

A silver sedan is shown from a side profile, parked on a paved road. The car is illuminated by the warm, golden light of a sunset, which is reflected on its metallic surface. The background shows a clear sky with a gradient from orange near the horizon to a pale blue at the top.

Estudio de Satisfacción de Distribuidores

Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores A.C. (AMDA)

Presentación

Foro Automotor 2012

Septiembre 27, 2012

- ***Acerca del Estudio***
- *Resultados / Panorama de la Industria*
- *Claves para el Desempeño Competitivo*
- *La visión del Distribuidor hacia el Futuro*
- *Conclusiones / Resumen*

Objetivos del Estudio

- **Proporcionar a AMDA, Distribuidores y Armadoras:**
 - Retroalimentación para AMDA y sus socios
 - Información estratégica
 - Seguimiento y tendencias con relación a los resultados anteriores
 - Dirección convertida en Acción

- **En Detalle:**
 - Información Competitiva “Benchmark”
 - Indicadores Clave que dirigen a la satisfacción,
 - Mejores practicas en la industria.
 - Asesoría sobre las fortalezas y debilidades
 - Asignar prioridades

Metodología del Estudio

Quién

- 1,340 Distribuidores asociadas a AMDA

Cuando

- De Julio 25 a Agosto 27 del 2012

Cómo

- El estudio se realizó vía “online” utilizando la base de datos y cuentas de correo electrónica proporcionada por AMDA. Se enviaron invitaciones personalizadas al contacto primario de cada distribuidor que se tiene registrado en AMDA.
- El manejo de la encuesta se realizó a través de nuestro socio estratégico, una compañía que cuenta con la experiencia necesaria en el mercado Mexicano para la administración de la información y del trabajos de campo que se requieren.
- La información de la encuesta fue ponderada para reflejar de manera proporcional la distribución de las marcas participantes (prop.p/ AMDA)

Cuántos

- La participación (muestra) total que se obtuvo fue de 534 entrevistas completadas con un **40%** de respuesta, representando a 25 diferentes marcas de Armadoras en México

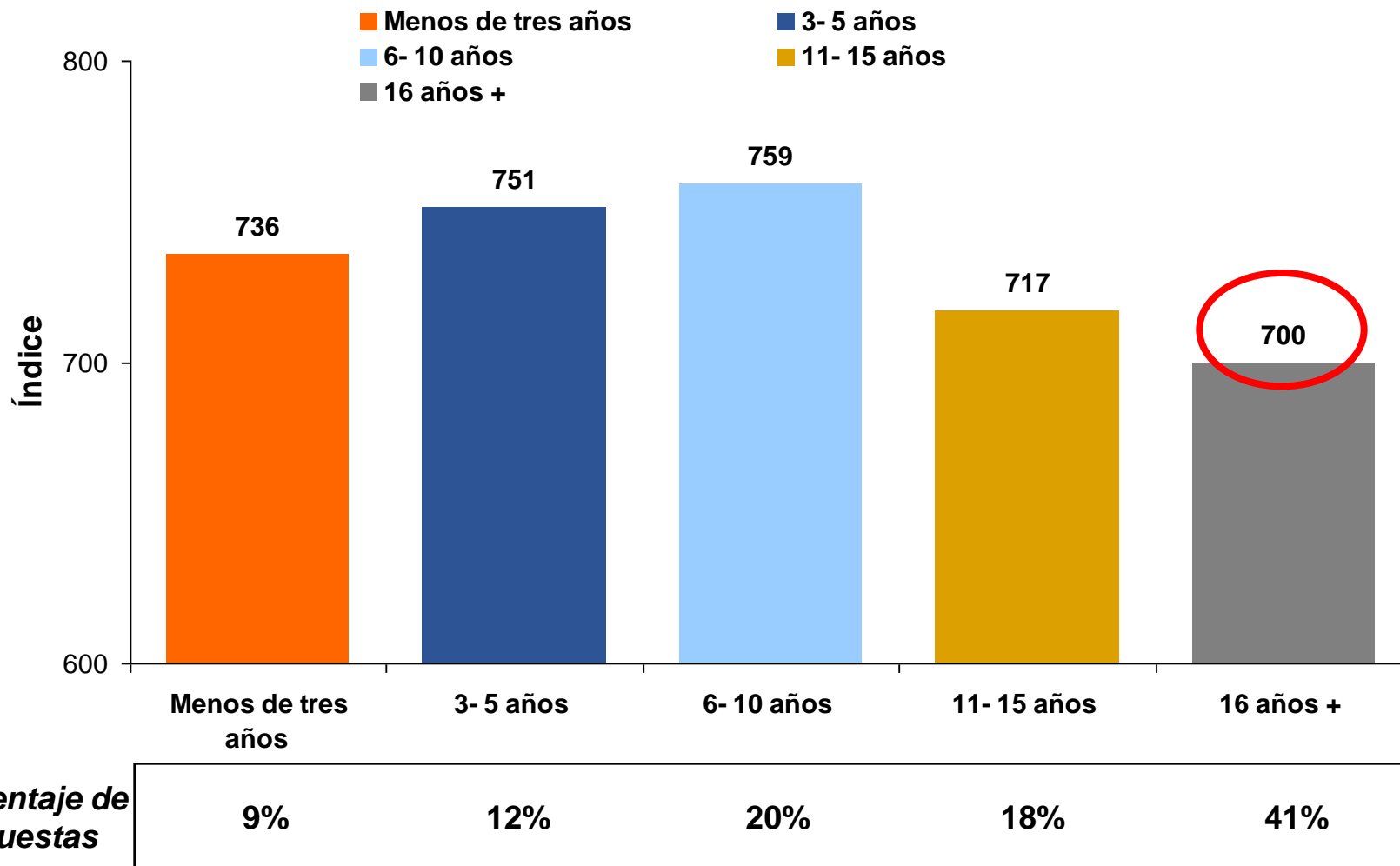
Muestra por Marca

Main Franchise	N	%
Acura	2	0%
Audi	4	1%
BMW	6	1%
Chrysler/Dodge/Jeep	68	13%
Daimler	32	6%
Fiat	8	1%
Ford	47	9%
GM	56	10%
Hino	1	0%
Honda	22	4%
Infiniti	1	0%
International	1	0%
Isuzu	6	1%
Kenworth	1	0%
Mazda	7	1%
Mercedes-Benz	20	4%
Mitsubishi	34	6%
Nissan	44	8%
Peugeot	9	2%
Renault	22	4%
Seat	10	2%
Suzuki	28	5%
Toyota	50	9%
Volkswagen	52	10%
Volvo	3	1%
Total	534	100%

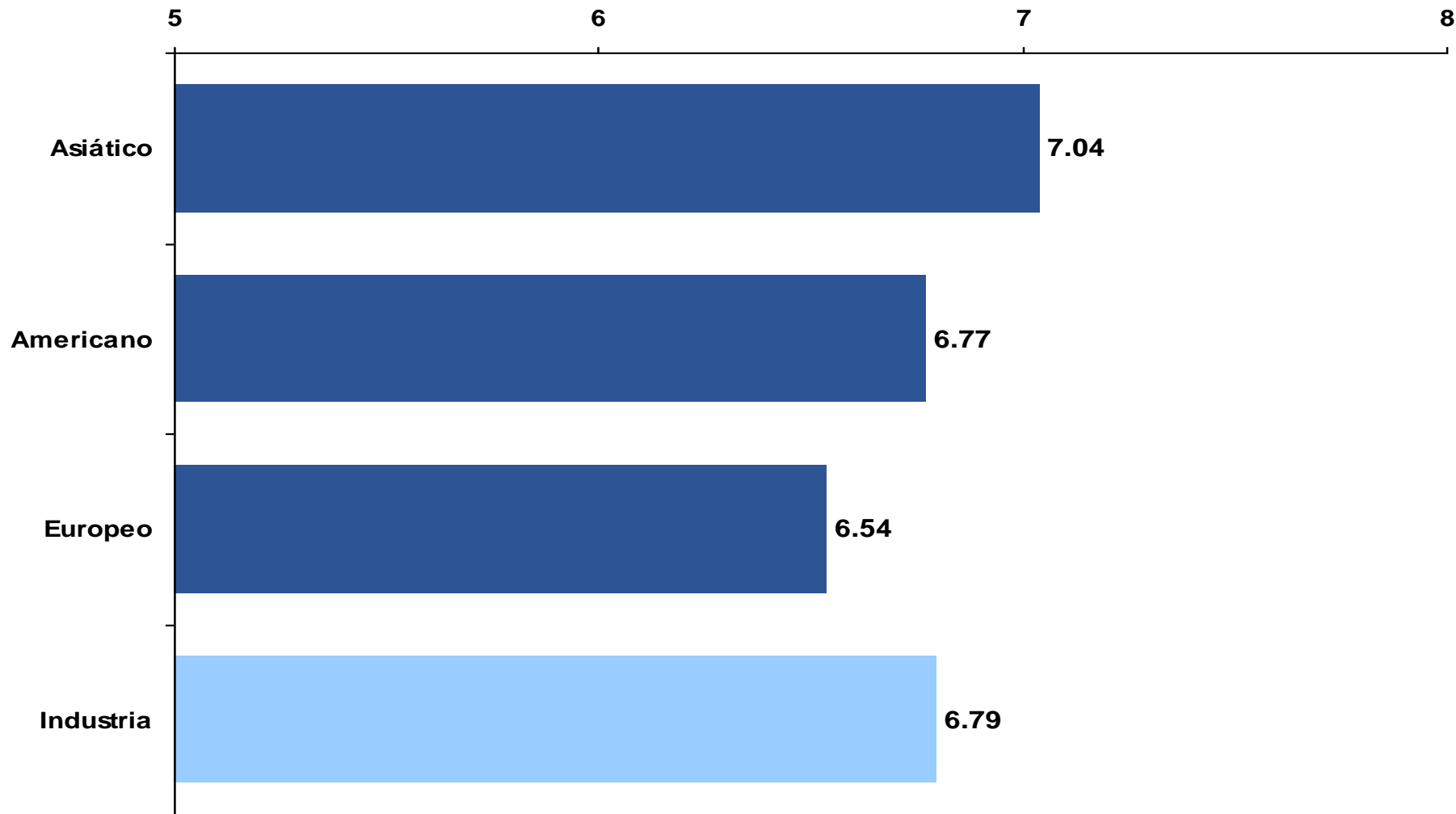
- *Acerca del Estudio*
- ***Resultados / Panorama de la Industria***
- *Claves para el Desempeño Competitivo*
- *La visión del Distribuidor hacia el Futuro*
- *Conclusiones / Resumen*

- *Analizando algunos de los datos...*

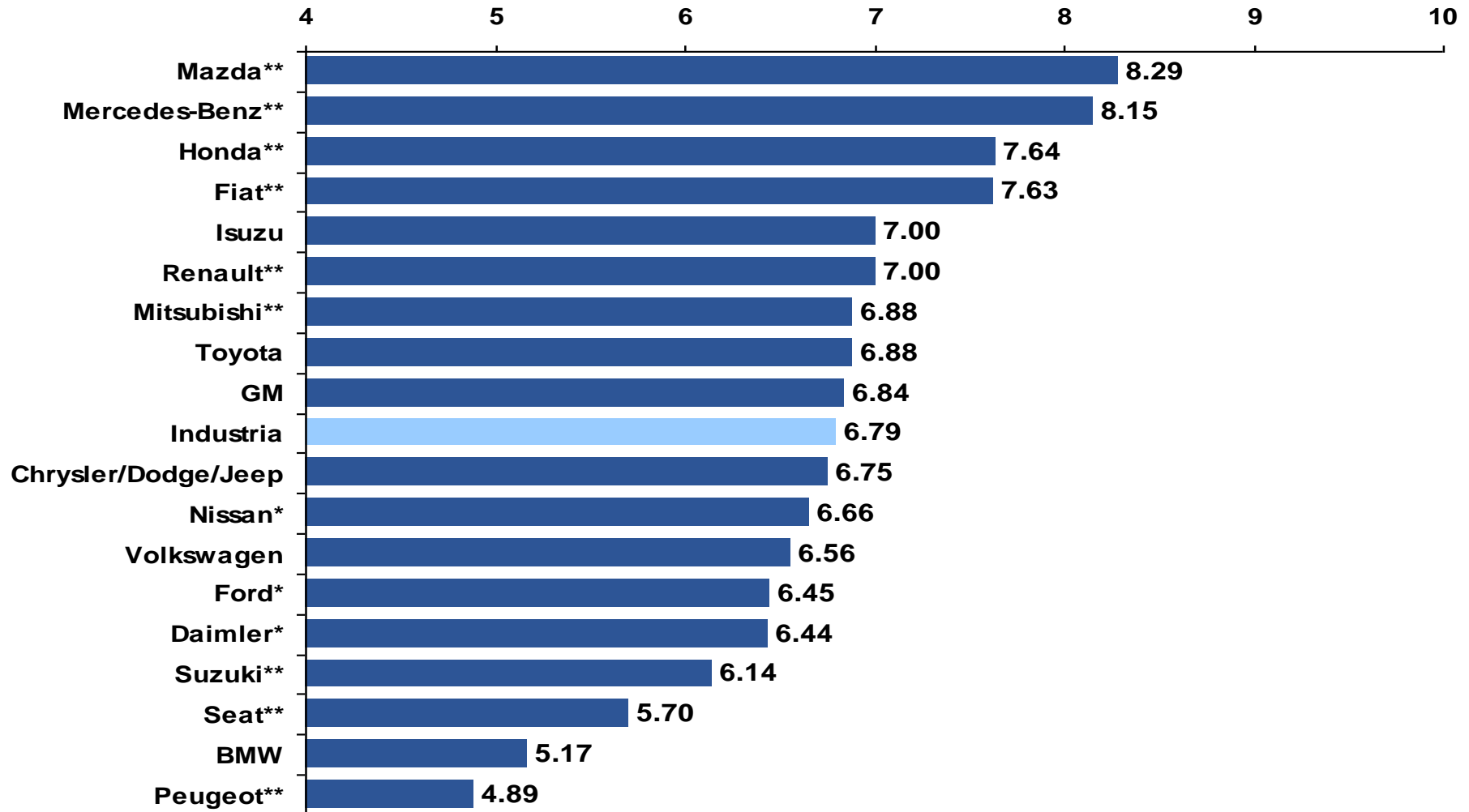
A mayor tiempo, mayor exigencia...



