

Comunicati stampa

Dec 22, 2011 | ID: 41608

Sono Volvo le auto di maggior appeal sul mercato italiano: lo dice J.D. Power nel primo studio sulla soddisfazione degli automobilisti condotto in collaborazione con Quattroruote

Il voto espresso raccoglie indicazioni e valutazioni espresse dagli automobilisti interpellati su diversi elementi funzionali dell'auto, come efficacia e gradevolezza dinamica, abitabilità, visibilità, sicurezza, comodità dei sedili, efficienza della climatizzazione, qualità dell'impianto audio e dei sistemi telematici.

Il punteggio ottenuto da Volvo nella graduatoria "Appeal" che l'ha vista primeggiare è di 805/1000. Il *survey* ha interessato 30 Marchi automobilistici presenti sul mercato.

Volvo ha ottenuto il massimo dei voti nella quasi totalità dei parametri presi in considerazione. E l'ottimo risultato di Volvo è confermato anche dal terzo posto ottenuto nella speciale graduatoria che premia "Qualità e Affidabilità", due voci fondamentali a definire il livello di soddisfazione di un automobilista di oggi.

E' importante sottolineare come il *survey* analizzi la soddisfazione del cliente e non solo l'affidabilità dei prodotti, a riprova del fatto che le esigenze e le aspettative dei clienti sono complesse e articolate, specialmente per quanto riguarda i marchi di lusso come Volvo.

"Inutile dire", afferma Michele Crisci, Amministratore Delegato di Volvo Auto Italia, "quanta sia la soddisfazione per questo riconoscimento ricevuto dalla massima autorità mondiale in tema di valutazione sulla soddisfazione dei clienti. Anche perché la classifica dove Volvo ha primeggiato è quella nella quale si esprime la valutazione su ogni singolo elemento d'uso della vettura, quindi laddove l'interfaccia fra cliente e auto è più completo e probante".

Lo studio di J.D Power su Quattroruote

Lo studio di J.D. Power sulla soddisfazione degli automobilisti italiani è stato condotto fra Luglio e Settembre, protagonista un campione ampio e significativo di proprietari (da almeno due anni) di vetture dei 30 marchi presi in considerazione. Basato sui giudizi espressi dai clienti relativamente ai veicoli utilizzati e al servizio offerto loro dai concessionari, è l'unico di questo tipo mai pubblicato in Italia. Offre infatti una panoramica completa di come i proprietari di auto nuove giudicano il loro acquisto, secondo quattro parametri: costi di possesso e di gestione; appeal, dinamica, comfort e funzionalità; qualità e affidabilità del veicolo e soddisfazione del servizio.

Lo studio fa inoltre emergere una forte relazione tra i punteggi legati all'appeal e alla qualità di un marchio e la fedeltà del cliente: *"A parte rare eccezioni"*, sottolinea Massimo Nascimbene, vice direttore di Quattroruote, *"dallo studio emerge un chiaro legame fra la soddisfazione per la qualità e la fedeltà alla marca"*. I risultati completi dello studio sono pubblicati in esclusiva sul **numero di Gennaio 2012 di Quattroruote** in edicola da Venerdì 23 Dicembre.

"Sapevamo di avere ottimi prodotti graditi ai nostri clienti", conclude Michele Crisci, "ma questa conferma è una ulteriore iniezione di fiducia che ci sprona a continuare su una strada che tante soddisfazioni ci sta dando. Evidentemente non è un caso se quest'anno, in un momento di crisi per il comparto dell'auto, Volvo va in netta controtendenza rafforzandosi e aumentando fortemente le vendite, proponendosi di fatto come uno dei marchi di riferimento in ambito mondiale".

Keywords:

Old V60, Volvo XC60, Press Releases, 2011, Product News

I fatti e le descrizioni contenuti in questo materiale per la stampa si riferiscono alla gamma internazionale di autovetture prodotte da Volvo Cars. Le caratteristiche descritte possono essere optional. I prodotti Volvo in vendita sul mercato italiano possono variare in termini di specifiche e allestimenti rispetto a quanto illustrato sul sito.

Contattateci

Roberto Lonardi

Public Relations

Volvo Car Italia

Cellulare: +336 29640201

roberto.lonardi@volvocars.com

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).