

J.D. Power 亞太區報導： 台灣車主比較喜歡預約售後服務

三菱和日產雙雙稱冠非豪華品牌車輛售後服務滿意度

新加坡 2014 年 9 月 30 日訊—根據今天最新發表的 J.D. Power 亞太區 2014 年台灣顧客滿意度 (CSI) 調查SM 結果顯示，台灣車主預約車輛保修服務的比例大幅增加。

這項調查首次將車輛售後服務滿意度調查結果分為豪華品牌與非豪華品牌市場。車主對經銷商售後服務的顧客滿意度主要根據五項因素進行整體滿意度評分，依其重要性排序為：服務品質、服務主動性、車輛提取、服務人員及服務設施。而整體的顧客滿意度以 1,000 分為滿分，分數越高表示顧客的滿意度越高。今年的調查顯示，購買非豪華品牌車款的顧客對經銷商的售後服務整體滿意度為 878 分，而豪華品牌的顧客滿意度調查報告將於十月中公布。

這次調查結果顯示，喜歡在保養維修車輛前先預約服務的車主比例從2010年的49%上升至今年的79%，五年間增加了30%。預約服務的車主整體滿意度(880分)比沒有預約服務的車主(872分)高；其中服務主動性(有預約服務的車主滿意度為879分，而沒有預約的車主僅有868分)和車輛提取(有預約服務的車主滿意度為866分，而沒有預約服務的車主僅有855分)是兩者滿意度差距最大的因素。另外，同樣有預約服務的車主當中，早上十點前將車輛送至經銷商服務廠的車主(901分)比十點後送至經銷商服務廠的車主(873分)的滿意度高。

J.D. Power 亞太區總監 Kaustav Roy 表示：「對經銷商服務非常滿意的車主比較會主動為服務廠做宣傳，而且有較高的品牌忠誠度。完整的服務流程是現今車主視為必須完成的事情。由於現今車主平常都有很多既定的行程，因此他們也比較喜歡事先預約車輛的保養維修服務。如果經銷商能有效分配資源來滿足持續增長的預約需求，則比較能夠提供更令人滿意的顧客體驗。」

在車輛進行保養維修服務時全程待在經銷商服務廠的車主比例從去年的69%上升至今年的77%。服務廠為留下等待的車主提供一個整潔舒適的休息環境和各項舒適的服務設施，可有效的提升顧客滿意度。而在顧客休息室提供上網服務是車主視為應享有的服務項目之一，而且這項服務在2014年的使用率達86%。相較於有提供網路服務的經銷商，車主對沒有提供這項上網服務的經銷商服務設施的滿意度則下降29分。

2014 年台灣顧客滿意度調查非豪華品牌排名

三菱和日產在非豪華品牌中的顧客滿意度排名以 889 同分雙雙稱冠。三菱在服務主動性、服務人員和車輛提取等因素中表現出色；而日產則在服務設施、車輛提取和服務品質等因素中有傑出表現；現代汽車則以 880 分取得第三名。

非豪華品牌的主要調查發現

- 擁有高顧客滿意度對經銷商而言非常重要，因為對經銷商整體滿意度高(售後服務整體滿意度調查得分 937 分或以上)的車主比較會主動為該經銷商和汽車品牌宣傳，而且會有較高忠誠度。有五成整體滿意

度高的車主表示，他們「一定會」在車輛保固期過後再回廠接受經銷商服務；反之，滿意度低(整體滿意度 836 分或以下)的車主，僅 33% 表示有意願再次回廠保修車輛。