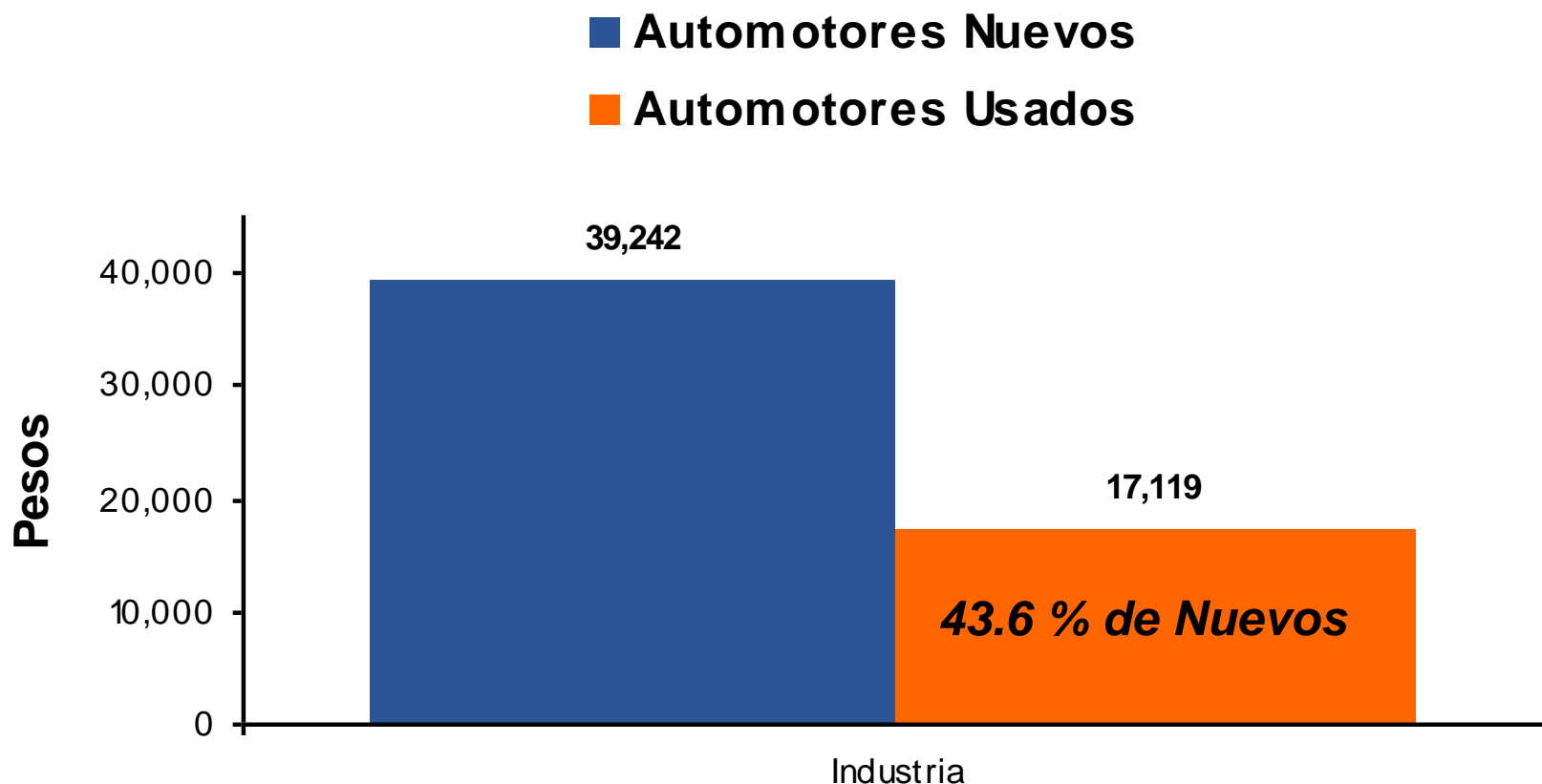
Evaluamos lo que cuesta el sistema de Administracion (DMS)...



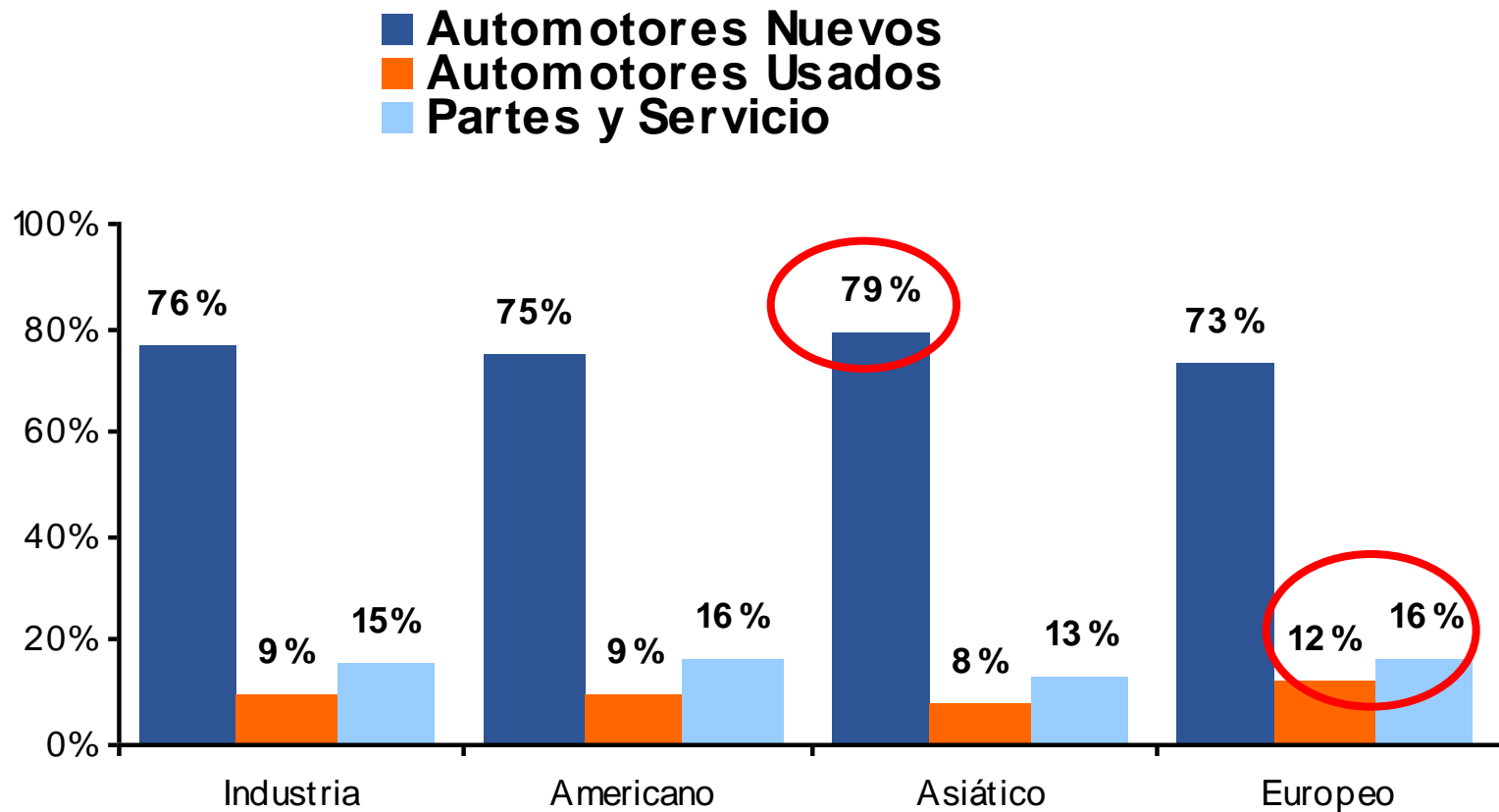
Y por Marca...(DMS)



A nivel industria, la utilidad bruta promedio que se logra en la venta...

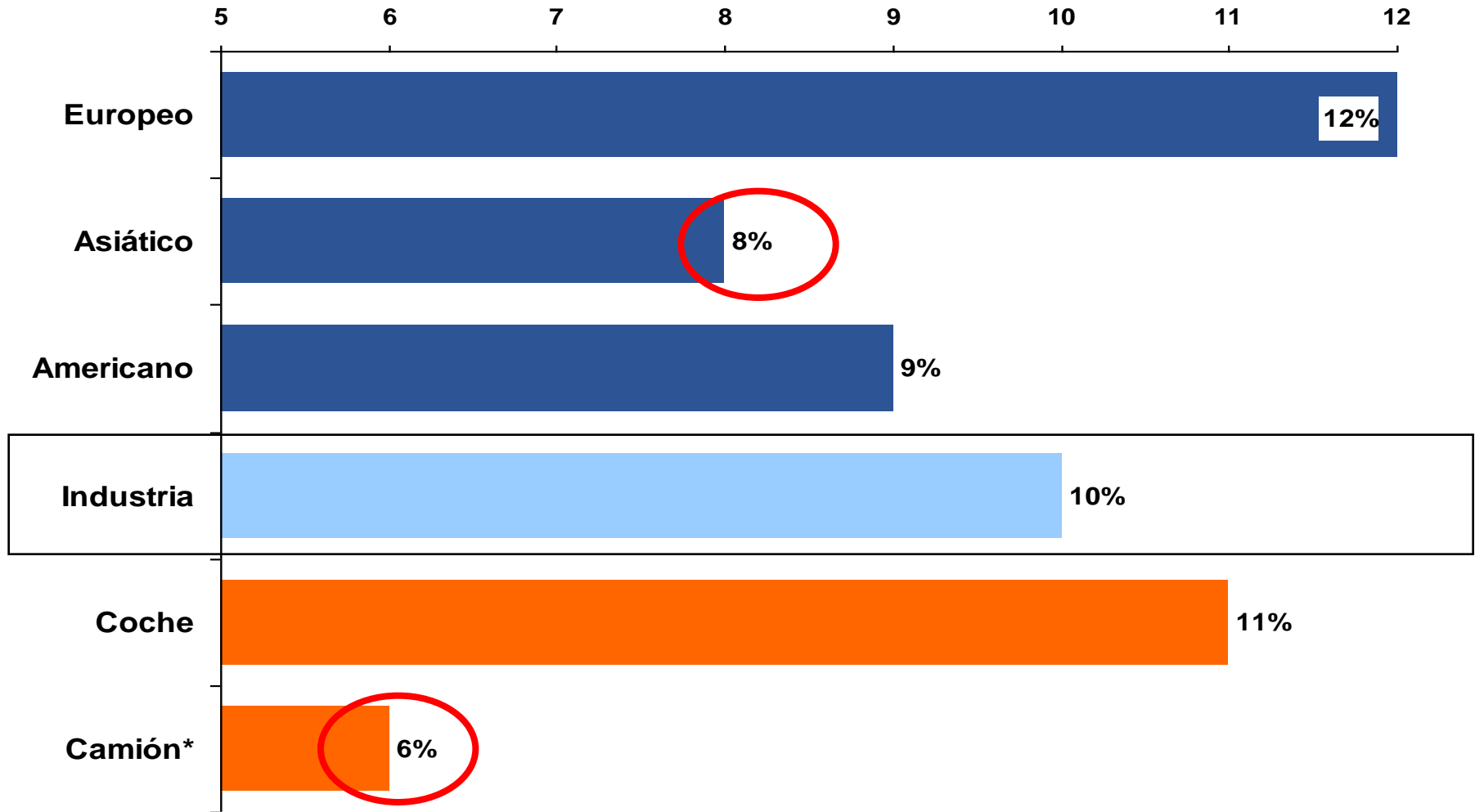


De donde proviene el negocio...



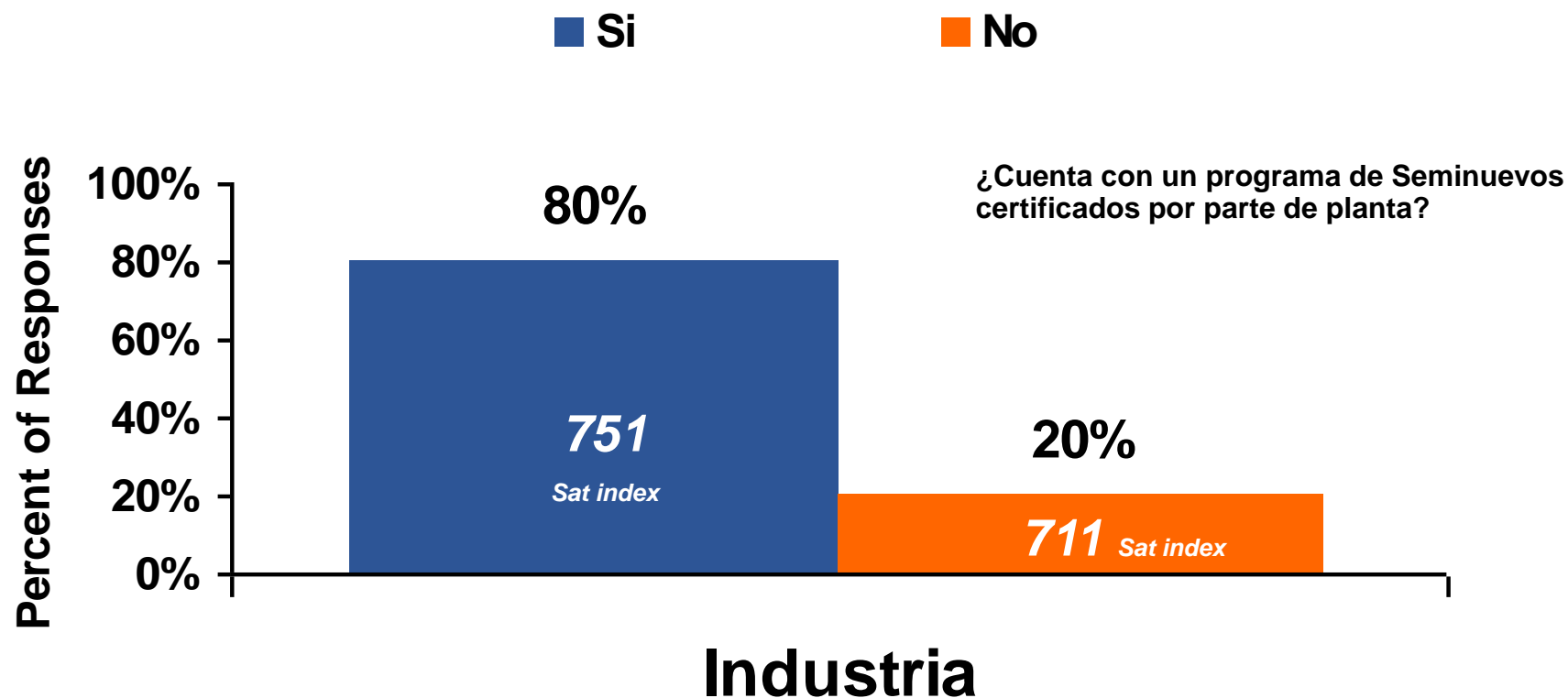
El Negocio de Usados ha tomado mayor relevancia, pero aún hay espacio para crecer...

