

**J.D. Power 亞太區報導：**  
**新車買主的購買經驗回饋及穩健的售後追蹤，有助於強化顧客滿意度**

福斯 (Volkswagen) 於台灣非豪華品牌新車銷售滿意度中，名列第一

新加坡 2014 年 7 月 31 日訊 - 根據今天最新發表的 J.D. Power 亞太區 2014 年台灣新車銷售滿意度 (SSI) 調查<sup>SM</sup> 非豪華品牌的結果顯示，收集顧客對新車購買經驗的意見回饋，並積極跟進售後追蹤的汽車經銷商，將受益於顧客滿意度的提升；其售後追蹤包括致電顧客感謝購買、詢問新車狀況、討論安排定期回廠保養時間等。

台灣新車銷售滿意度調查至今已邁入第 16 年，這項調查以 7 項構成整體滿意度的關鍵要素來評估新車車主對銷售及交車經驗的滿意度。七項要素依重要性排序分別為：交車程序、銷售人員、交車時間、銷售主動性、交易條件、書面作業 (手續辦理) 和經銷商設備。2014 年的調查也是首次將銷售滿意度調查結果分為兩種汽車市場類別：豪華品牌與非豪華品牌。豪華品牌的調查結果將於八月中公布。

台灣新車銷售滿意度調查的整體評分以 1,000 分滿分，分數越高則表示車主對新購車輛和交車過程的滿意度越高。2014 年非豪華品牌新車的整體銷售滿意度平均分數為 881 分，比 2013 年下跌 7 分。

J.D. Power 亞太區總監 Rajeev Nair 表示：「新車售後的持續追蹤是整體新車銷售流程的一部分，這對經銷商來說是個很好的機會，能夠收集顧客購買經驗的具體意見回饋，並可回應顧客在初期車輛使用上的任何問題；此外，經銷商能展現出他們對顧客的重視，讓雙方關係不僅限於銷售。」

## **2014 年台灣新車銷售滿意度調查非豪華品牌排名**

在 9 個列入排名的非豪華品牌中，福斯 (Volkswagen) 以 894 總分拔得頭籌，較 2013 年進步 11 分。福斯 (Volkswagen) 在銷售主動性、經銷商設備、書面作業 (手續辦理)、銷售人員及交車程序等要素上表現尤為優異；日產 (Nissan) 在銷售主動性及交易條件等要素上表現出色，以 888 總分名列第二；馬自達 (Mazda) 則以 887 總分排名第三。

## **非豪華品牌的主要調查發現**

- 顧客感謝銷售人員能在訂單確認後持續告知他們最新的交車進度。在這群顧客中，滿意度比起沒有被告知最新交車進度的顧客高出 22 分。
- 顧客期待在確認買車後一週內能拿到新車。一周內拿到車的顧客銷售滿意度為 898 分，若是一週內拿不到車，滿意度分數會下跌到 871 分。
- 購買新車款的買主滿意度低於購買市場現有車款的買主，差距最大的要素在於交車時間，滿意度差距高達 21 分 (兩者分別為 864 分與 885 分)。
- 在 7 項評估要素中，交易條件滿意度從 2013 年的 861 分下跌至 846 分 (下降 15 分)，跌幅最大。而本次調查列入排名的 9 個品牌中，有 7 個品牌最終購買價格高於原先預期價格的顧客比例正在逐年的增加。

- 本調查發現，新車購買與交車經驗滿意度，和顧客未來對經銷商與品牌的忠誠度及推薦度之間有非常密切的關係。購車滿意度高(台灣新車銷售滿意度調查得分 944 分或以上)的車主，有 53% 表示「一定會」向親朋好友推薦他們購車的經銷商。相比之下，滿意度低(台灣新車銷售滿意度調查得分 833 或以下)的車主，僅 25% 表示有意願向親朋好友推薦其購車經銷商；類似的趨勢同樣反映在新車車主推薦購車品牌的意願上。

Nair 表示：「經由口碑的推薦是最受歡迎的資訊來源，72%的台灣買主在決定購買車輛品牌與車款時，會參考親朋好友的意見。購車體驗滿意度高的車主可能會成為經銷商與品牌的忠實擁護者，並且能夠提高經銷商的顧客流量。」