- 台灣的車主期待每次車輛保修服務的時間最多為 2 小時，當時間超過 2 小時，車主的滿意度就會下跌到 851 分，比非豪華品牌的業界平均 878 分低 27 分。超過四分之三 (80%) 的車主都在 2 小時內拿到車輛。
- 車主期待將車輛送到服務廠後，拿回的車輛比送廠前更清潔乾淨。將車輛送服務廠後能拿回更乾淨車輛的車主，其滿意度為 889 分；反之，車輛送服務廠後車輛沒有變更乾淨的車主，其滿意度只有 851 分。接近四分之三 (73%) 的車主表示車輛送服務廠後都會拿回更乾淨的車輛，比 2013 年增加了 6%。
- 接受並完成服務廠所建議保養維修項目的車主，他們對服務有較高的滿意度。選擇完成所有建議保養維修項目的車主滿意度為 883 分，而沒有完成所有建議保養維修項目的車主的滿意度只有 856 分。超過四分之三 (78%) 沒有接受所有建議保養維修項目的車主表示，他們認為沒有必要做所有建議保養維修項目，而不在於時間多寡的問題。

有關本調查

2014 年台灣售後服務顧客滿意度 (CSI) 調查是以 2,630 名非豪華品牌新車車主的回饋意見為依據，他們在 2012 年 3 月至 2013 年 6 月期間購買新車，並於 2013 年 9 月至 2014 年 6 月期間到授權經銷商或服務廠進行車輛維修保養服務。調查工作於 2014 年 3 月至 6 月間進行。

媒體聯絡人

Xingt Li; J.D. Power Asia Pacific; Singapore; 65-6733 8980; xingt.liu@jdpower.com.sg

John Tews; J.D. Power; Troy, Michigan, USA; 001-248-680-6218; john.tews@jdpa.com

有關 J.D. Power 亞太區

J.D. Power 亞太區分別於東京、新加坡、北京、上海和曼谷設有辦事處，專門從事顧客滿意度調查研究，並提供汽車、資訊及金融產業等顧問及諮詢服務。J.D. Power 藉由亞太區的五個辦事處協力為澳洲、中國、印度、印尼、日本、馬來西亞、菲律賓、台灣、泰國和越南的消費者與企業提供顧客滿意度的資訊。想了解更多有關 J.D. Power 亞太區的訊息及產品介紹，可至 japan.jdpower.com 網站查詢。

有關 J.D. Power 及廣告/宣傳規定 www.jdpower.com/about-us/press-release-info

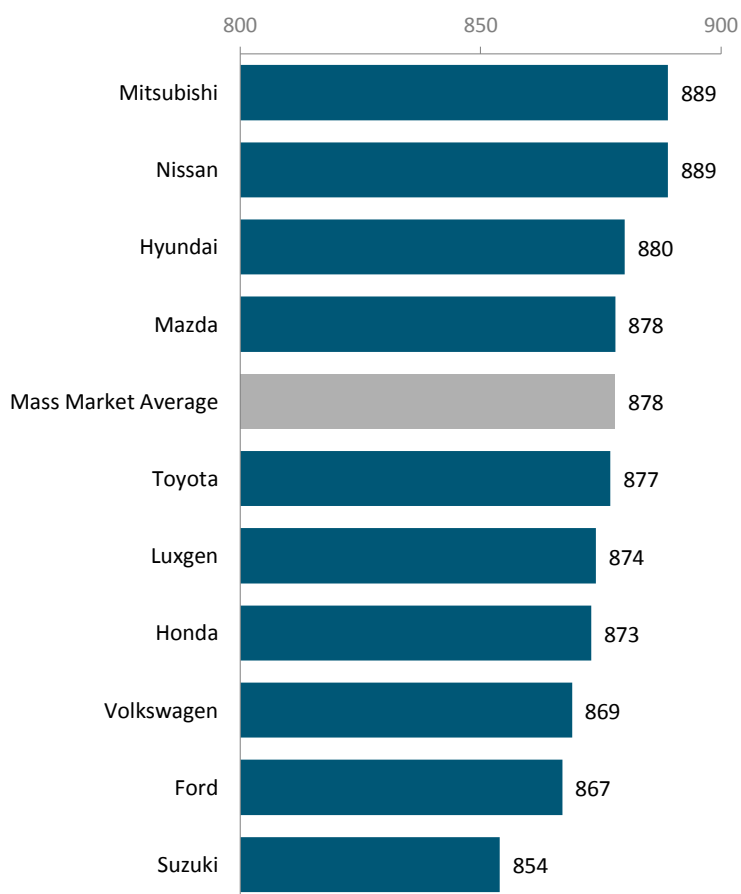
有關 McGraw Hill Financial www.mhfi.com

###

注意：後頁有圖表 2 張

J.D. Power 亞太區 2014 年台灣顧客滿意度 (CSI) 調查SM

顧客滿意度指數排名
非豪華品牌類別
(1,000分為滿分)