¿Que porcentaje de sus ingresos provienen de automotores usados?



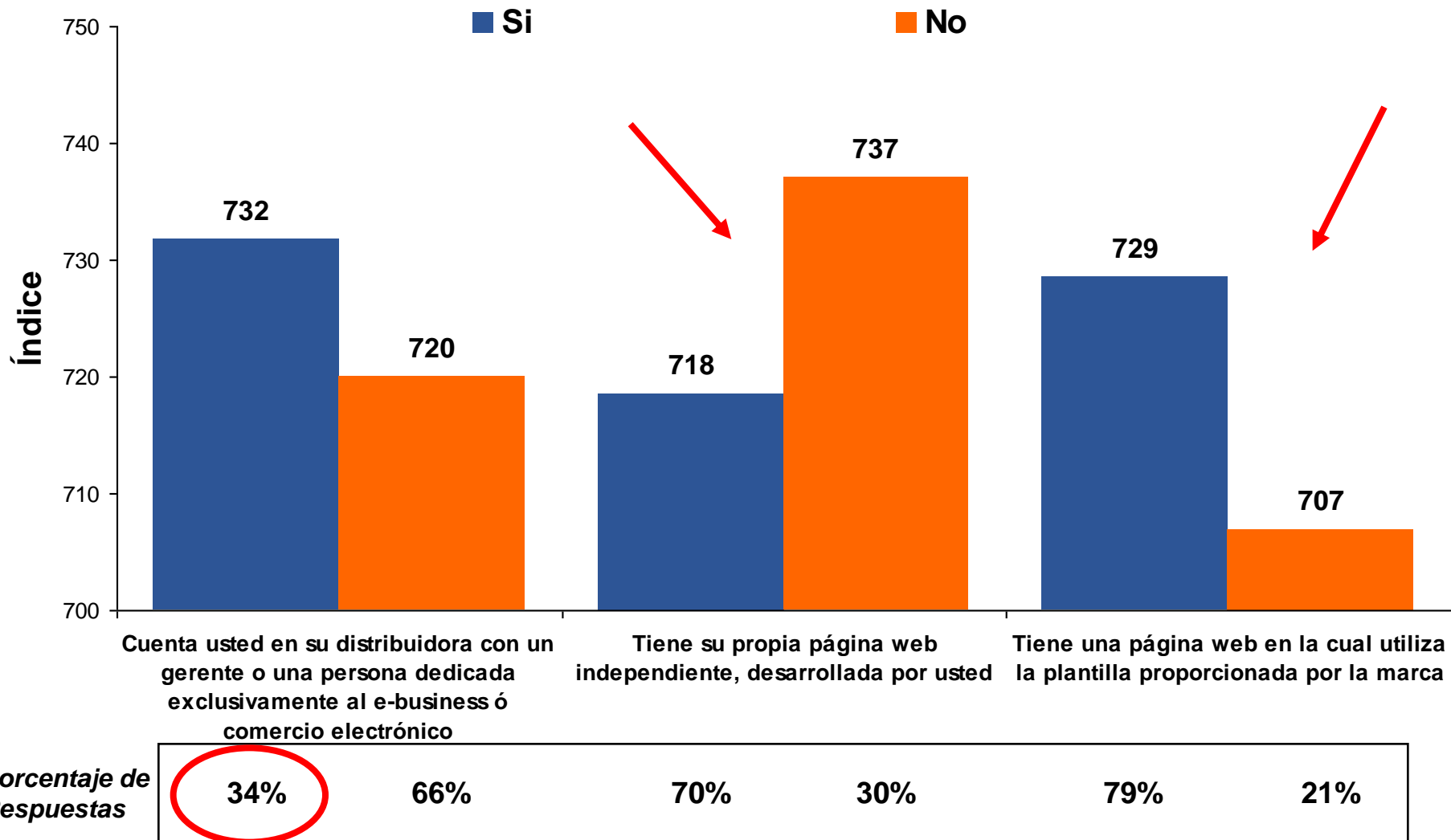
* Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales. # Muestra insuficiente.

Los programas de Seminuevos Certificados incrementan la satisfacción...

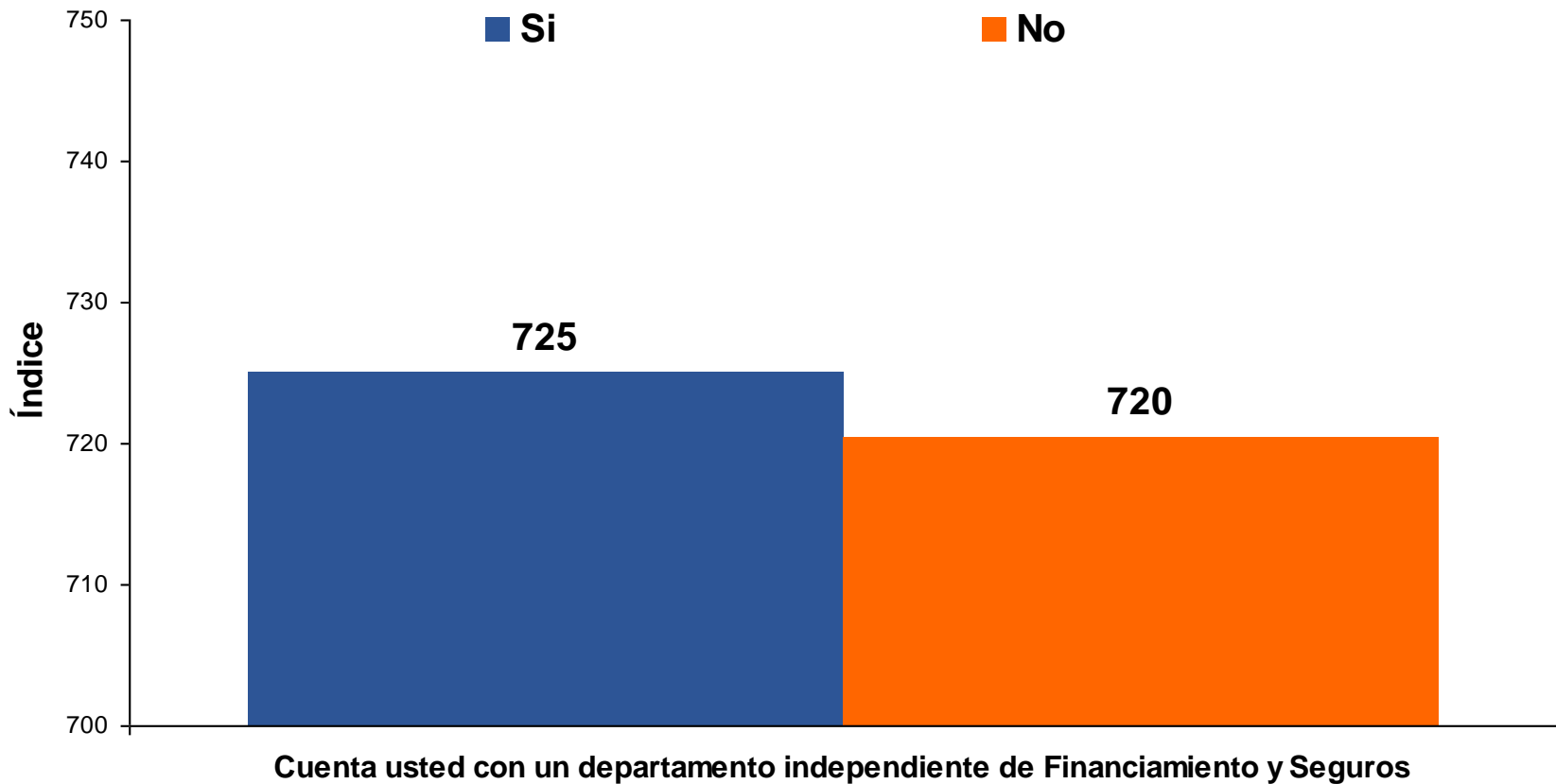


Actividades en las que debemos concentrar nuestros esfuerzos...

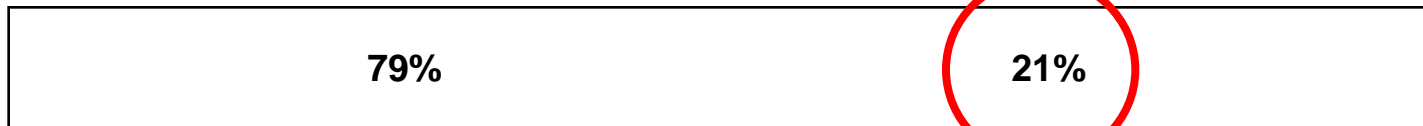
De aquí vendrán nuestros futuros clientes...



F&I También Contribuye...



