

"Café para todos" en los talleres oficiales de coches

Los servicios prestados por los talleres oficiales de las marcas de coches no están adaptados a las generaciones Z y Millennials. Los talleres oficiales con una mayor recomendación son Nissan (47%) y Hyundai (33%), frente a BMW y Audi que arrojan unas cifras de un 3% y -5% respectivamente, según BRAINTRUST

Cada día con más fuerza en muchos sectores, las empresas se esfuerzan en adaptar la experiencia que ofrecen a los clientes a sus gustos y preferencias. Así, por ejemplo, en pocos años se ha visto cómo para utilizar cualquier servicio bancario los usuarios pueden ir a la oficina o hacerlo a través de una APP, además de tener la opción de internet o una llamada telefónica. Sin embargo, esta tendencia no parece haber calado en los servicios prestados por los Talleres Oficiales de las marcas de coches. Se ha comprobado que la fórmula del "café para todos" persiste, sin diferenciarse ni adaptarse a las peculiaridades de los clientes.

Según se desprende de los resultados de un reciente Estudio realizado por BRAINTRUST sobre más de 2.000 personas propietarias de coches, los Talleres Oficiales se adaptan peor a las necesidades y peculiaridades de los nuevos consumidores (generaciones Z y Millennial) que a las que presentan los consumidores de más edad (Baby Boomer y generación X).

En cuanto al Índice de Recomendación, más conocido por sus siglas NPS (Net Promoter Score), que mide la lealtad de los clientes de una empresa teniendo en cuenta las recomendaciones, las generaciones más críticas con los servicios de los Talleres Oficiales de las marcas son la Millennials (25-37 años) con un 5% y, después, la Generación Z (18 a 24 años), con un 13%. Sin embargo, los entrevistados que pertenecen a la generación Baby Boomer (50-70 años), y a la Generación X (38-49 años) arrojan unos índices de NPS del 23%, y del 26% respectivamente. Los mayores valores de aceptación respecto a los servicios que prestan los Talleres Oficiales evidencian que los servicios se encuentran mucho más adaptados a las necesidades de los clientes "menos jóvenes". Entre los motivos que más se mencionan en los bajos índices de recomendación, indican desde BRAINTRUST, se encuentran los relacionados con la forma y el canal para comunicarse "no dejan usar WhatsApp, ni redes sociales", "todo por teléfono", etc., y con la falta de transparencia en la información "muchas veces no te dicen todo lo que le han hecho al coche", "no lo puedo consultar por Internet", etc.

Otra cuestión, que se desprende y sorprende son los resultados obtenidos acerca de los servicios que prestan los Talleres Oficiales, datos que rompen con el tópico de algunas marcas consideradas premium. El Estudio revela que el índice de recomendación NPS más elevado para los Talleres Oficiales de marca, lo obtienen Nissan (43%), Hyundai (33%) y Renault (22%); en el extremo opuesto, con un índice bastante más bajo se encuentran Mercedes (5%), BMW (3%) y Audi con un -5%. Estas bajas valoraciones pueden estar relacionadas con la elevada expectativa de servicio que se espera de las marcas de vehículos de premium / alta gama. Al analizar con detalle, los motivos declarados para las bajas valoraciones destacan aquellos relacionados con el precio ("excesivamente caros", "recomiendan soluciones más costosas, aunque pueda haber otras", etc.) y la falta de flexibilidad para la cita ("no me dejan elegir el día que me viene bien", "me tengo que adaptar yo a ellos", etc.).

José Luis Ruiz y Tomás Ibáñez, Socio y Director Asociado de BRAINTRUST respectivamente y responsables del estudio, explican que en “BRAINTRUST CS trabajamos desde hace mas de 15 años para ayudar a nuestros clientes en la mejora y adaptación de la experiencia que entregan a sus clientes a través de sus tiendas, contact center y puntos de contacto digitales (App y Web). Con más de 50 proyectos desarrollados en este ámbito y gracias a un potente equipo humano pluridisciplinar, BRAINTRUST es hoy una referencia para todos aquellos decididos a vincular a los clientes a través de la experiencia”.

NOTA:

GENERACIONES RANGO DE EDAD

Generación Z, Centennial De 18 a 24 años

Generación Y, Millennial De 25 a 37 años

Generación X De 38 a 49 años

Generación Baby Boomer De 50 a 70 años

BRAINTRUST: Consultora española de carácter multinacional, con 15 años de experiencia dedicada al desarrollo de nuevas metodologías de análisis e innovadoras soluciones en el ámbito de la inteligencia competitiva, gestión de la experiencia del cliente, estudios y modelización cuantitativa, transformación digital, así como la optimización de canales y el control de gestión. Avalada por más de 80 consultores, 900 estudios y proyectos realizados para 14 mercados internacionales. Presente en los sectores telco, banca, seguros, energía, industria, alimentación, retail y turismo. Su central está ubicada en Madrid y posee una sede en Sevilla, así como oficinas a nivel internacional en Argentina, Chile, Brasil y México.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Motociclismo](#) [Automovilismo](#) [Turismo](#) [Consumo](#) [Industria](#) [Automotriz](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>