註1：相同分數排名將以字母順序先後排序

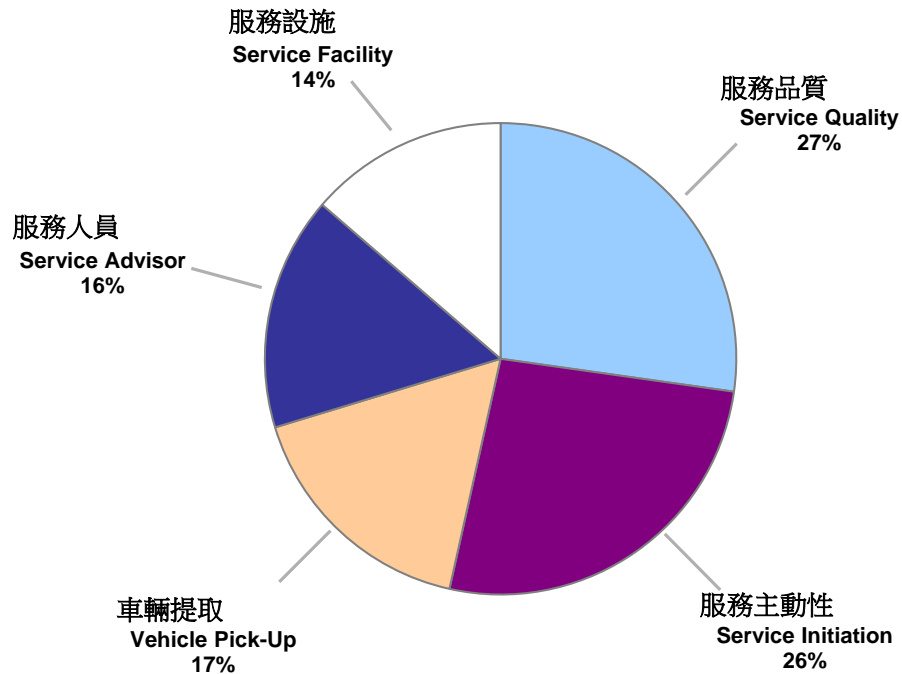
註2：本調查包含Subaru，因回收樣本數較少或不足而無法進行排名。

資料來源：J.D. Power亞太區2014年台灣顧客滿意度(CSI)調查SM

引用本新聞稿中的圖表必須註明資料發表者為J.D.Power亞太區，以及資料來源為J.D. Power亞太區2014年台灣顧客滿意度(CSI)調查SM。調查排名純粹依據總分高低排序，不考慮是否具統計上的顯著差異。非經J.D. Power亞太區事前的書面同意，這則新聞稿中的資訊不可作為廣告或其他業務推廣用途。

J.D. Power 亞太區 2014 年台灣顧客滿意度 (CSI) 調查SM

構成整體滿意度之因素



資料來源：J.D. Power 亞太區 2014 年台灣顧客滿意度 (CSI) 調查SM

引用本新聞稿中的圖表必須註明資料發表者為 J.D. Power 亞太區，以及資料來源為 J.D. Power 亞太區 2014 年台灣顧客滿意度 (CSI) 調查SM。調查排名純粹依據總分高低排序，不考慮是否具統計上的顯著差異。非經 J.D. Power 亞太區事前的書面同意，這則新聞稿中的資訊不可作為廣告或其他業務推廣用途。