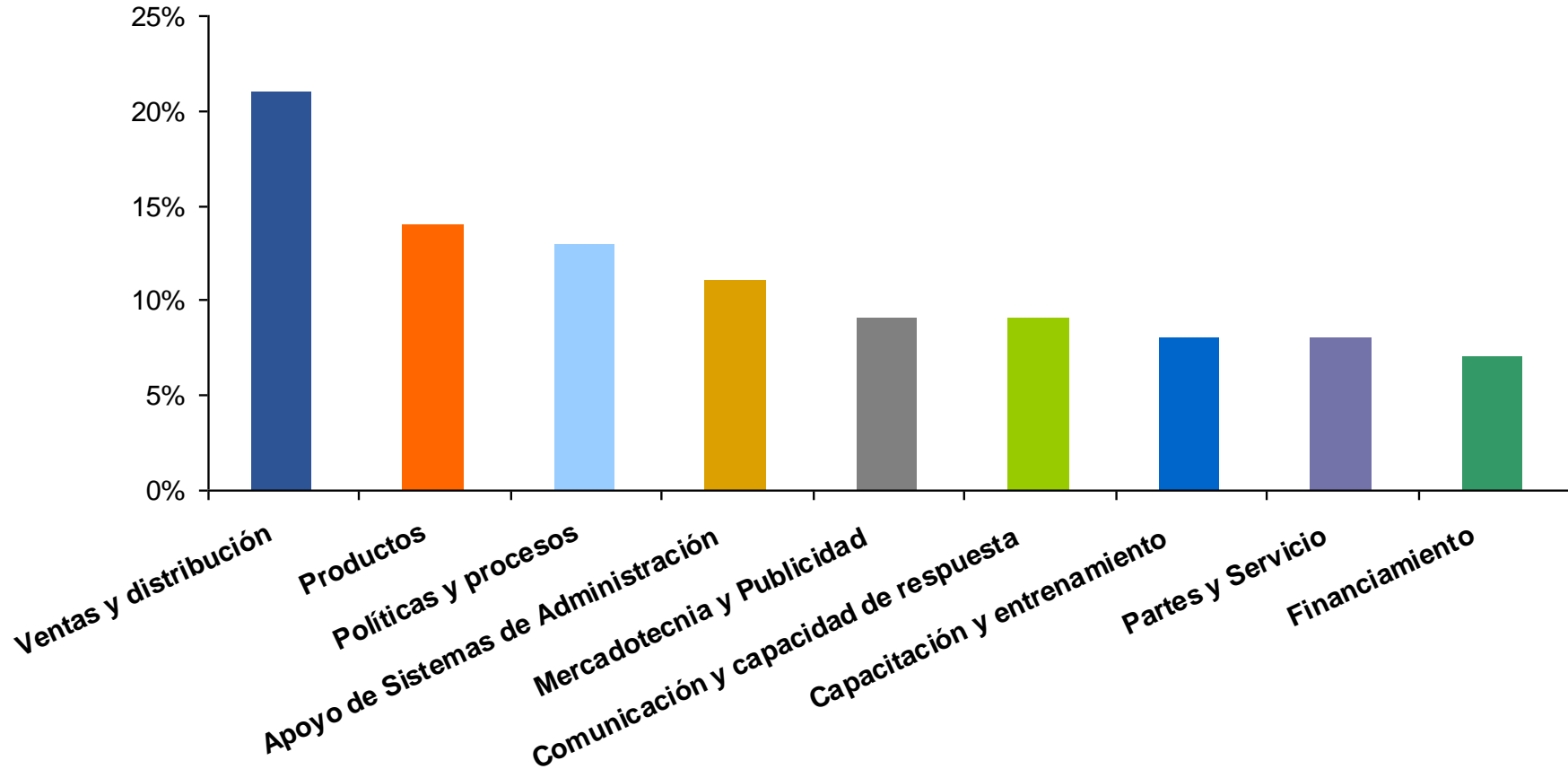
Porcentaje de Respuestas



- ***Resultados Generales...***

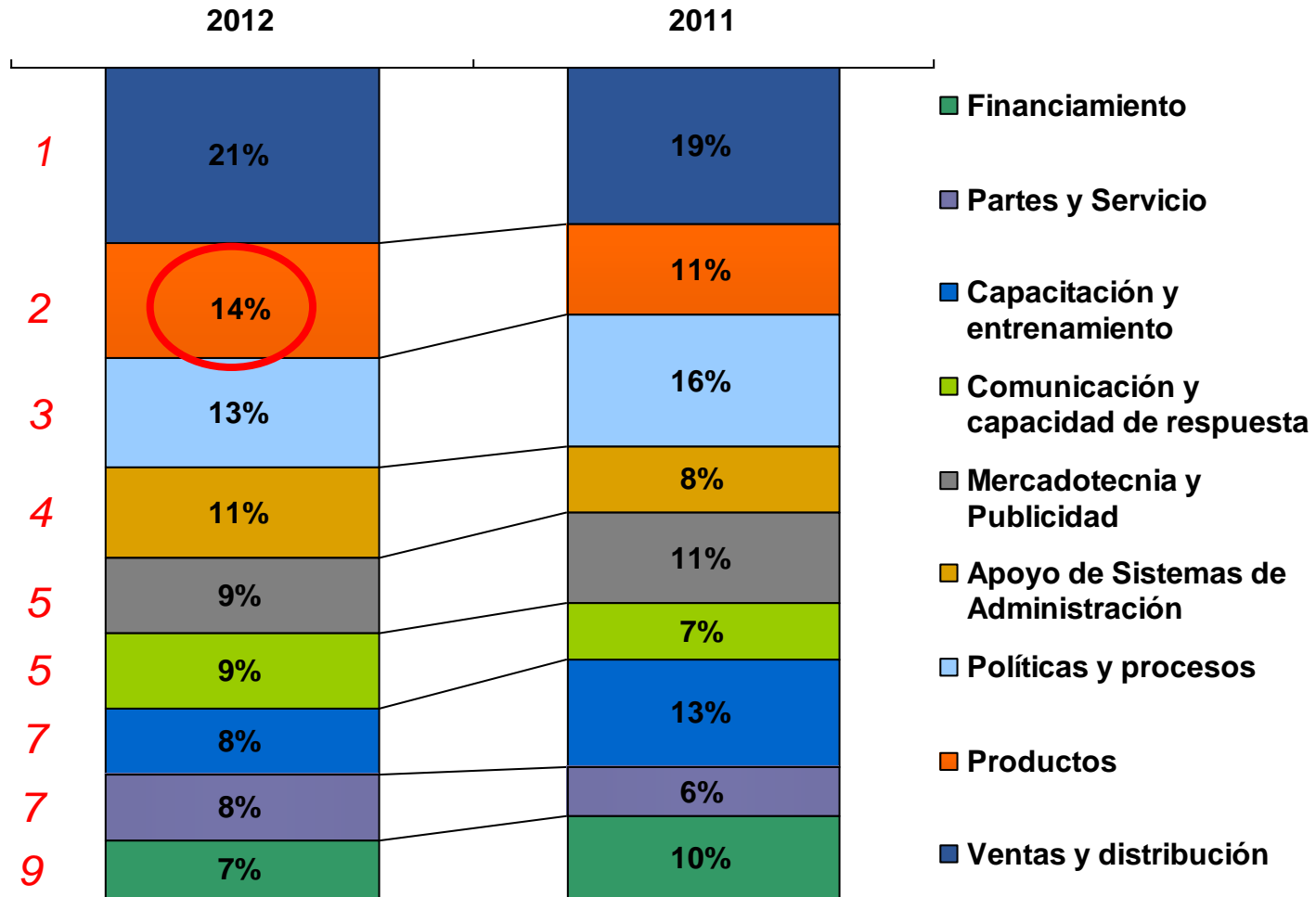
¿Que determina la Satisfacción para los Distribuidores?

(Los porcentajes indican la importancia de cada uno de los factores en la satisfacción general del distribuidor en relación con su Armadora)



Comunicación y servicio, Financiamiento y Políticas y Apoyo con los sistemas de los distribuidores no fueron incluidos en los índices del estudio de 2009

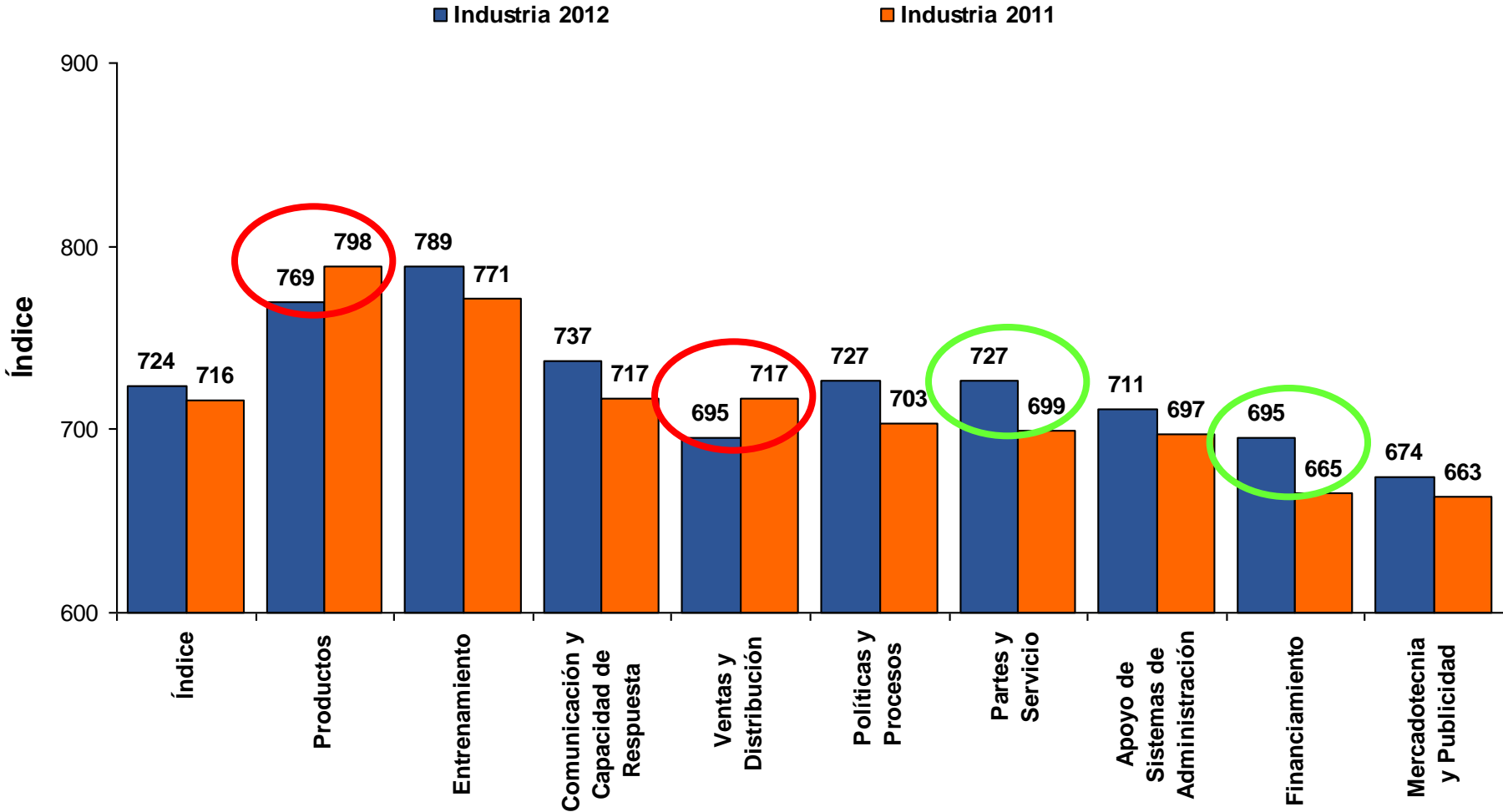
Relevancia por Factor: 2012 vs. 2011



Comunicación y servicio, Financiamiento y Políticas y Apoyo con los sistemas de los distribuidores no fueron incluidos en los índices del estudio de 2009

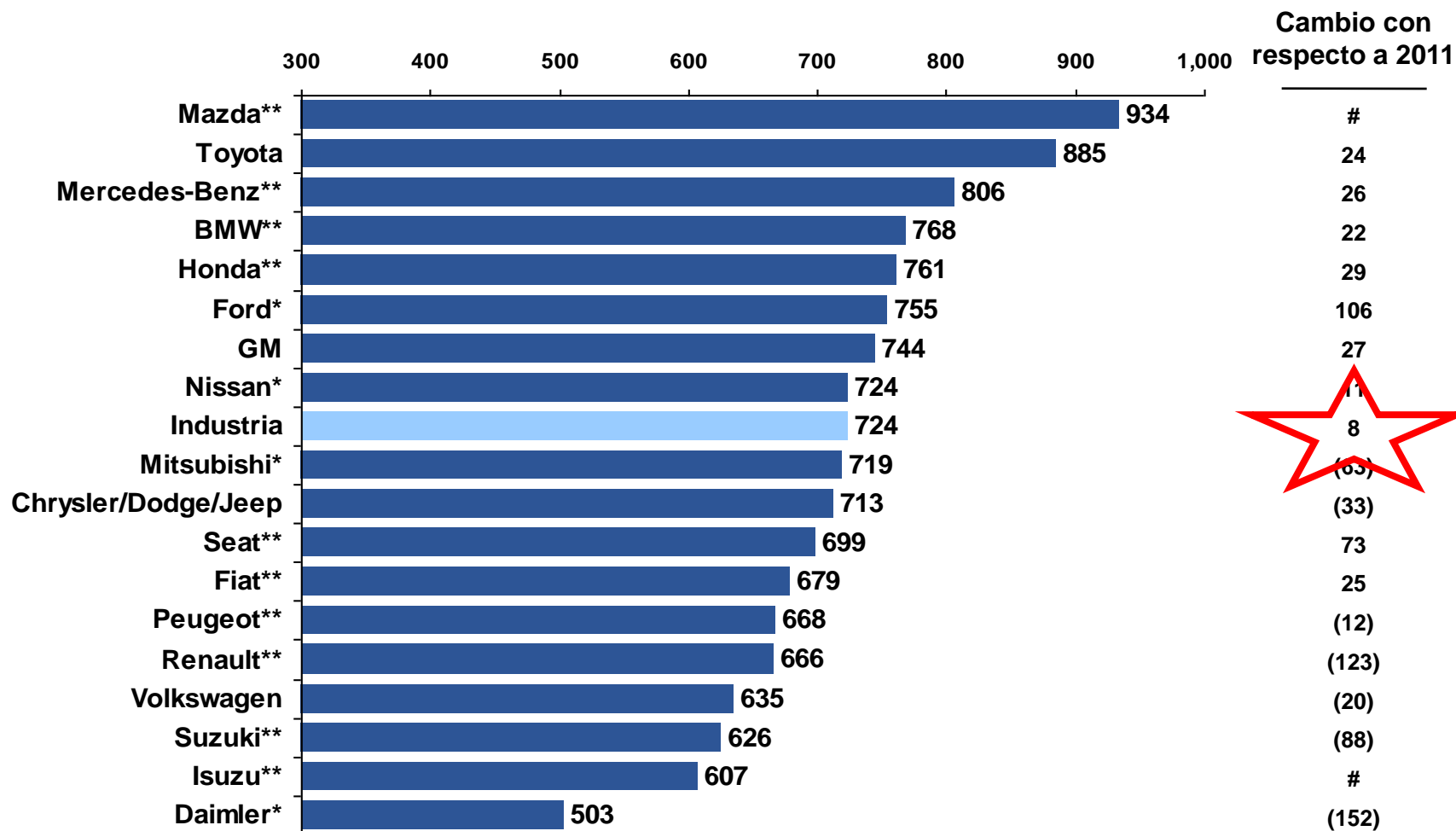
Desempeño en los diferentes Factores

Los 2 factores mas relevantes reflejan reducción...



Ranking de los Fabricantes según sus Distribuidores

2012 Índice

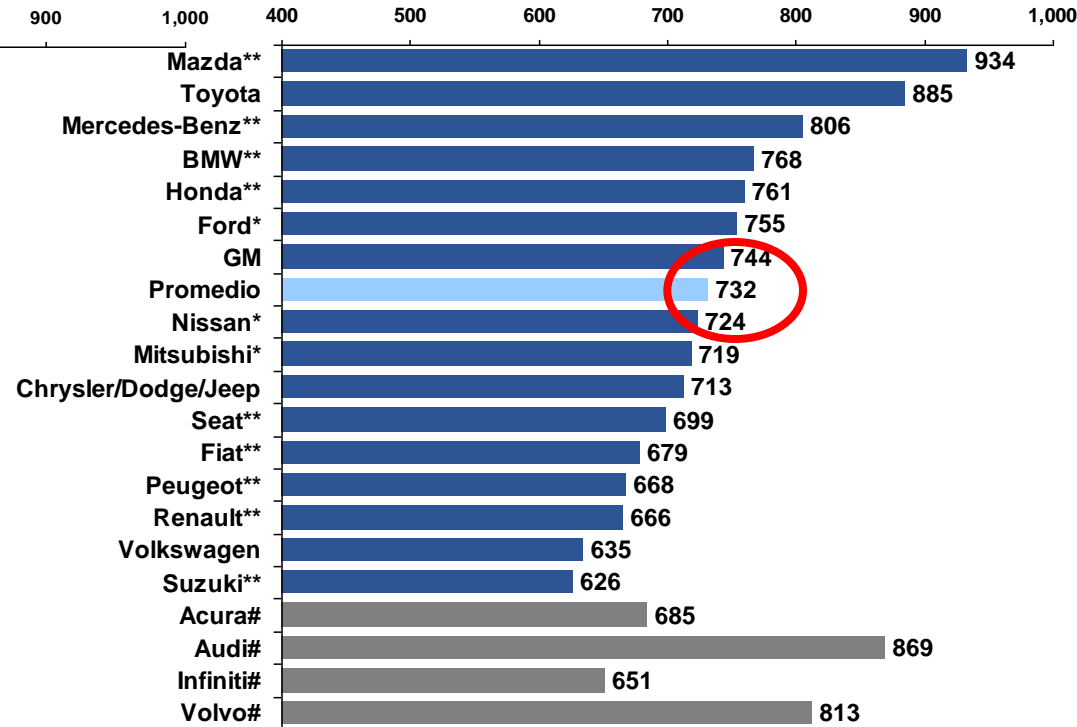
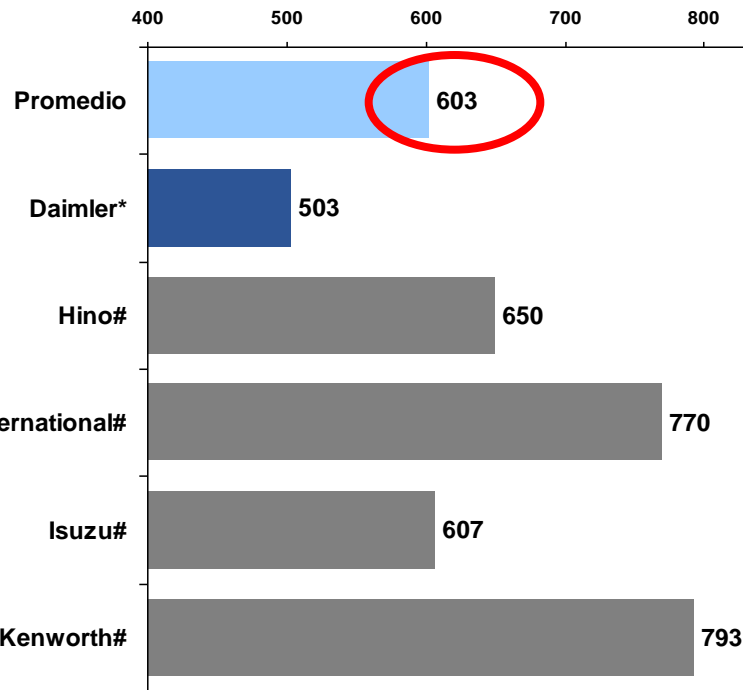


Solo Armadoras con muestra mayor a 5 es incluida en la gráfica. * Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales. # Muestra insuficiente.

