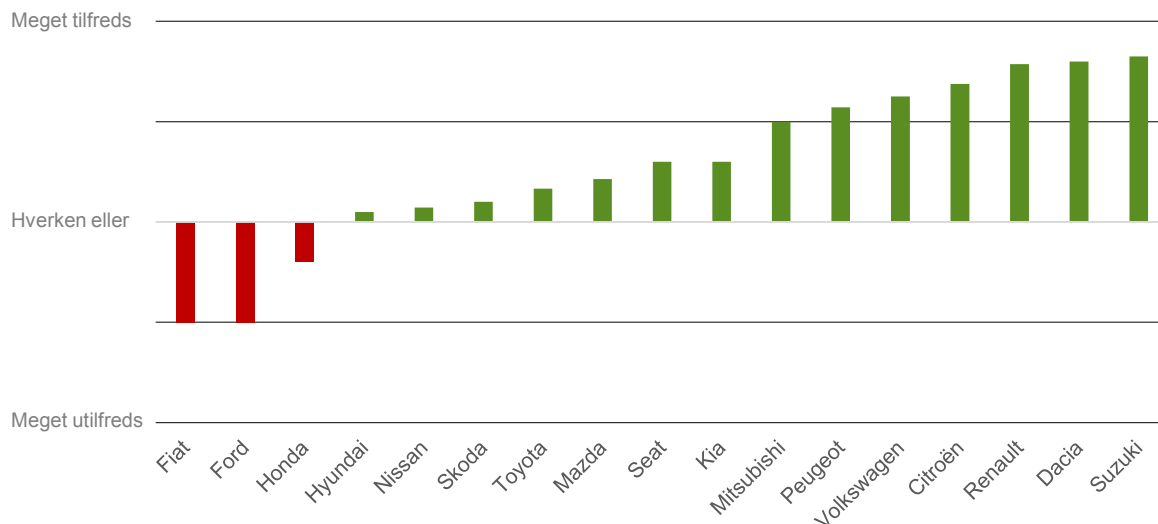
Figur 23 - Øvrige mærkerelaterede omkostninger



Kilde: AutoBranchen Danmark

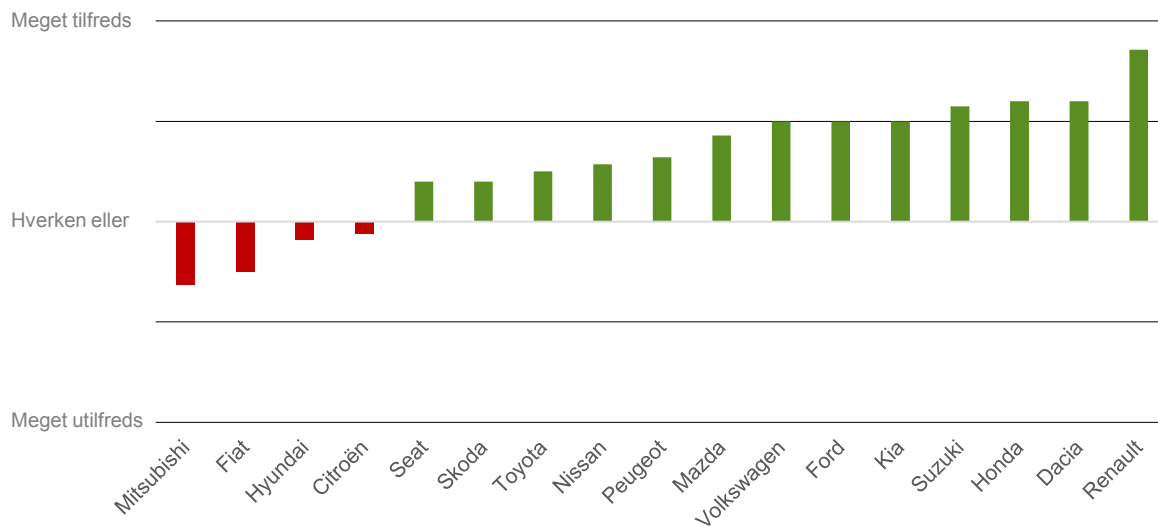
Konkurrencedygtighed

Figur 24 – Reklameindsatsen



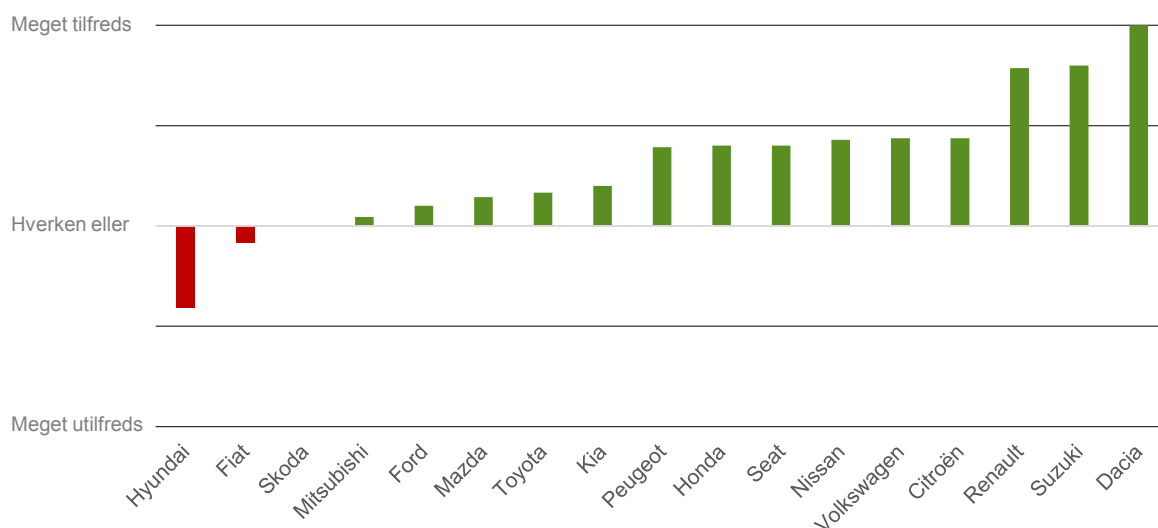
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 25 – Udvalget af biler



