

Automobile Magazine: 24 SAV constructeurs jugés par leurs clients!

dimanche, 11 avril 2010

Ils s'en sortent bien...

- **Renault** : visiblement, l'effort de la marque et de son réseau sur le taux de satisfaction paie, soutenu en cela par la densité des ateliers RA1/RA2 (5 138 sites) et probablement l'introduction des forfaits Motrio chez les RA1/RA2 pour baisser le coût d'entretien.
- **Toyota** : la marque japonaise reste sur le podium et gagne même une place. Les rappels massifs n'ont pas eu, semble-t-il, d'impact sur la perception des clients, souligne l'Automobile Magazine.
- **BMW-Mini** : légère dégradation du classement due principalement au coût des prestations SAV.
- **Citroën** : La marque aux Chevrons sauve l'honneur de PSA en arrivant une nouvelle fois au pied du podium : elle s'en sort nettement mieux que Peugeot (9ème).

Ils s'en sortent mal...

- **Ford** : les clients constatent une dégradation du service.
- **Mazda** : le taux de satisfaction a chuté de 55% en 2009 à 38% cette année.
- **Volkswagen** : 20 ateliers de moins (sur 500) en un an pour une part de marché en hausse: les clients souffrent de l'indisponibilité de l'après-vente, doublée d'un coût considéré comme élevé.
- **Seat** : perte de 7 places due au décalage mal ressenti par les clients entre le positionnement «populaire» de la marque et le coût des prestations après-vente. En outre, les 200 ateliers français sont jugés insuffisamment nombreux.
- **Fiat** : la marque dispose pourtant de 630 ateliers en France et de tarifs MO et pièces attractifs. Alfa Romeo stagne elle aussi en bas du classement (22ème place contre 20ème en 2009). Le groupe devrait s'inspirer de la forte progression de Lancia (de la 24ème place en 2009 à la 11ème cette année), portée visiblement par le succès de sa stratégie de service «VIP»...
- **Smart** : nouvel arrivant du classement, Smart entre par la toute petite porte : la marque se retrouve d'emblée au fond du classement, victime à la fois de la faiblesse du nombre d'ateliers (91!) et du coût jugé prohibitif de son service après-vente...

| Classement des SAV constructeurs 2010 | | | | |
|---------------------------------------|---------------|--------|--------------------------|-------------------------------------|
| Automobile magazine-JD Power | | | | |
| Rang | Marques | Rappel | Evolution | Taux |
| 2010 | | Rang | 2010/2009 ^(e) | satisfaction clients ^(e) |
| | | 2009 | | |
| 1 | Renault-Dacia | 1 | = | 67% |
| 2 | Toyota-Lexus | 3 | = | 66% |
| 3 | BMW-Mini | 2 | - | 64% |

| | | | | |
|----|------------|------|------|-----|
| 4 | Citroën | 4 | = | 49% |
| 5 | Mercedes | 8 | = | 56% |
| 6 | Honda | 11 | + | 57% |
| 7 | Skoda | 12 | = | 41% |
| 8 | Volvo | 15 | + | 48% |
| 9 | Peugeot | 5 | = | 39% |
| 10 | Audi | 14 | + | 40% |
| 11 | Lancia | 24 | + | 38% |
| 12 | Ford | 7 | - | 37% |
| 13 | Nissan | 19 | + | 40% |
| 14 | Land Rover | 9 | = | 38% |
| 15 | Mazda | 6 | - | 38% |
| 16 | Suzuki | 22 | + | 35% |
| 17 | Kia | 18 | + | 36% |
| 18 | Volkswagen | 10 | - | 31% |
| 19 | Hyundai | 16 | = | 29% |
| 20 | Opel | 17 | = | 28% |
| 21 | Seat | 13 | - | 33% |
| 22 | Alfa Romeo | 20 | = | 25% |
| 23 | Fiat | 23 | = | 21% |
| 24 | Smart (**) | (**) | (**) | 28% |

“L'évolution prend en compte plusieurs critères : le taux de satisfaction bien sûr, mais aussi la densité des réseaux et la disponibilité desdits réseaux aux demandes des clients. Cela explique que les taux de satisfaction (colonne de droite) ne correspondent pas nécessairement au classement général...”

*(**) Smart entre au classement cette année et n'a donc pas d'évaluation 2009.*

Sources: Automobile Magazine d'avril 2010, à partir d'une enquête exclusive de satisfaction JD Power/Automobile Magazine (10114 consommateurs/lecteurs d'Automobile Magazine) + «Les réseaux jugent leurs marques» (AutoInfos – 1100 concessionnaires).

© Apres-Vente-Auto.com

Reproduction interdite