Si lo vemos por tipo de vehículo...

2012 Índice Camión

2012 Índice Coche

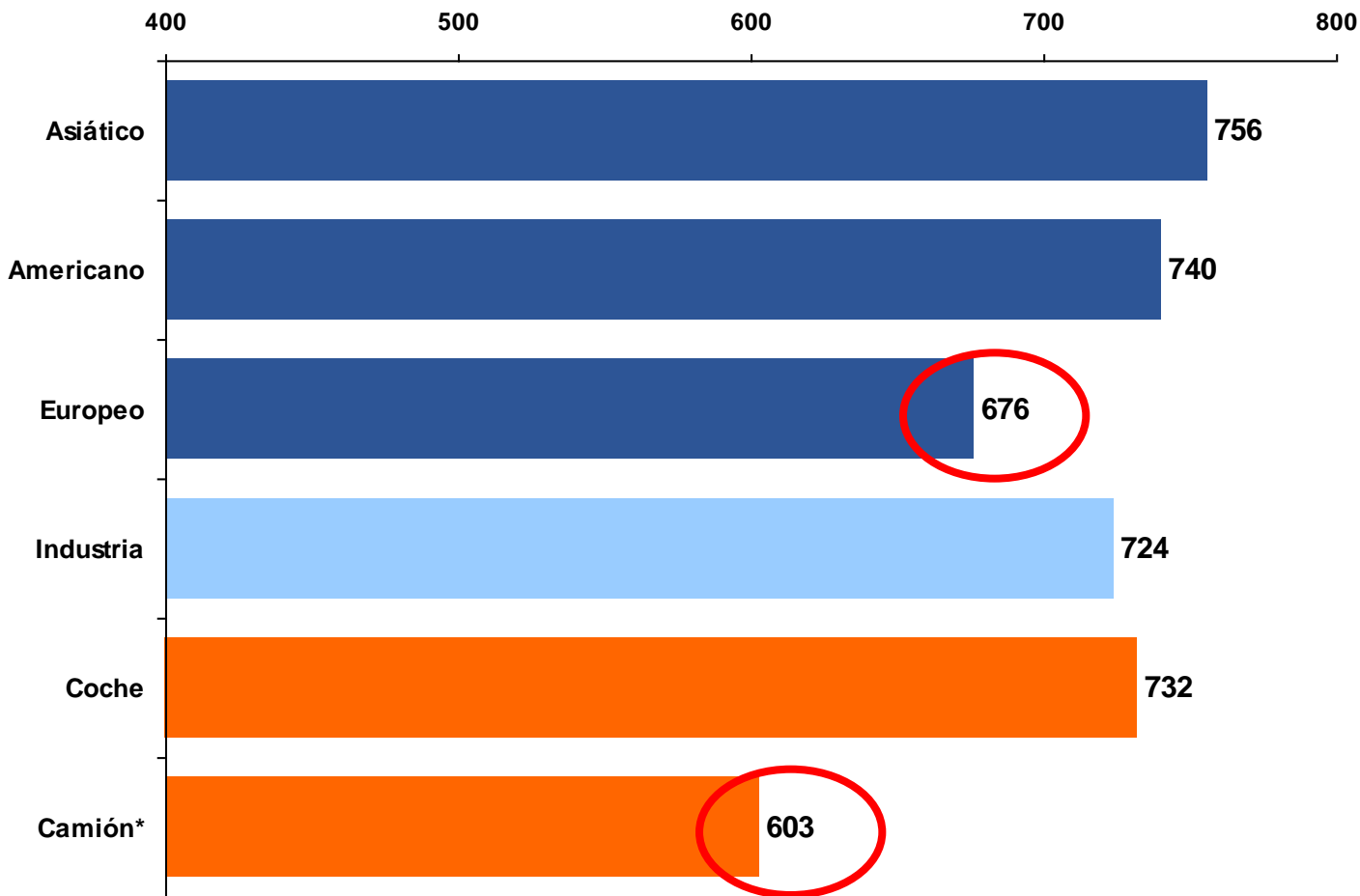


El índice promedio de Autos esta 129 puntos por arriba del índice de camiones

* Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales. # Muestra insuficiente.

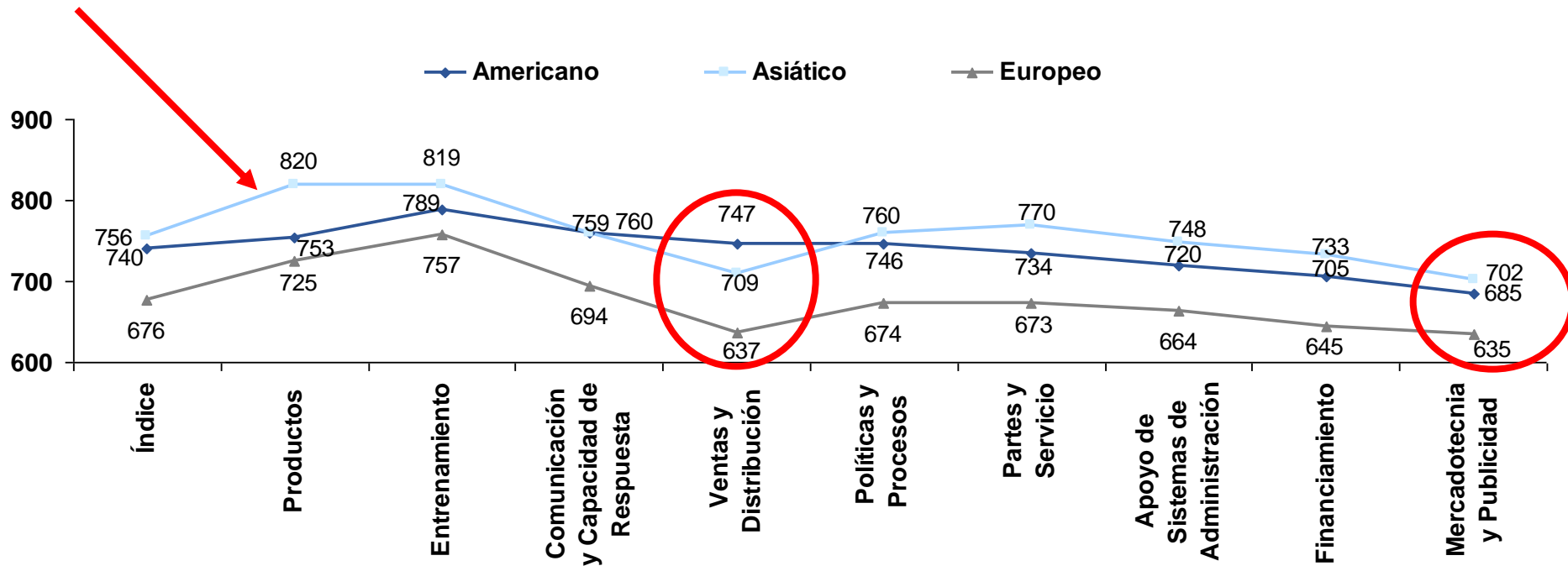
Y ahora por origen del Fabricante...

2012 Índice



* Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales. # Muestra insuficiente.

Dependiendo del Origen varían los requerimientos



- Las marcas Europeas consistentemente reflejan los índices mas bajos...
- Mercadotecnia y Publicidad reflejan los índices mas bajos sin importar el origen...

- *Acerca del Estudio*
- *Resultados / Panorama de la Industria*
- ***Claves para el Desempeño Competitivo***
- *La visión del Distribuidor hacia el Futuro*
- *Conclusiones / Resumen*

Ventas y Distribución

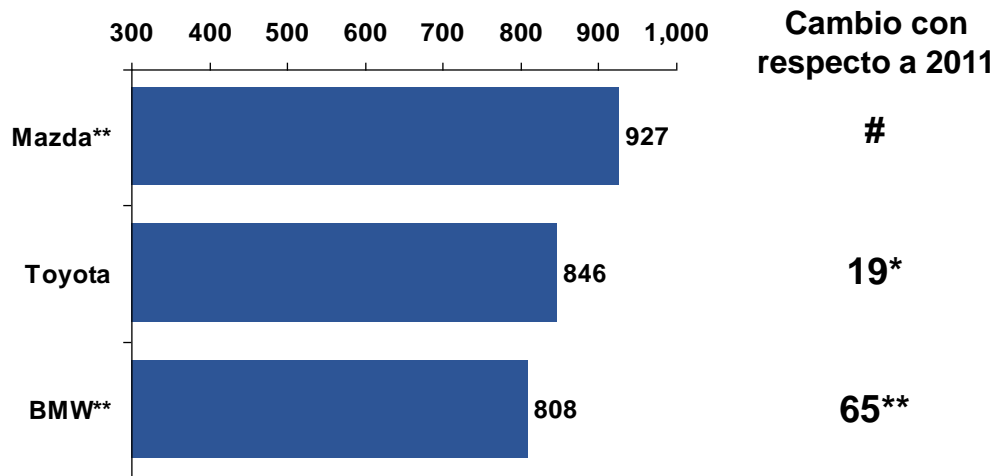


Ventas y distribución

Ventas y Distribución

Oportunidad y capacidad de abastecimiento de vehículos nuevos por parte de la fábrica	21%
Capacidad del distribuidor para determinar el inventario de vehículos nuevos	19%

Top 3



Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

Productos

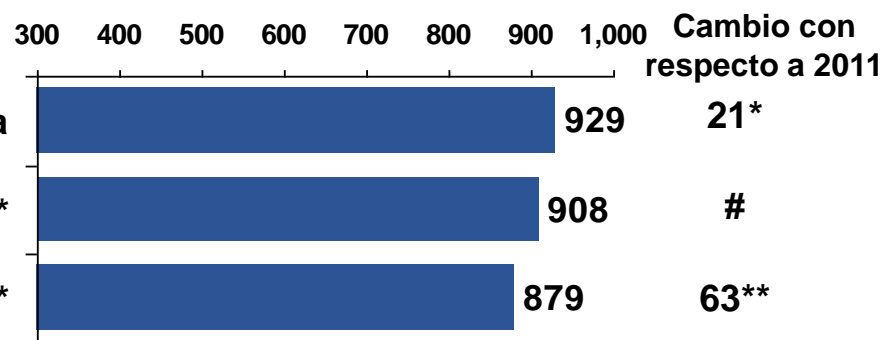


Productos

Productos	
Competitividad del precio de sus productos	30%
Qué tan deseables son sus productos en este mercado	30%

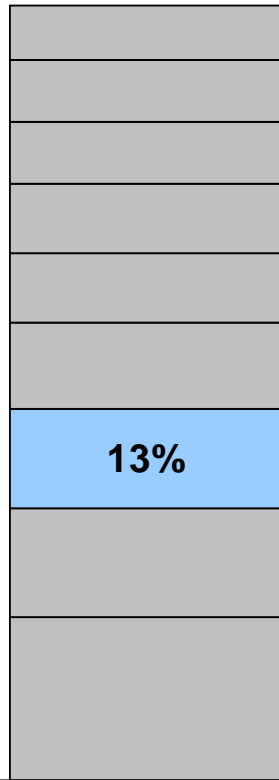
Top 3

Mercedes-Benz**



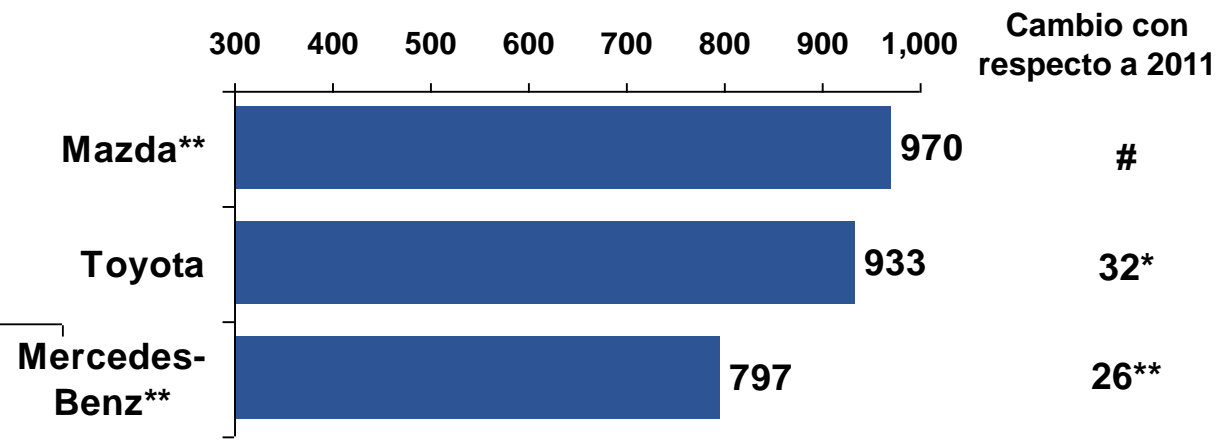
Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

Políticas y Procesos



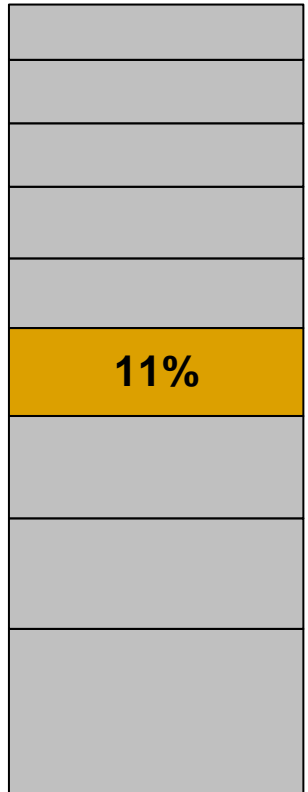
Políticas y Procesos	
Condiciones de proceso para las nuevas unidades	22%