### 有關本調查

2014 年台灣新車銷售滿意度調查是以 2,313 名在 2013 年 7 月至 2014 年 2 月期間購買非豪華品牌新車的車主回饋意見為依據。調查工作在 2014 年 1 月至 4 月進行。本調查旨在評估新車車主對台灣授權經銷商銷售及交車經驗的滿意度。

### 媒體聯絡人

Michelle Meng; Beijing, China; +86 01 6569 2702; [yutian.meng@jdpa.com](mailto:yutian.meng@jdpa.com)

John Tews; J.D. Power; Troy, Michigan 48083 USA; 001-248-680-6218; [john.tews@jdpa.com](mailto: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](http://japan.jdpower.com) 網站查詢。

有關 J.D. Power 及廣告/促銷規定 [www.jdpower.com/about-us/press-release-info](http://www.jdpower.com/about-us/press-release-info)

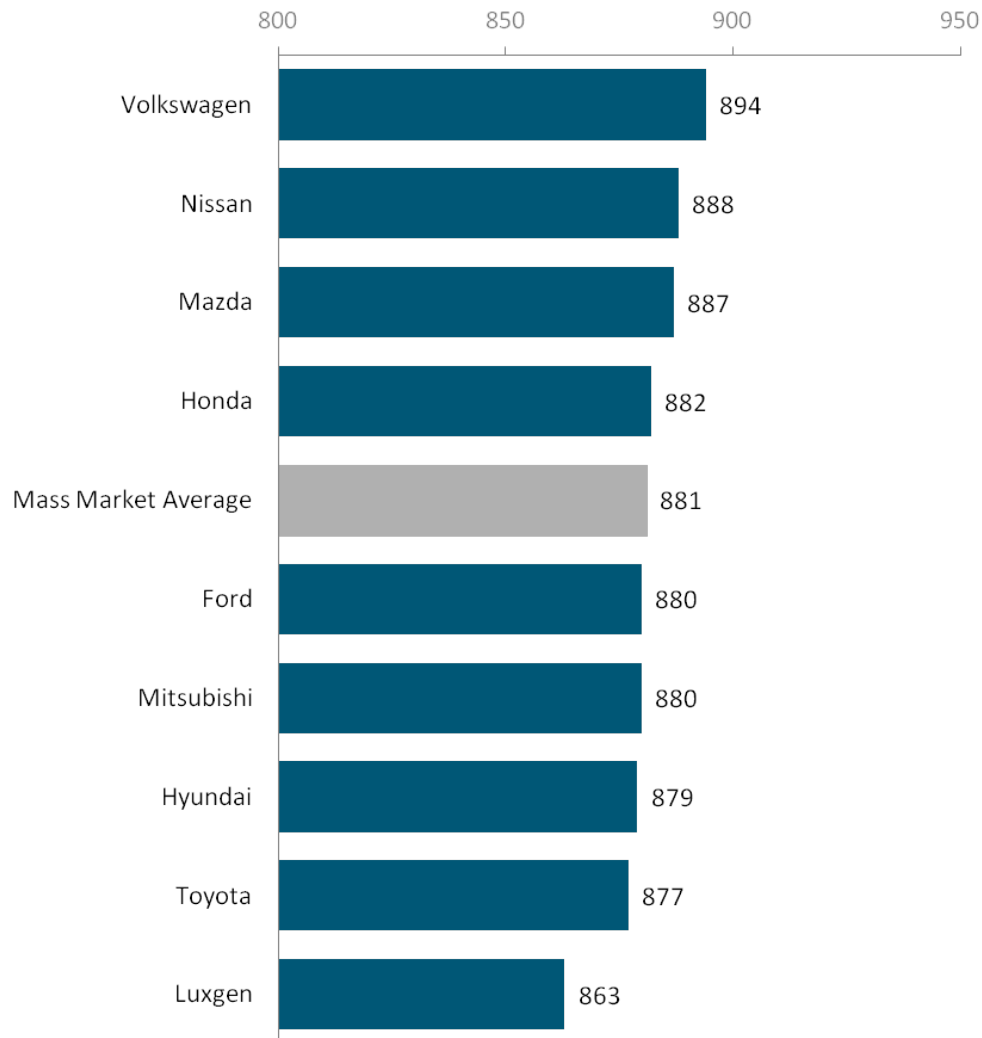
有關 McGraw Hill Financial [www.mhfi.com](http://www.mhfi.com)

