SEAT, galardonada como la marca mejor valorada por los concesionarios

Motor | 12/02/2019

La red de concesionarios de SEAT reconocen también su satisfacción con la compañía española por su rentabilidad, confianza y estándares para el negocio

SEAT ha sido la marca mejor valorada por los concesionarios según el informe 'V_CON', un indicador que tiene como objetivo medir el estado de las relaciones entre los distribuidores y las marcas a las que representan. Entre las cuestiones analizadas, SEAT también ha destacado por una red de concesionarios satisfecha en cuanto a rentabilidad, confianza y estándares para el negocio.

El estudio 'V_CON' ha sido elaborado por la consultora MSI para Faconauto, la patronal que integra las asociaciones de concesionarios oficiales de las marcas de turismos, vehículos industriales y maquinaria agrícola presentes en el mercado español.

El acto de entrega de premios ha tenido lugar hoy durante el transcurso del XXVII Congreso & Expo de Faconauto. Mikel Palomera, director general de SEAT España, ha sido el encargado de recoger el premio otorgado a SEAT, quien ha comentado "Tras haber obtenido el liderazgo en el mercado español, tener el reconocimiento como la marca mejor valorada por la redes de concesionarios, demuestra que estos resultados no son fruto solo de un mayor volumen de ventas sino del trabajo conjunto y diario de todo mi equipo con la red de concesionarios y, sobre todo, con la junta de Ancosat presidida por Jaume Roura".

Mikel Palomera, director general de SEAT España, en su discurso de agradecimiento durante la entrega del premio otorgado a SEAT, como la marca mejor valorada por los concesionarios

El estudio ha recogido datos de más de 1.300 concesionarios, lo que supone el 37,8% del mercado nacional. SEAT lidera el ranking con la puntuación más alta –8,4 puntos–, seguido de Volvo y Mercedes-Benz –con 8,1 y 7,5 puntos respectivamente–.

SEAT ha destacado también por tener una red de concesionarios satisfecha con la rentabilidad del modelo de negocio llevado a cabo por ambas partes, en un contexto en el que la mayor parte de la red analizada en el mercado español, ha visto caer este valor. Asimismo, la compañía española también ha destacado en la valoración que han hecho los distribuidores en el análisis del retorno de la inversión que realizan, generando así un plus de confianza en el valor de la concesión, una cuestión que también se ha visto perjudicada en la valoración general que ha realizado la red que opera en España. Por último, SEAT ha conseguido una óptima valoración en

los estándares que la marca fija a sus concesiones, percibidos de utilidad para los negocios de la red.

Autor: Redacción