Top 3



Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

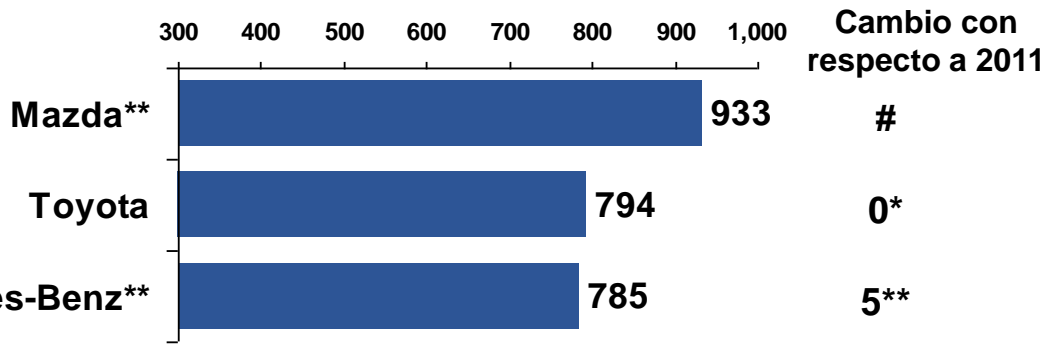
Apoyo de Sistemas de Administración



Apoyo de Sistemas de Administración

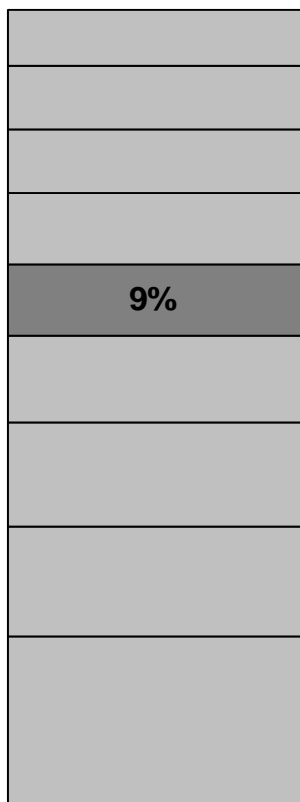
Apoyo de Sistemas de Administración	
Calidad de la página web del fabricante	25%

Top 3



Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

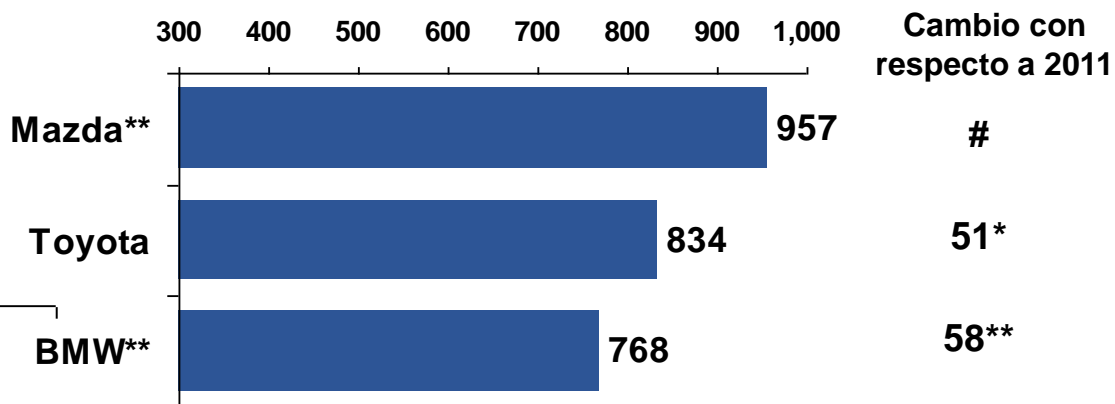
Mercadotecnia y Publicidad



Mercadotecnia y Publicidad

Cantidad del apoyo que le brinda el fabricante para las campañas de mercadotecnia y publicidad	30%
--	-----

Top 3



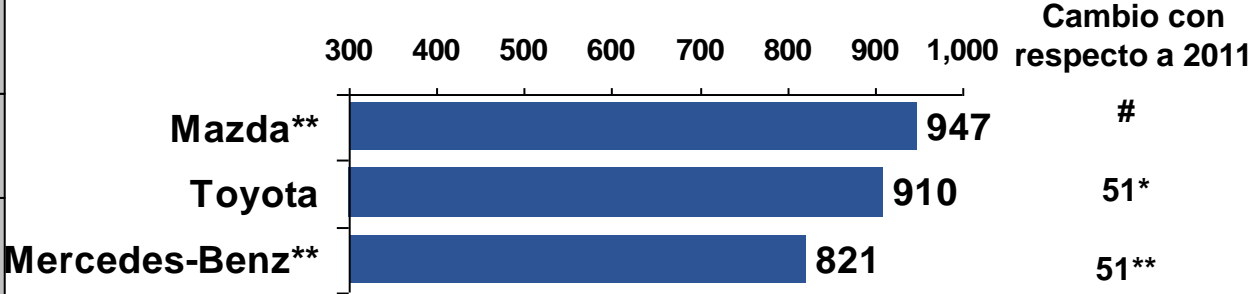
Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

Comunicación y capacidad de respuesta



Comunicación y capacidad de respuesta	
Conocimiento del personal de campo del fabricante sobre los problemas de su negocio	39%

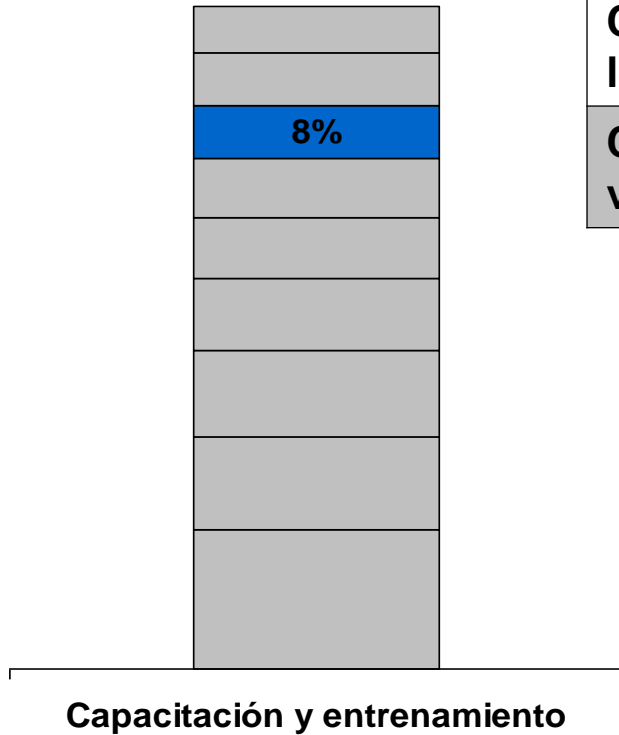
Top 3



Comunicación y capacidad de respuesta

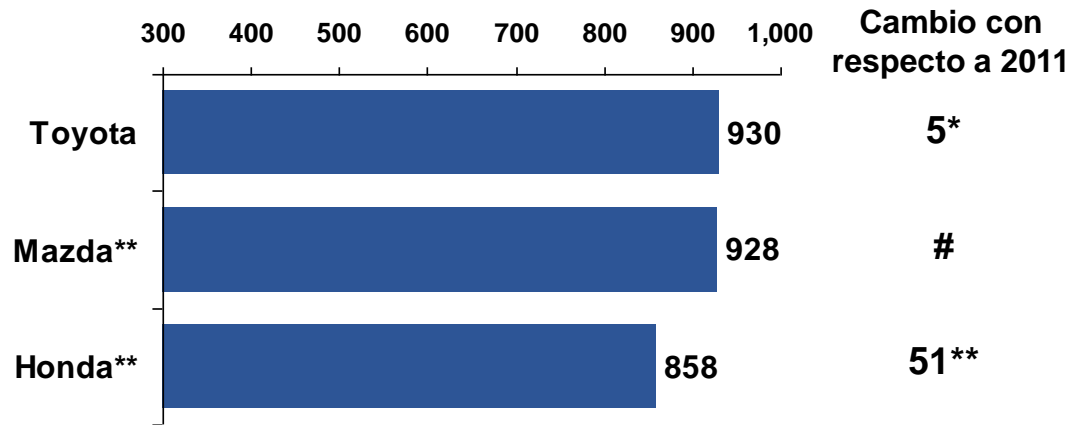
Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

Capacitación y Entrenamiento



Capacitación y Entrenamiento	
Conocimiento del personal de la fábrica sobre los productos	27%
Calidad del entrenamiento para la fuerza de ventas del distribuidor	26%

Top 3



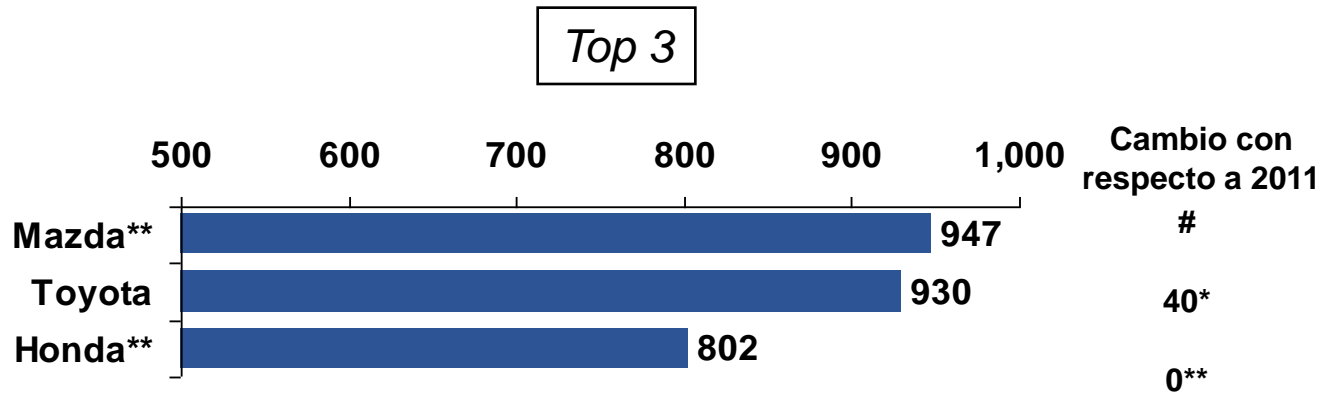
Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

Partes y Servicio



Partes y Servicio

Partes y Servicio	
Prontitud para solucionar reclamos de garantía	21%
Políticas de reclamos de garantía	19%



Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

Financiamiento

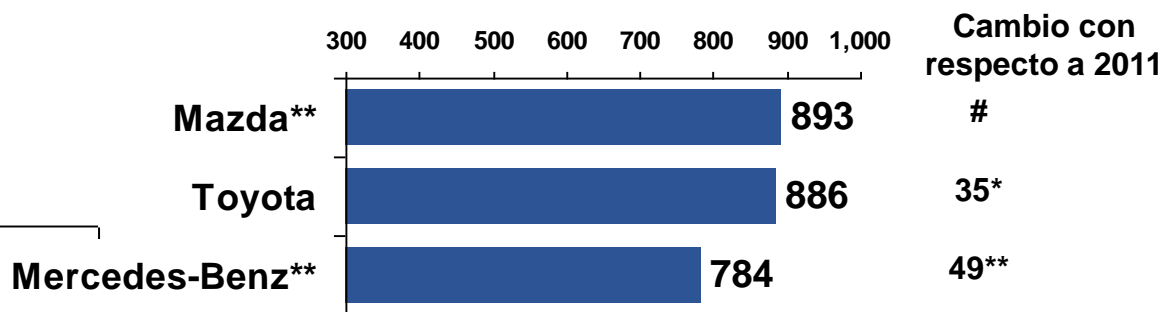


Financiamiento

Financiamiento

Apoyo para resolver problemas crediticios con los clientes	30%
Calificación general de la marca en el manejo de las políticas, procesos y reembolsos (UDIs) de las estrategias de ventas de seguros	30%

Top 3

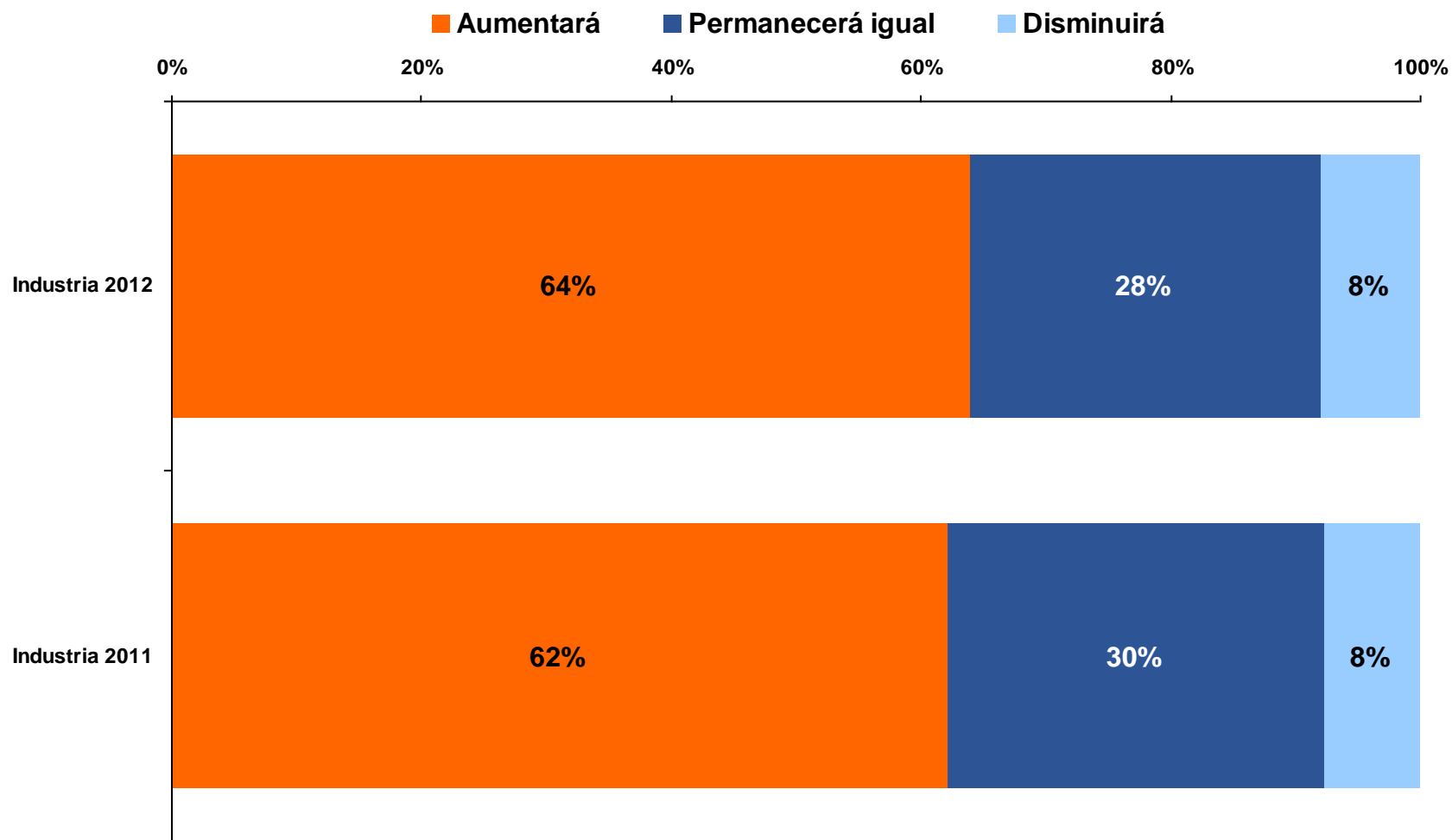


Atributos clasificados pero sin ser incluidos son: Precios de accesorios, Políticas de reclamos de garantía, Calidad de sus refacciones.