###

注意：後頁有圖表 2 張

# J.D. Power 亞太區 2014 年台灣新車銷售滿意度(SSI) 調查<sup>SM</sup>

銷售滿意度指數排名  
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

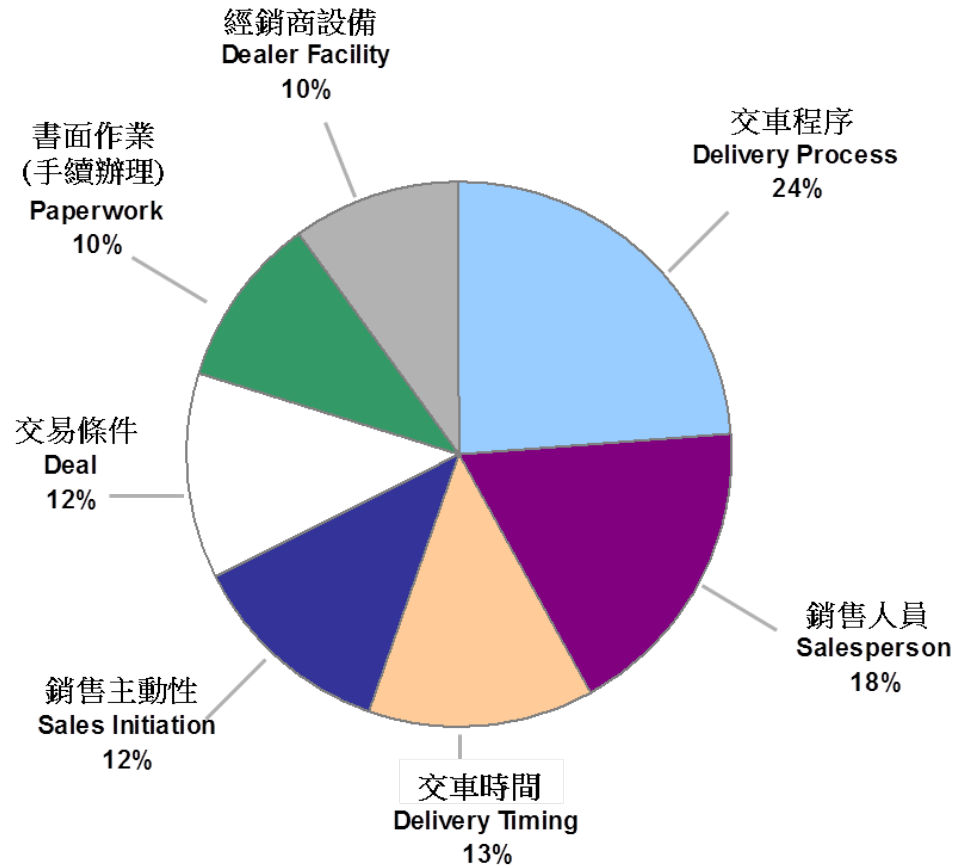
註2：本調查包含Subaru和Suzuki兩個品牌，因回收樣本數較少或不足而無法進行排名。

資料來源：J.D. Power 亞太區2014年台灣新車銷售滿意度(SSI) 調查<sup>SM</sup>

引用本新聞稿中的圖表必須著明資料發表者為J.D. Power 亞太區，以及資料來源為J.D. Power 亞太區2014年台灣新車銷售滿意度(SSI) 調查<sup>SM</sup>。調查排名純粹依據總分高低排序，不考慮是否屬統計上的顯著差異。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 年台灣新車銷售滿意度(SSI) 調查<sup>SM</sup>

## 構成整體滿意度之要素



註: 百分比加總有可能因進位緣故而不等於100。

資料來源: J.D. Power 亞太區2014年台灣新車銷售滿意度(SSI) 調查<sup>SM</sup>

引用本新聞稿中的圖表必須著明資料發表者為J.D. Power 亞太區, 以及資料來源為J.D. Power 亞太區2014年台灣新車銷售滿意度(SSI) 調查<sup>SM</sup>。調查排名純粹依據總分高低排序, 不考慮是否屬統計上的顯著差異。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。