

I dealer premiano Suzuki e la sua strategia

Scritto da Administrator

Giovedì 23 Maggio 2019 13:10 -



I concessionari Suzuki hanno il più alto livello di soddisfazione del mercato automobilistico italiano.

A rivelarlo è stato lo Studio DealerSTAT, autorevolmente firmato da Quintegia e giunto alla 16° edizione, che ha intervistato i titolari di oltre il 60% degli imprenditori Concessionari presenti su tutto il territorio nazionale. Il campione di 1.419 imprenditori è stato chiamato a esprimere un voto da 1 a 5 su più di 60 voci. Dopo lo spoglio di tutte le schede, la Casa di Hamamatsu ha ottenuto il punteggio complessivo migliore, pari a 3,93 contro una media nazionale di 3,32.

Lo scorso 15 maggio Suzuki Italia è stata, dunque, premiata durante l'Automotive Dealer Day di Verona.

Le ragioni di un successo

Dai questionari emerge chiaramente come Suzuki primeggi in particolare per la qualità della relazione tra i Concessionari e la Casa madre. Suzuki è al primo posto in classifica anche per l'apprezzamento delle politiche di marketing, oltre che per l'efficacia ed efficienza degli standard contrattuali e per la sostenibilità della struttura dei margini, ottenuta senza fare ricorso alle auto-immatricolazioni.

La Rete commerciale Suzuki è composta per il 65% da Imprenditori Concessionari che hanno

I dealer premiano Suzuki e la sua strategia

Scritto da Administrator

Giovedì 23 Maggio 2019 13:10 -

un rapporto ultratrentennale con la filiale della Casa di Hamamatsu. Sono, quindi, particolarmente esperti sia della Clientela fedele al marchio sia di come proporre Suzuki a nuovi Clienti.

Sin dai primi anni 80, quando il Marchio fu gestito da un illuminato Impreditore, Romano Artioli, fondatore di Autoexpò, il Marchio Suzuki iniziò a gettare le basi della sua solida reputazione puntando su aspetti quali affidabilità, efficienza e mobilità su tutti i terreni, che ancora oggi sono tra i capisaldi della gamma.

L'azienda sfrutta, inoltre, incisive strategie di comunicazione e sponsorizzazioni di grande spessore per incrementare la notorietà del marchio e rendere più popolare la sua immagine.

Un circolo virtuoso

"Il Concessionario riflette verso i Clienti la qualità della relazione che ha con il suo Marchio. Questo è il principio che ci fa ricercare la massima soddisfazione della nostra Rete." ha commentato Massimo Nalli, Presidente di Suzuki Italia, che ha aggiunto: "È quindi motivo di grande orgoglio aver raggiunto il primato tra i marchi nel giudizio degli Imprenditori Concessionari. È un riconoscimento che ci responsabilizza ulteriormente."

Una crescita costante

Dal punto di vista commerciale Suzuki sta attraversando un momento estremamente positivo, che la vede crescere nei volumi in modo omogeneo e costante. Nel primo quadrimestre del 2019 la Casa di Hamamatsu ha fatto segnare un + 9,51%, a fronte del - 4,62% accusato dal mercato in generale e in questo modo ha portato la sua quota all'1,85%, in progresso rispetto all'1,61% dei primi quattro mesi del 2018. Si tratta di valori eccezionali perché si sommano alla crescita del 45,5% delle immatricolazioni già registrata tra il 2016 e il 2018. Suzuki è anche storicamente il marchio numero uno in Italia per vendite ai privati, che costituiscono la parte più sana del mercato e pesano per circa il 93% sul totale delle sue immatricolazioni

Strategia vincente

C'è, però, un altro dato di cui Suzuki va particolarmente fiera ed è il secondo posto nella classifica dei costruttori per vendite di auto ibride in Italia. La Casa di Hamamatsu produce da sempre modelli leggeri, compatti ed altamente efficienti e negli ultimi tempi ha assunto il ruolo di pioniera nel campo dell'ibridazione, studiando un sistema geniale, leggero ed economico, eppure incredibilmente efficace. Tre dei sette modelli in listino compongono oggi la gamma Suzuki Hybrid. Le versioni ibride coprono nel loro caso il 50% delle vendite, quota che arriva addirittura al 60% per SWIFT.

L'altra grande colonna portante del marchio è la trazione integrale 4x4 AllGrip, che nelle sue tre varianti - Auto, Select e Pro - equipaggia il 39% delle Suzuki immatricolate in Italia. La percentuale sale al 58% nel caso di Vitara, che oltre trent'anni fa creò il segmento dei Suv compatti e ancora oggi rappresenta il punto di riferimento della categoria.

I dealer premiano Suzuki e la sua strategia

Scritto da Administrator

Giovedì 23 Maggio 2019 13:10 -

Suzuki e la sua Rete commerciale hanno dunque ottimi motivi per guardare al futuro con grande ottimismo, anche perché i piani aziendali vedono la gamma in forte, ulteriore rinnovamento. Suzuki acquisirà ancora maggiore competitività, spostandosi verso aree del mercato più interessanti dal punto di vista del valore, compresi segmenti in cui non ha mai operato, pronta come sempre a cogliere nuove opportunità per migliorare la performance del marchio e la qualità del business.

Suzuki, tradizione e innovazione dal 1909

Suzuki Motor Corporation è uno dei principali costruttori mondiali di automobili, motocicli e motori fuoribordo.

Nel settore automobilistico l'Azienda è attualmente all'8° posto nella classifica mondiale delle vendite (fonte JATO), con oltre 3 milioni di vetture prodotte all'anno, ed è leader sul mercato giapponese nei segmenti Keicar e Passenger car. L'Azienda nasce nel 1909 da un'idea imprenditoriale di Michio Suzuki, che, nella cittadina di Hamamatsu, in Giappone, costruisce uno stabilimento per la produzione di telai tessili.

Nel 1920 l'Azienda viene profondamente riorganizzata al fine di intraprendere il cammino industriale su scala internazionale, prendendo il nome di Suzuki Loom Manufacturing Co.

Nel 1954 l'Azienda diviene Suzuki Motor Corporation Ltd e l'anno seguente, nel 1955, nasce Suzulight la prima automobile a marchio Suzuki, seguita nel 1970 da Jimny serie LJ10, il primo 4x4 compatto.

Da allora in avanti, l'attività industriale nei differenti settori ha proseguito il suo incessante cammino di crescita, anche nei settori dei motocicli e dei motori marini fuoribordo puntando su valori quali l'affidabilità, il design e l'innovazione.