Nel Regno Unito solo i punteggi del settore assicurativo sono inferiori a quelli dell'automotive quando si parla di customer experience e servizio al cliente, in base alla seconda Customer Experience Survey annuale della società di consulenza e progettazione servizi Engine.
Tra i 14 settori presi in esame, solo il 12,2% dei consumatori ha citato il settore automobilistico quando gli è stato chiesto qual è il settore con la miglior esperienza del cliente, penultimo davanti alle compagnie di assicurazione (11,4%). L'automotive si piazza subito dietro le utenze (12,4%) e i mezzi di trasporto pubblico e i treni (13,5%), due settori che storicamente hanno un servizio clienti ritenuto abbastanza inadeguato.
È interessante notare che lo studio, che ha intervistato un campione di 1.024 inglesi tra il 22 e il 25 giugno, ha anche rivelato che l'Automotive è, comunque, il settore meno influenzato dall'esperienza del cliente al momento della scelta.
"E' certamente un motivo di preoccupazione che i settori automobilistici siano più scarsi dei servizi di trasporto e dei servizi pubblici in termini di qualità e servizio al cliente", afferma Oliver Re, co-fondatore di Engine. "Il fatto che le cifre indichino che l'esperienza non ha una grande influenza sulla scelta del cliente è dovuto al fatto che spesso le persone raggiungono un concessionario o un punto vendita con un'idea precisa in testa. Ma sarebbe ingenuo per i produttori e per i rivenditori pensare che l'esperienza del cliente non abbia importanza, specialmente nel lungo periodo e nelle aree della manutenzione e della riparazione. La fedeltà, infatti, è un fattore decisivo nel settore automotive."
Un altro dato interessante della ricerca è che man mano che le persone invecchiano, l'esperienza del cliente diventa un fattore leggermente più importante nella scelta ed è quasi due volte più importante tra gli uomini (16%) rispetto alle donne (9%). Il settore retail si colloca al primo posto (38,2% dei votanti) in termini, mentre la ristorazione, con il 35%, è il settore dove la scelta dei consumatori è maggiormente influenzata dall'esperienza precedente.
Onestà prima di tutto
La disponibilità e l'onestà sono i tratti più apprezzati dai clienti con il 56% delle preferenze, seguite dall'efficienza con il 52% e dall'affidabilità (44%). Anche in questo caso più il cliente è anziano, più questi tre fattori sono importanti, in particolare la disponibilità/onestà.
Un'ultima, interessantissima, notizia, è che i consumatori intervistati affermano che raccomanderanno molto di più un'azienda dove è buona la qualità del servizio rispetto ad una dove il prezzo è basso (62% contro 35% rispettivamente). Questo risulta in chiara controtendenza rispetto a quello che pensano i professionisti, che spesso conferiscono al prezzo lo status di unico fattore preso in considerazione dai clienti al momento dell'acquisto.