



Comunicato stampa N. 106/11

San Donato Milanese, 4 novembre 2011

Progetto “5 Star”, i clienti danno i voti alla rete dei Concessionari del BMW Group Italia

Il BMW Group ha come obiettivo quello di essere il costruttore leader in termini di offerta di prodotti e servizi per la mobilità individuale. Per raggiungere questo importante traguardo, non soltanto di volumi, ma anche di soddisfazione cliente, a marzo di quest'anno, la direzione di BMW Italia S.p.A. ha varato un programma strategico che ha come obiettivo di medio periodo la leadership in materia di customer satisfaction, sia nella vendita che nel post vendita nel mercato premium. Grazie a questo approccio, le indagini di mercato svolte a fine settembre hanno già testimoniato un significativo miglioramento sia per il marchio BMW che per MINI in entrambi i settori (sales e aftersales). Per implementare ulteriormente questo programma l'azienda ha avviato ufficialmente nei giorni scorsi il Progetto “5 Star” che visualizza sui siti dei concessionari ufficiali della rete del BMW Group Italia la valutazione espressa dai clienti. L'iniziativa mira a rendere sempre più trasparente la relazione con la clientela e a tener conto delle esigenze e opinioni espresse dai consumatori in un'ottica di miglioramento continuo.

Il progetto “5 Star” si basa sulle risposte fornite dai clienti BMW e MINI nel corso di interviste telefoniche relativamente alla domanda di soddisfazione complessiva sulla vendita (“Pensando all'esperienza avuta con la sua Concessionaria durante l'intero processo di Vendita della sua nuova BMW, nel complesso qual è il suo grado di soddisfazione da 5 a 1?”) o riguardo l'assistenza (“Sulla base della sua esperienza con l'Officina, nel complesso qual è il suo grado di soddisfazione, utilizzando una scala di valutazione da 5 a 1?”). In particolare, il punteggio “5 Star” esprime le valutazioni rispetto ad una scala di valori compresa fra 1 e 5, dove 1 sta per “completamente insoddisfatto” e 5 per “completamente soddisfatto”. Il “5 Star”, così definito, si basa sui risultati delle interviste effettuate negli ultimi 90 giorni e viene aggiornato quotidianamente. All'interno del sito è possibile visualizzare - oltre alla valutazione in stelle - anche i commenti rilasciati dai clienti.

BMW Group

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 25 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2010 volumi di vendita di 1,46 milioni di automobili e oltre 110.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2010 sono stati di 4,8 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 60,5 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2010 era di circa 95.500 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi sei anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

Per ulteriori informazioni:

Roberto Olivi

BMW Group Italia

Corporate Communications Manager

Tel. 02 51610294 – Fax 02 516100294

Email: Roberto.Olivi@bmw.it

Website: www.press.bmwgroup.com