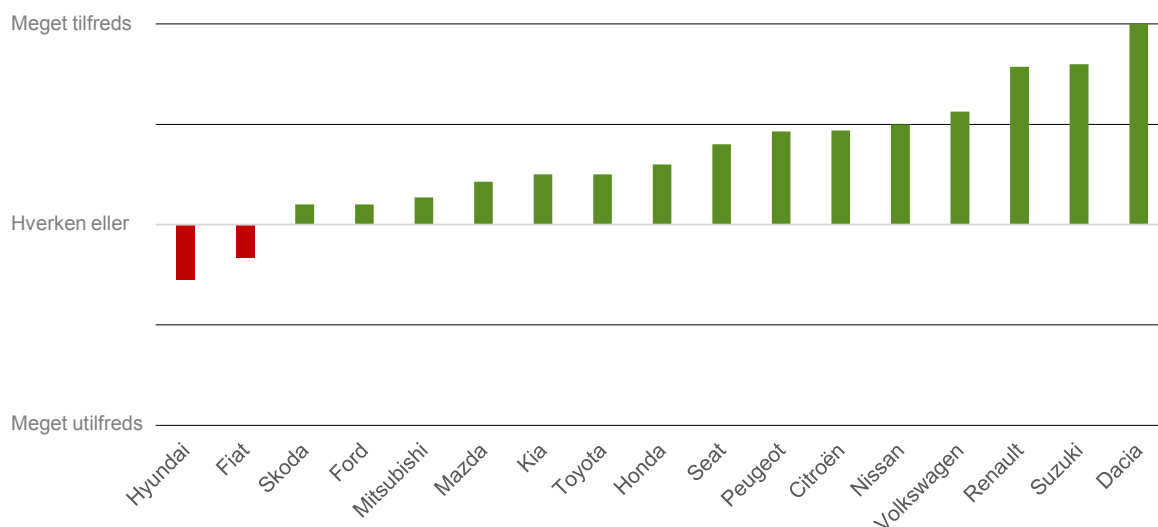
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 26 - Prisen på bilerne



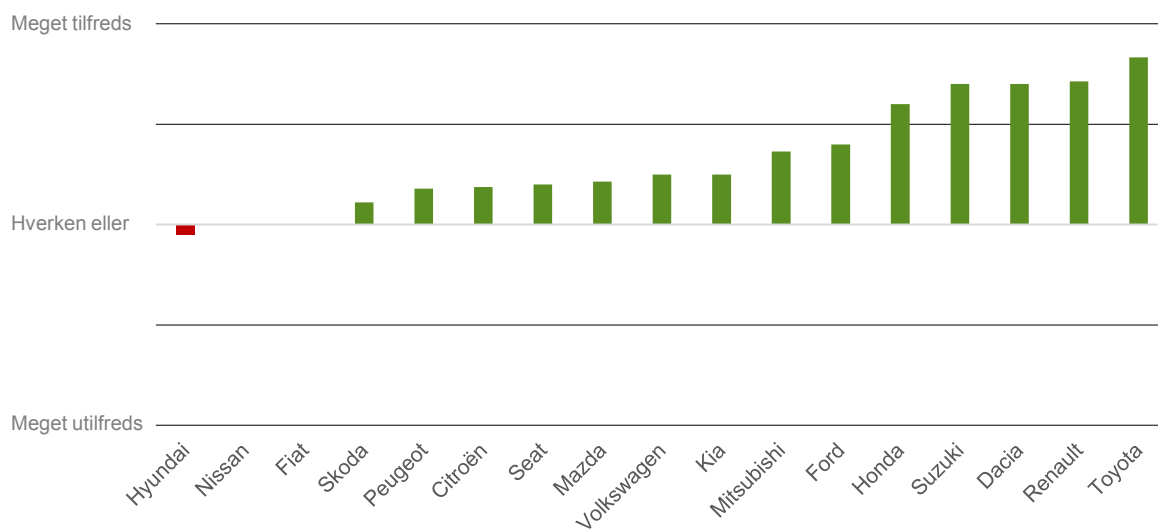
Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 27 - Produkternes konkurrencedygtighed



Kilde: AutoBranchen Danmark

Figur 28 – Kundetilfredshedspolitikken



Kilde: AutoBranchen Danmark



AutoBranchen Danmark

VIDEN TIL FORSKEL