

Persbericht

19 april 2016

BMW wint Customer Centric DNA Award.

## **BMW wint Customer Centric DNA Award. Nederlandse consumenten vinden BMW het meest klantgerichte automerk.**

**Rijswijk.** Wanneer is een klant tevreden? Het is een vraag die BMW dagelijks bezighoudt. Intern wordt zorgvuldig gedocumenteerd wat klanten vinden van de volledige BMW-beleving. Van de oriëntatie in de showroom, het verkoopproces en de aflevering tot de ervaringen met de werkplaats tijdens onderhoud. Het doel is duidelijk: een uiterst tevreden klant.

Ook externe partijen, waaronder BearingPoint, een toonaangevende, Europese management en technologie consultingfirma meten klanttevredenheid. Sinds 2005 organiseert BearingPoint de Customer Centric DNA Award Show, kortweg CCDNA. Uitvoerig onderzoek bepaalt of bedrijven meedoen voor de prijzen en de jury bestaat niet uit vakmensen, maar juist uit consumenten zélf die in hun eigen bewoordingen vertellen wat hun ervaringen zijn.

De aspecten die aan bod komen zijn heel concreet, denk aan het vertrouwen in het bedrijf op lange termijn, in hoeverre de persoon het bedrijf aanbeveelt aan vrienden en kennissen, hoe positief de laatste ervaring met het bedrijf was en hoe behulpzaam de medewerkers zijn. CCDNA maakt daarmee op betrouwbare wijze inzichtelijk hoe de bedrijven presteren en wat de sterkte van het merk is.

Voor de vijfde keer op rij was BMW genomineerd in de categorie Autofabrikanten, deze keer naast Mercedes en Audi. Dit jaar won BMW. De gehele categorie scoorde bovengemiddeld, maar zelfs hierbinnen wist BMW zich te onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. Met name op het gebied van de 'Last Experience' zijn klanten zeer positief en ook de associaties met het merk zijn zonder uitzondering positief en relevant. BMW wordt vooral geassocieerd met mooi, degelijk en betrouwbaar.

"Naast prachtige producten, moderne panden en strakke processen, is het de medewerker die écht het verschil maakt", concludeert Manager Customer Experience Daniëlle Dieben. "Het gaat om het geven van 'Attente Aandacht' aan elke klant. Daarmee maken we BMW rijden echt geweldig. Het is fenomenaal dat onze inspanningen nu bekroond worden met de CCDNA award." Algemeen directeur Neil Fiorentinos: "Ik ben erg trots, nu is de uitdaging om dit resultaat te behouden en nog verder te verbeteren. Wij zullen onze klanten voortdurend om feedback blijven vragen en daar echt iets mee doen."

**Firma**  
BMW Nederland bv  
BMW Group Company

**Postadres**  
Postbus 5808  
2280 HV Rijswijk

**Bezoekadres**  
Einsteinlaan 5  
2289 CC Rijswijk

**Telefoon**  
(070) 41 33 222

**Fax**  
(070) 39 07 771

**Internet**  
[www.bmw.nl](http://www.bmw.nl)  
[www.mini.nl](http://www.mini.nl)

F001

Ten opzichte van vorig jaar ligt de CCDNA score 2,6 punten hoger (2015: 82,6). In 2015 werd BMW tweede in de categorie Autofabrikanten en derde overall, dit jaar pakte BMW naast de winst in zijn eigen categorie ook nog eens de tweede plaats overall. De Experience Score (hoe positief was de laatste ervaring met het bedrijf?) steeg van 13,0 naar 15,0. Andere gebieden waarop BMW grote winst boekte, zijn verbetering van de processen (18,5 naar 19,5) en

# BMW Nederland Corporate Communications

Persbericht  
Datum 19 april 2016  
Onderwerp BMW wint Customer Centric DNA Award.  
Blad 2

'Employee Behaviour'. De investeringen in een optimale klantbeleving door onder andere de verdere uitwerking van het 'Future Retail'-concept en een 'Vijfsterren beleving'-training voor de medewerkers werpt zijn vruchten af.

Rijswijk, 19 april 2016

---

Noot voor de redactie

**Informatie:**

BMW Group Nederland, Corporate Communications  
Andrew Mason  
Tel.: (070) 413 33 38 Fax: (070) 413 32 68  
[andrew.mason@bmw.nl](mailto:andrew.mason@bmw.nl) / [www.press.bmwgroup.nl](http://www.press.bmwgroup.nl)

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg BMW Nederland op Facebook, Twitter en YouTube.



**De BMW Group.**

De BMW Group.

De BMW Group is met de merken BMW, MINI en Rolls-Royce wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Als internationaal concern maakt BMW Group gebruik van dertig productie- en assemblagevestigingen in veertien landen en heeft een wereldwijd verkoop- en distributienetwerk in meer dan 140 landen.

In 2015 verkocht de BMW Group wereldwijd ongeveer 2,247 miljoen auto's en bijna 137.000 motorfietsen. In het boekjaar 2015 was de winst voor belastingen € 9,22 miljard en de omzet € 92,18 miljard. Op 31 december 2015 bood de onderneming wereldwijd werk aan 122.244 medewerkers.

Het succes van de BMW Group is van oudsher gebaseerd op langetermijndenken en verantwoord ondernemen. De onderneming heeft ecologische en sociale duurzaamheid in haar gehele waardeketen verankerd. Een allesomvattende productverantwoordelijkheid en spaarzaam omgaan met natuurlijke bronnen maken integraal deel uit van de strategie.

# **BMW**

## **Nederland**

### **Corporate Communications**

Persbericht  
Datum 19 april 2016  
Onderwerp BMW wint Customer Centric DNA Award.  
Blad 3

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Nederland>

Twitter: [https://twitter.com/BMWGroup\\_NL](https://twitter.com/BMWGroup_NL)

YouTube: <https://www.youtube.com/user/BMWnederland>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>