

J.D. Power 亚太区报告： 科技对马来西亚新车车主的体验具有积极影响

丰田连续第二年蝉联马来西亚大众市场品牌新车销售满意度榜首

新加坡（2014年9月5日）：根据今天公布的2014年J.D. Power 亚太区马来西亚销售满意度研究SM（SSI）显示，马来西亚新车车主偏爱在买车前利用科技。

此调查报告跨入第12个年头，检视影响新车车主整体满意度的7个项目。这7个项目依据重要性排序分别为：交车过程（20%）、销售主动性（17%）、销售人员（15%）、文书工作（15%）、交车时间（13%）、经销商设备（11%）以及交易条件（10%）。这个调查是的满分为1000分，在新车车主的销售与交车的整体过程中得分越高，顾客的满意度也越高。

马来西亚2014年的平均销售满意度为795分，比2013年减少了两分。在买车过程中使用互联网的新车车主的满意度为809分，比那些不使用互联网的新车车主高出18分。超过四分之三（79%）的购车者使用互联网取得车辆价格的资讯；69%的购车者则使用互联网获取车辆功能或配件的资讯；68%的购车者通过互联网寻找汽车的技术规格；59%的购车者则在网上查看汽车的宣传册/图片。

当经销商的销售人员在销售过程中使用电脑/ DVD 或平板电脑/移动设备，客户的平均满意度分别为822分和810分。相反的，如果销售人员只提供平面目录或宣传册，客户满意度则下降至793分。

J.D. Power 亚太区马来西亚市场主任Rajaswaran Tharmalingam表示，“科技可以用来阐述汽车的选择和功能，是一个与客户沟通的有效工具，尤其是当经销商的展示厅里只展示有限的汽车款式时”。他补充说，“除了在销售过程中使用科技，培训足够掌握最新产品知识的销售顾问，以满足那些已在网上做好功课后才光顾经销商的购车者期望，对经销商来说也是非常重要的。”

主要调查结果

- 马来西亚大众市场国产品牌的2014年整体销售满意度的平均得分为790分，比2013年提高了5分。非国产汽车品牌的平均得分则为801分，两者之间的差距从2013年的29分缩小至11分。
- 三菱（Mitsubishi）是SSI调查中进步最大的品牌（+11分），无论是销售人员、交车过程、销售主动性，还是交易条件方面的进步都是所有大众品牌中最大的。
- 这项调查鉴定19项能提升整体客户销售体验的销售标准。客户在2014年的调查中表示，他们要求经销商达到19项标准中的至少15项，才属于良好的服务体验。相较于2013年，客户只要求经销商满足19项标准中的13项。

- 在高度满意的客户当中（既整体 SSI 分数为 851 分或更高），51% 的客户表示他们“一定会”推荐有关经销商给家人和朋友；相比之下，在高度不满意的客户当中（既整体 SSI 分数为 746 分或更低），只有 20% 的人表示会这么做。

调查排名

丰田（Toyota）在大众市场品牌中的整体销售满意度最高，以 804 分连续第二年高居榜首。丰田在销售主动性、经销商设备、交易条件、销售人员、和交车过程方面表现特别优秀。本田（Honda）以 803 分居次，现代（Hyundai）和日产（Nissan）则以 801 分分享第三名。

2014 年马来西亚 SSI 调查报告是依据 2601 名在 2013 年 8 月至 2014 年 4 月间购买大众市场品牌新车的车主反馈意见分析而成。这项调查是在 2014 年 2 月至 6 月间进行。

媒体联络人

Xingt Li; J.D. Power Asia Pacific; Singapore; Phone 65-6733 8980; xingt.liu@jdpower.com.sg
John Tews; J.D. Power; Troy, Michigan, USA; 001-248-680-6218; john.tews@jdpa.com