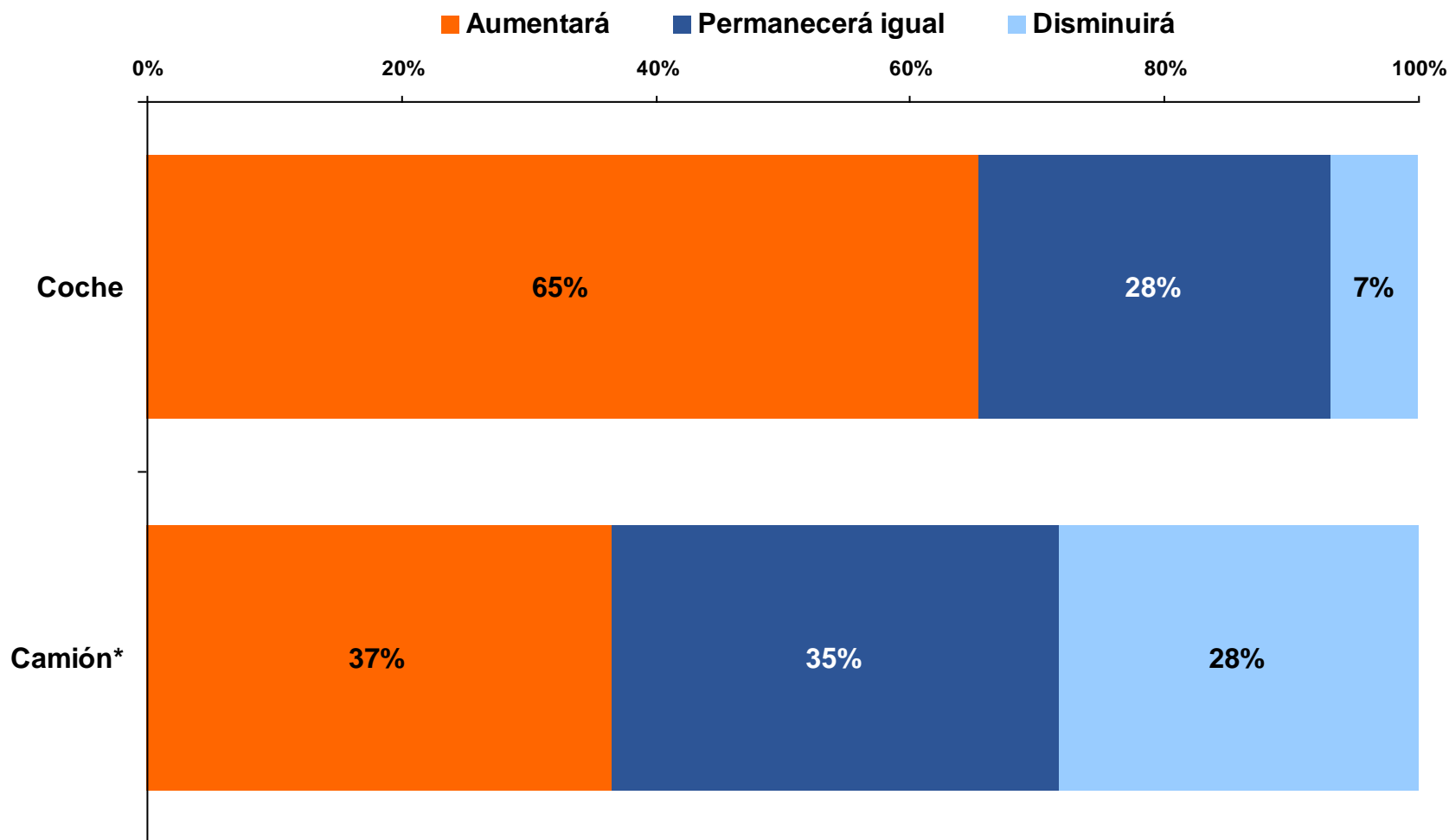
- *Acerca del Estudio*
- *Resultados / Panorama de la Industria*
- *Claves para el Desempeño Competitivo*
- ***La visión del Distribuidor hacia el Futuro***
- *Conclusiones / Resumen*

Percepción del Valor de la Franquicia

Usted Cree que el valor de su franquicia con (LA MARCA)...



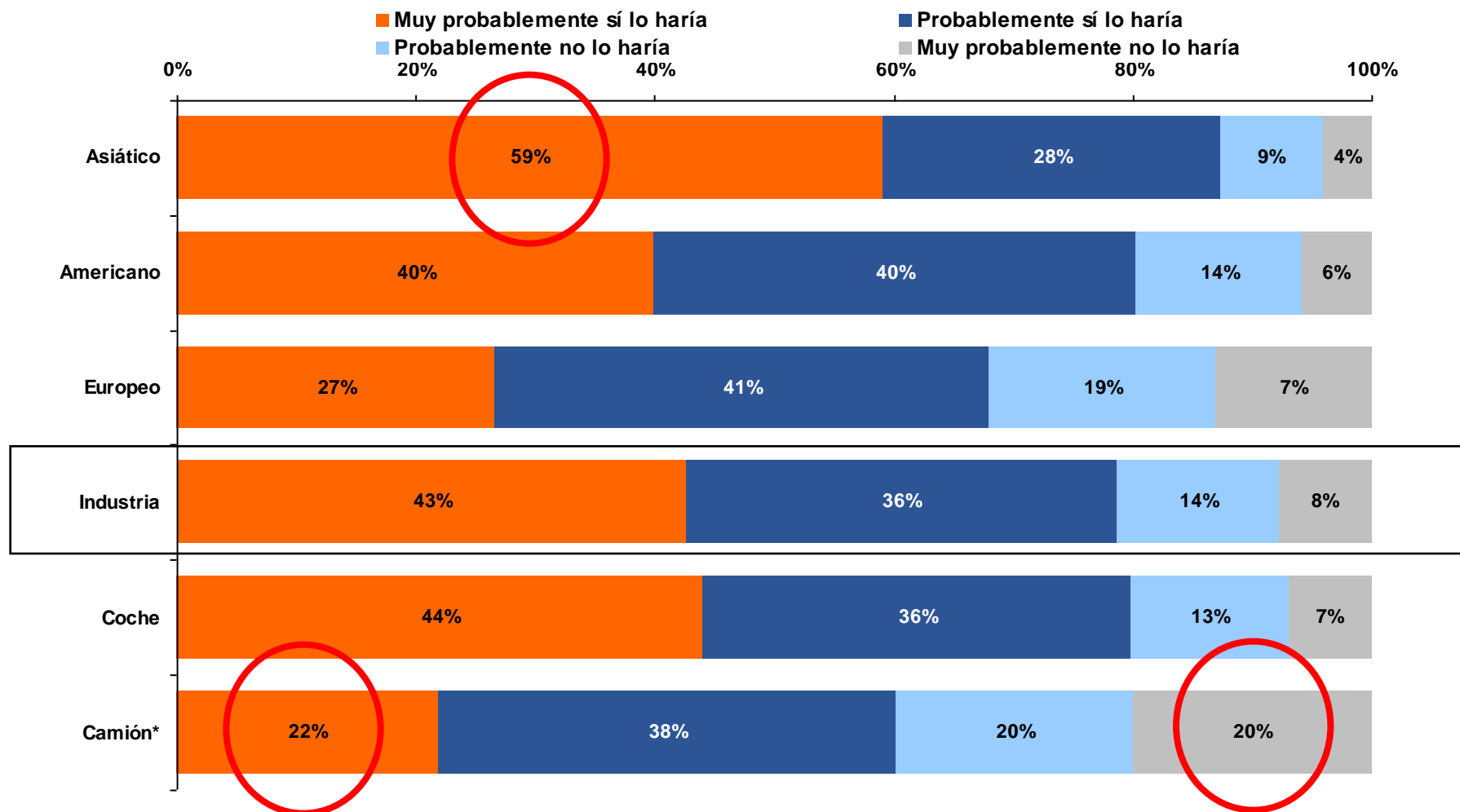
¿Qué cree usted que ocurrirá con el valor de su distribuidora en los próximos tres años?



* Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales.

Promoción

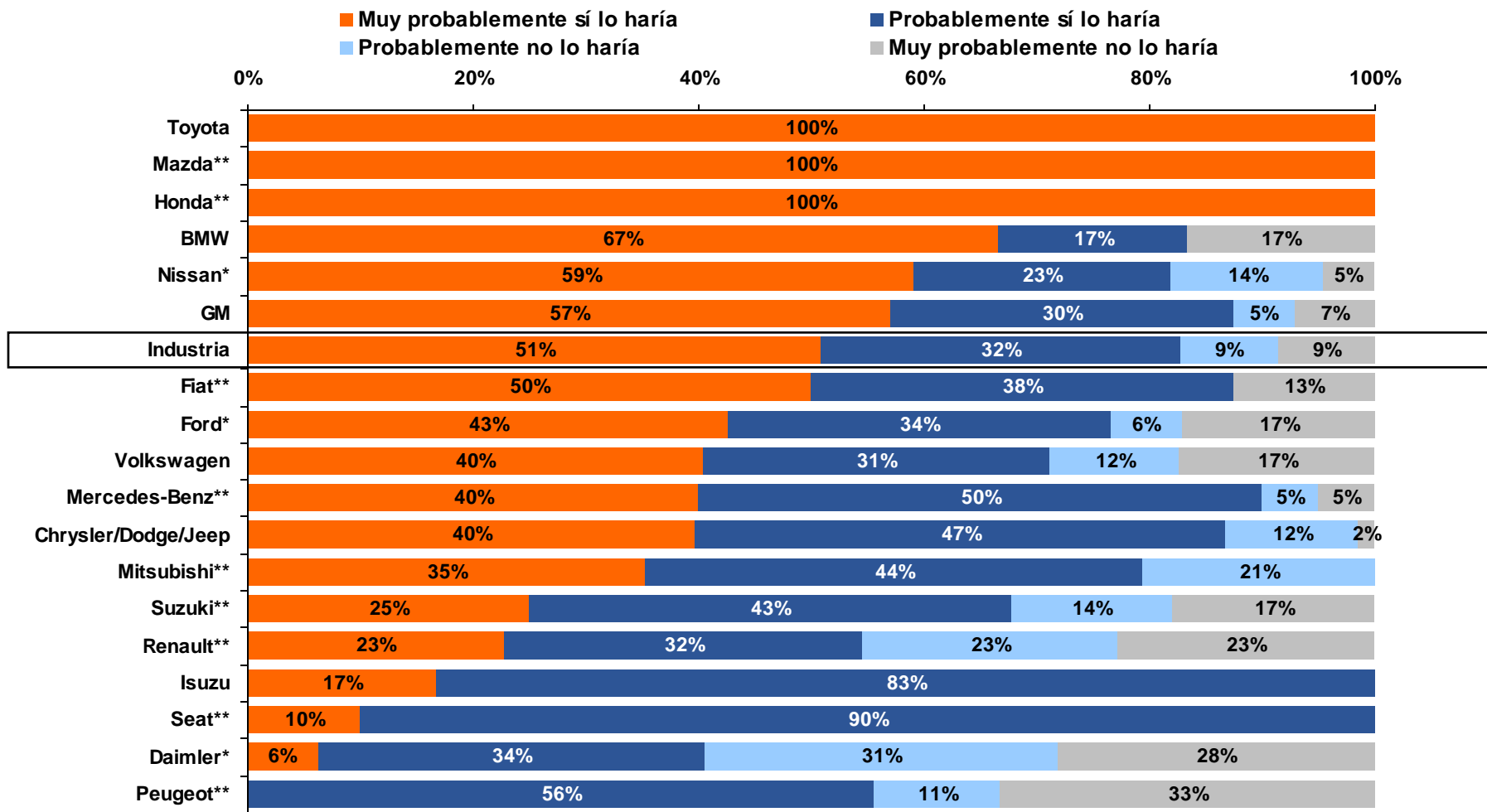
¿Que tan dispuesto esta a recomendar (LA MARCA) a cualquier persona que quisiera abrir una nueva distribuidora?



* Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales.

