

El Opel Meriva líder en su clase en satisfacción al cliente

Otra vez ganador del estudio J.D Power.

Como en 2013, el monovolumen compacto de Opel vuelve a vencer en la categoría de monovolúmenes pequeños.

Rüsselsheim/Madrid. El Opel Meriva ha defendido con éxito su título como el campeón de los monovolúmenes pequeños en el prestigioso Informe de Satisfacción del Cliente JD Power, alcanzando la calificación más alta en su segmento.

En la edición de 2014 del J.D. Power VOSS (Vehicle Owner Satisfaction Study – Estudio de Satisfacción de Propietarios de Vehículos) en Alemania, el Meriva ha logrado una tasa de aprobación del 80,4%, colocando al campeón en ergonomía por encima de sus competidores, incluyendo el Nissan Note y el Citroën C3 Picasso. El Opel Insignia, por su parte, también logró un importante sexto puesto, en su tan disputado segmento E, con un altísimo 81,7% de tasa de aprobación. En definitiva, no hay duda los clientes de Opel están muy satisfechos sus modelos Meriva e Insignia.

“El estudio VOSS de J.D. Power, es un importante indicador en el área de satisfacción del cliente y sus resultados descubren como los esfuerzos de Opel en ofrecer una alta calidad generan un fuerte impacto en la satisfacción del cliente. Los propietarios son los mejores críticos que una marca puede tener de cara a conocer los defectos que presenten sus coches. La tasa de aprobación tan alta en el Meriva y el Insignia son una n más para Opel para continuar invirtiendo en la calidad y en las capacidades reales de sus productos.

JD Power and Associates es una de las organizaciones de investigación de mercado más conocidas en el mundo y su encuesta anual de satisfacción se ha realizado entre los propietarios de vehículos en Alemania desde 2002. En el Informe de JD Power de 2014, se preguntó a más de 18.000 conductores sobre sus experiencias en un cuestionario online. Los participantes llevan conduciendo sus vehículos desde hace dos años y un índice de satisfacción sólo se da si se han recibido por lo menos 50 respuestas evaluables. Las preguntas del estudio cubren cuatro categorías: calidad, fiabilidad, atractivo, servicio posventa y costes de mantenimiento.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Industria Automotriz](#)