有关 J.D. Power Asia Pacific

J.D. Power Asia Pacific 在东京、新加坡、北京、上海以及曼谷设有办事处，进行客户满意度研究，并为汽车、资讯工艺与金融业提供咨询服务。这 5 间办事处将有关客户满意度的讯息传达给澳洲、中国、印度、印尼、日本、马来西亚、菲律宾、台湾、泰国和越南的消费者与企业。请浏览 japan.jdpower.com 以获取有关 J.D. Power Asia Pacific 与其产品的资讯。

有关 J.D. Power 与广告/宣传条例: www.jdpower.com/about-us/press-release-info
有关 McGraw Hill Financial: www.mhfi.com

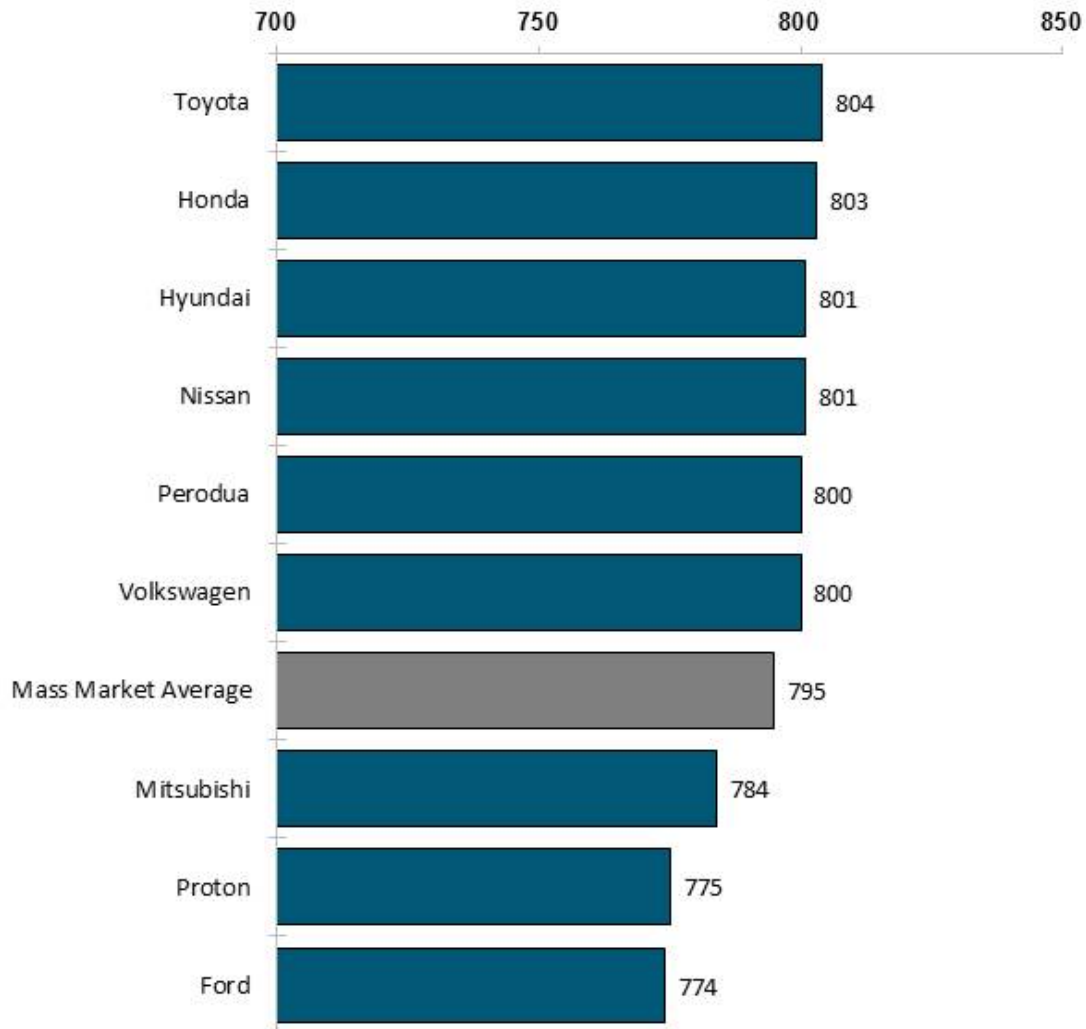
###

（第二页，共二页）

注意：附有两张图表。

J.D. Power Asia Pacific 2014年马来西亚销售满意度研究SM

销售指数排名—大众市场品牌 (基于1,000分满分制)



