

## NOTA DE PRENSA | PRESS RELEASE

MADRID, 28 de noviembre de 2016

### SEGUNDO ESTUDIO DE EXPERIENCIA DE CLIENTE EN AUTOMOCIÓN

**Buljan & Partners Consulting** en colaboración con **Motorpress Ibérica (MPIB)**, ha realizado un profundo análisis de la experiencia de los clientes del sector automovilístico, y su relación con los concesionarios oficiales de las marcas.

En 2016 se ha elaborado el **Segundo Estudio de Experiencia Cliente en Automoción en España** en el cuál se evalúa la relación con la marca y el concesionario oficial **antes, durante y después de la compra de un vehículo**.

La encuesta se envió a más de un 1.000.000 de personas obteniendo una **muestra válida de 5.773** de personas que compraron en un concesionario oficial. En 2016 se ha incrementado a 19 marcas el número de marcas con muestra mínima (8 más que en 2015).



El estudio refleja las valoraciones de cada marca en cada uno de los puntos de interacción que **vive el cliente a lo largo del Customer Journey** (“Me conquistan”, “Compro”, “Uso y Disfruto”, “Me fidelizan”, “Me ayudan”, “Me piden opinión” y “Se relacionan conmigo”), cuál es el **grado de conexión emocional** en 6 áreas (empatía, responsabilidad, capacitación, compromiso, motivación, actitud) así como los principales indicadores de experiencia (NPS, Esfuerzo, Sentimiento...)

El resultado de este análisis Customer Experience es un referente para las marcas de automóviles y complementario a los informes NCBS y IACS.

Para más información:

**Miguel Sanz**

Customer Experience Service Line Leader en Buljan & Partners Consulting

Tlf: 914488882

[marketing@buljanandpartners.com](mailto:marketing@buljanandpartners.com)

**Manuel Juliá**

Director de Marketing y Comunicación Editorial Área Motor

Tlf: 913470046

[mjulia@mpib.es](mailto:mjulia@mpib.es)