Intenciones Futuras

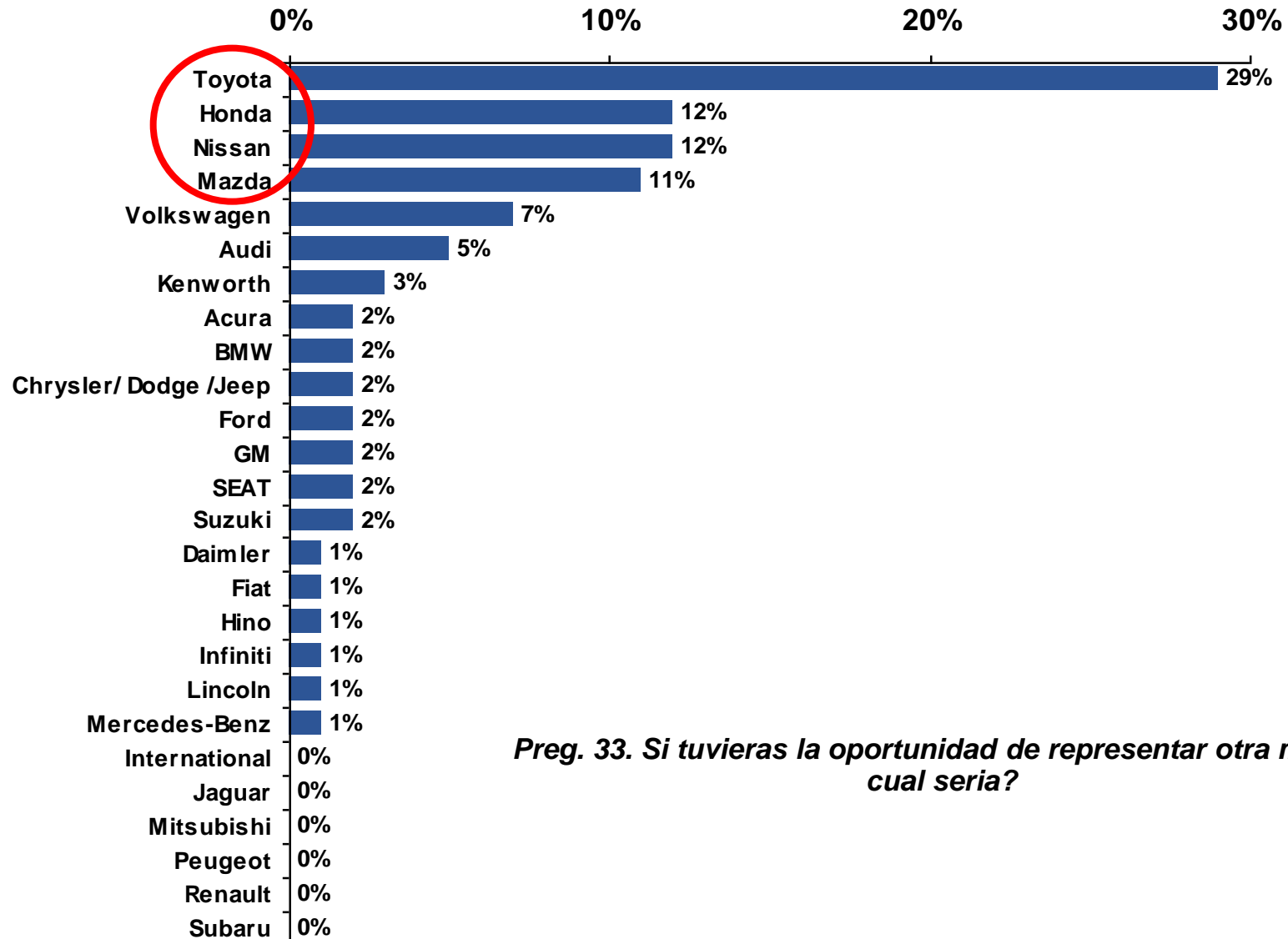
Si fuera a establecer una nueva distribuidora en un mercado diferente, ¿Que tan dispuesto estaría a continuar representando a (LA MARCA)?



Solo Armadoras con muestra mayor a 5 es incluida en la gráfica. * Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales.

Las Marcas con mayor demanda...

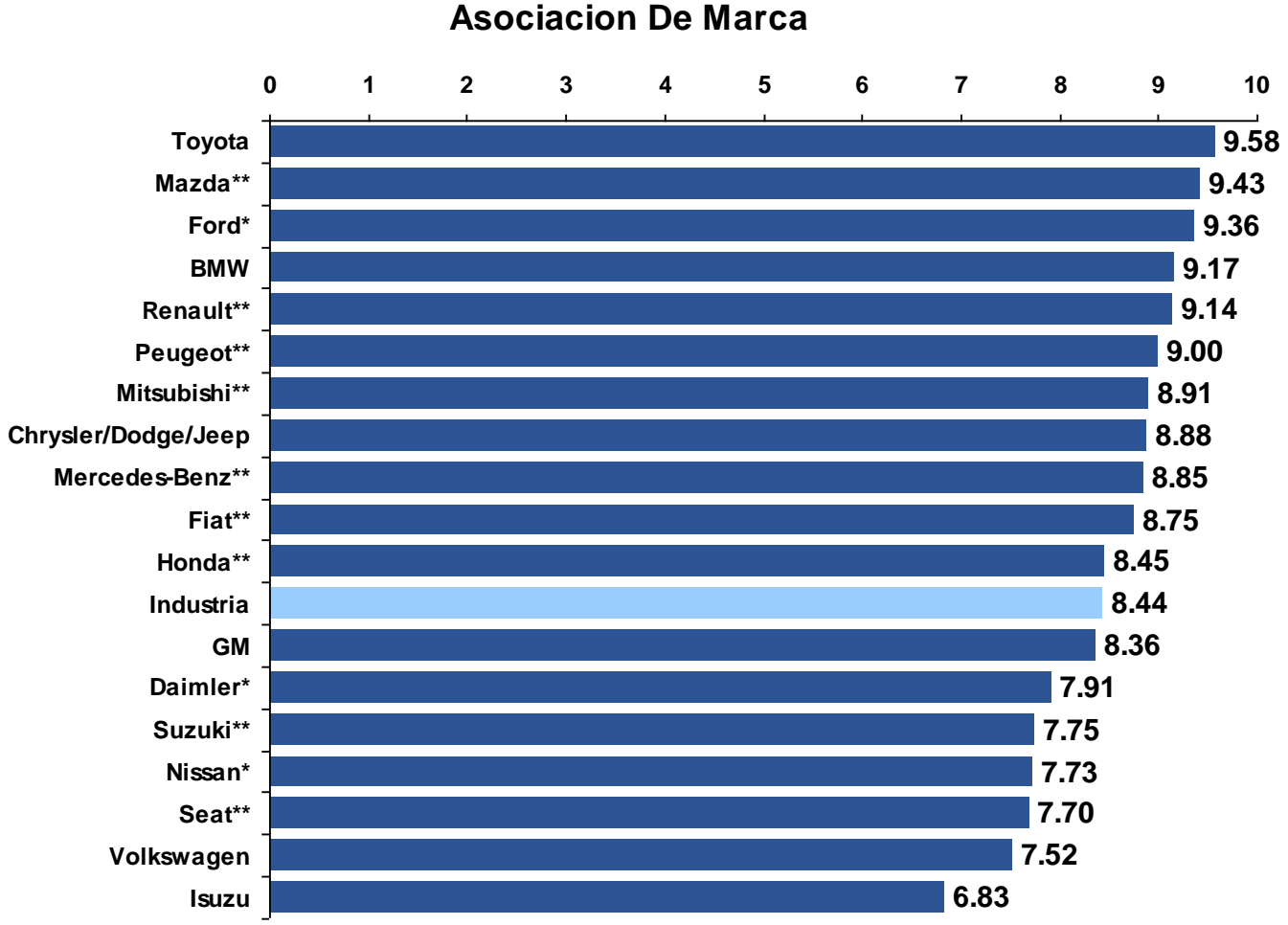
Por Ciento de las Respuestas



Preg. 33. Si tuvieras la oportunidad de representar otra marca, cual seria?

- ***Que opinamos de nuestras Asociaciones...***

Calificación general de la efectividad de la asociación de la marca a la que usted está asociado



*Solo Armadoras con muestra mayor a 5 es incluida en la gráfica. * Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales.*

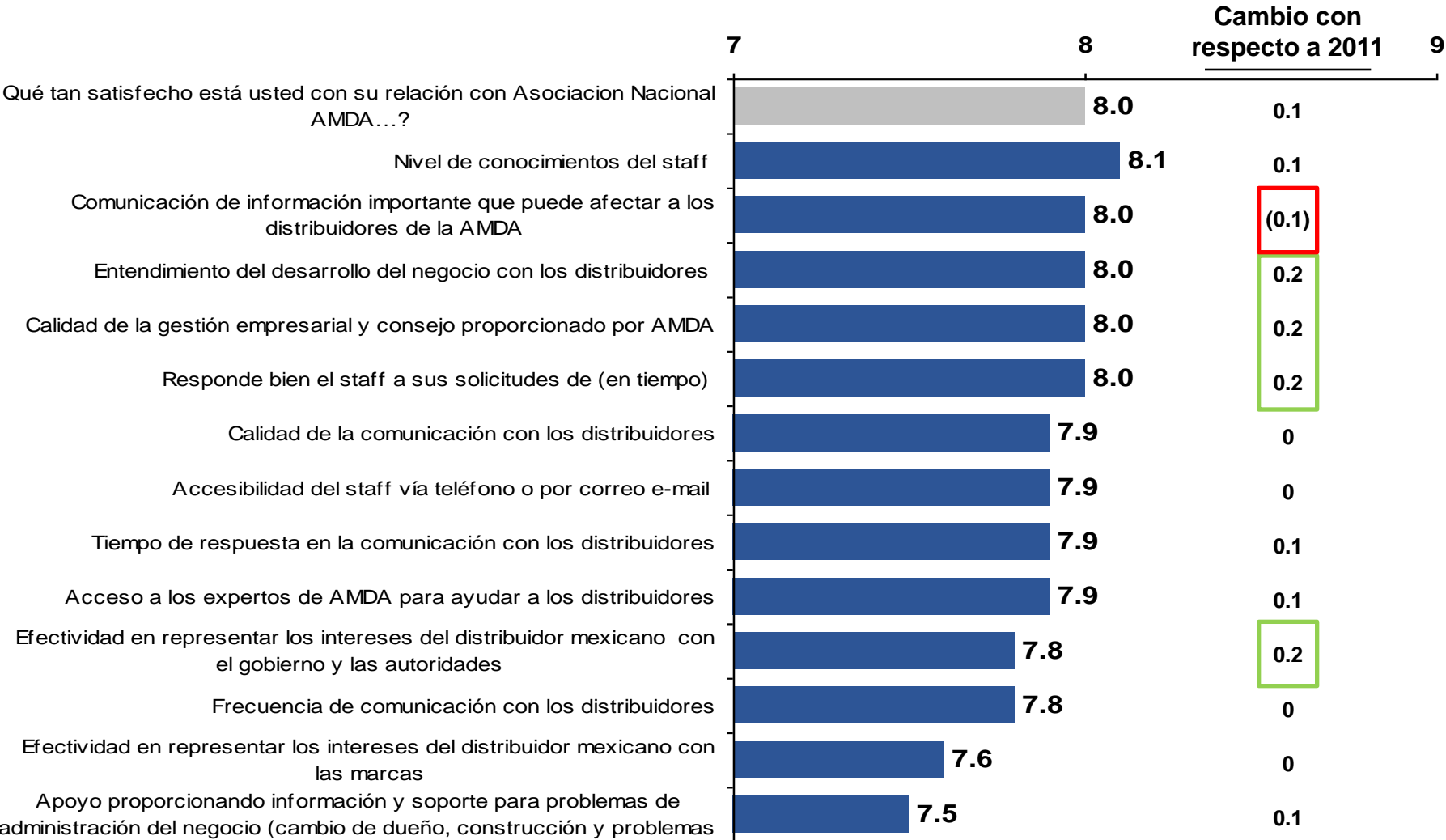
Tomando todos los aspectos en consideración, ¿qué tan satisfecho está usted con su relación con la ASOCIACIÓN ESTATAL AMDA...?

ASOCIACIÓN ESTATAL AMDA



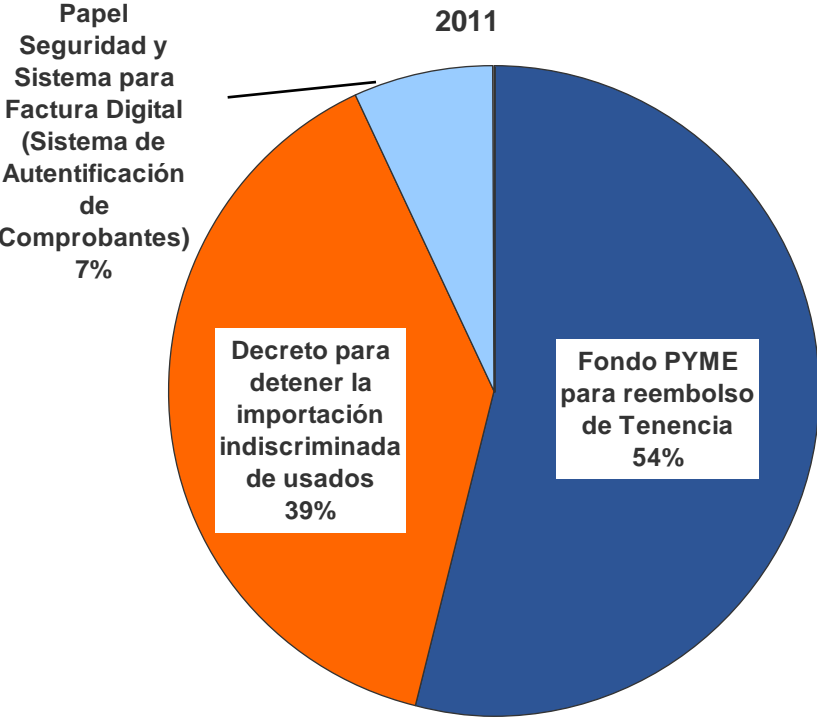
Solo Armadoras con muestra mayor a 5 es incluida en la gráfica. * Muestra Pequeña, considere los resultados con reservas. ** Muestra Extremadamente pequeña, considere los resultados como direccionales.

Oficina Nacional de AMDA



El logro más importantes de la AMDA en el último año

2011



2012



- *Acerca del Estudio*
- *Resultados / Panorama de la Industria*
- *Claves para el Desempeño Competitivo*
- *La visión del Distribuidor hacia el Futuro*
- ***Conclusiones / Resumen***

En Resumen...

- ***Se mantiene la confianza en el crecimiento estable de la industria y se muestran tendencias positivas de Satisfacción, aunque hay que estar pendientes de los pequeños cambios...***
- 2 de cada 3 Distribuidores de Autos (65%)
 - *La percepción de los distribuidores de Autos de que aumentara su valor es casi el doble comparada a la de camiones*
 - *Diferencia de 28 pp con respecto a Camiones y aumento 2 pp vs '11*
- 4 de cada 5 Distribuidores (79%)
 - *Están dispuestos a recomendar su marca a otro distribuidor de manera “probable” y “muy probable”*
 - *Disminución de 3pp con respecto a 2011*
- Mas de la mitad de los Distribuidores (51%)
 - *Manifiestan su deseo para continuar representando a su marca en un nuevo mercado de manera “muy probable” (7pp de incr. vs. 2011)*

En Resumen *(cont.)*

La Voz de los Distribuidores en México – Prioridades “Top 5”

Los Distribuidores indicaron que los siguientes aspectos en la relación con su Armadoras son críticos para lograr su satisfacción y estas muestran una gran oportunidad....

1. Oportunidad y capacidad de abastecimiento de vehículos nuevos por parte de la fábrica *(del año pasado)*
2. Competitividad del precio de los productos *(n)*
3. Cantidad del apoyo que le brinda el fabricante para las campañas de mercadotecnia y publicidad *(del año anterior)*
4. Efectividad de las políticas de manejo de Seminuevos *(n)*
5. Apoyo en la selección de sistemas para sus Distribuidores. *(n)*

¡Gracias por su Atención!