注：相同分数排名将以字母顺序先后排序

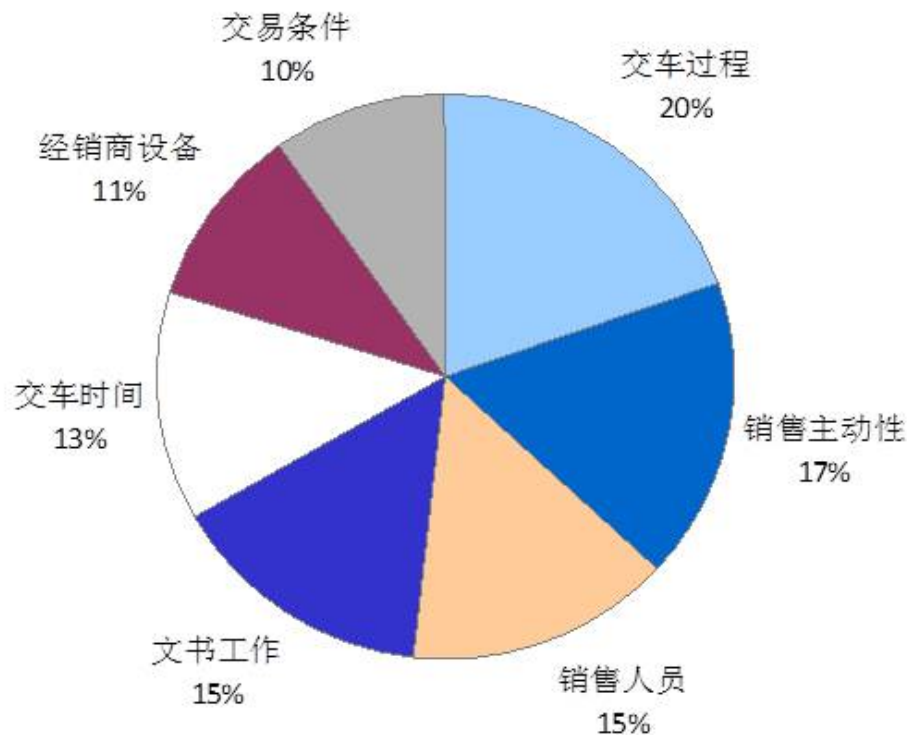
注：由于研究样本太少或不足而未被列入正式排名的品牌是 Isuzu, Kia, Mazda, Peugeot 与 Suzuki。

资料来源：J.D. Power Asia Pacific 2014年马来西亚销售满意度研究SM

媒体使用由此新闻稿摘录出来的图表时必须注明 J.D. Power Asia Pacific 为出版者及资料是来自这项研究。这项排名依照计分而定，不考虑是否具有统计上的显著差异。未经 J.D. Power Asia Pacific 事先书面许可，不可将此新闻稿内的资料或 J.D. Power Asia Pacific 的调查结果用于广告或其他宣传用途。

J.D. Power Asia Pacific 2014年马来西亚销售满意度研究SM

构成整体满意度的因素



注: 图表总额可因进位而未达100分

资料来源: J.D. Power Asia Pacific 2014年马来西亚销售满意度研究SM

媒体使用由此新闻稿摘录出来的图表时必须注明J.D. Power Asia Pacific 为出版者及资料是来自这项研究。这项排名依照计分而定, 不考虑是否具有统计上的显著差异。未经J.D. Power Asia Pacific 事先书面许可, 不可将此新闻稿内的资料或J.D. Power Asia Pacific 的调查结果用于广告或其他宣传用途。