

## Toyota: come riconquistare la fiducia dei clienti

La Toyota è nella bufera. Nelle ultime settimane sono arrivati i richiami di 7 modelli di auto potenzialmente difettose, misure di controllo attivate negli Stati Uniti ed Europa e che interessano in particolare l'acceleratore e il sistema frenante.

Per il maggior produttore mondiale di automobili, dunque, un notevole danno di immagine, che può incidere negativamente anche sull'andamento delle vendite.

Ciò su cui ora punta maggiormente Toyota è quindi riconquistare la fiducia dei clienti, e rassicurarli sulla qualità e la sicurezza delle auto prodotte.

“La politica di Toyota è di mettere i propri clienti al primo posto, in tutte le circostanze”, ha detto Tadashi Arashima, Presidente ed Amministratore Delegato di Toyota Motor Europe. “Siamo consapevoli del fatto che la situazione attuale sta causando alcune difficoltà, e ne siamo profondamente rammaricati”.

In un'altra nota ufficiale, Massimo Gargano, Amministratore Delegato di Toyota Motor Italia ha ribadito il concetto “Toyota, in quanto leader mondiale per volumi e reputazione qualitativa deve accettare di essere messa in discussione a fronte di episodi del genere. Va però rimarcato che le decisioni prese da Toyota hanno come unico obiettivo quello di confermare le alte aspettative dei nostri clienti”.

Un calo delle vendite che purtroppo si è già manifestato: a gennaio 2010, anche a causa della sospensione dal mercato di alcuni modelli a seguito dei malfunzionamenti individuati, [le vendite sono diminuite in USA dell'8.7%](#). Per la prima volta in dieci anni il numero delle Toyota vendute è sceso sotto quota 100mila e nei primi giorni di febbraio il titolo ha perso il 5,69% alla borsa di Tokyo...

### Ascoltare la voce dei clienti: quali opinioni esprimono su Toyota?

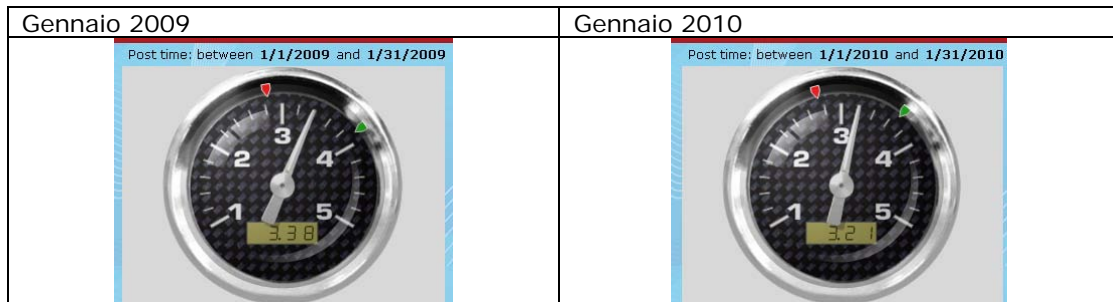
Dati statistici, numero di immatricolazioni e vendite, percentuali di crescita etc... certamente forniscono una fotografia molto valida della situazione, ma altrettanto importante è cogliere la reputazione del brand: monitorare se e come cambia l'opinione dei clienti, capire cosa vogliono, cosa apprezzano e cosa criticano.

Ogni giorno gli utenti si incontrano nei forum e nei blog di Internet per parlare, condividere esperienze e scambiarsi opinioni. E con gli strumenti giusti, un'azienda può ascoltare la loro voce e ricavare dati qualitativi, utili a inquadrare meglio il fenomeno.

Expert System ha provato a vedere cosa dicono gli utenti a proposito di Toyota, analizzando i commenti pubblicati sui principali blog e forum americani del settore automotive (caranddriver.com, carforum.com, autoblog.com etc.) tramite il software semantico Cogito Monitor, che effettua automaticamente un'elaborazione precisa e dettagliata dei contenuti.

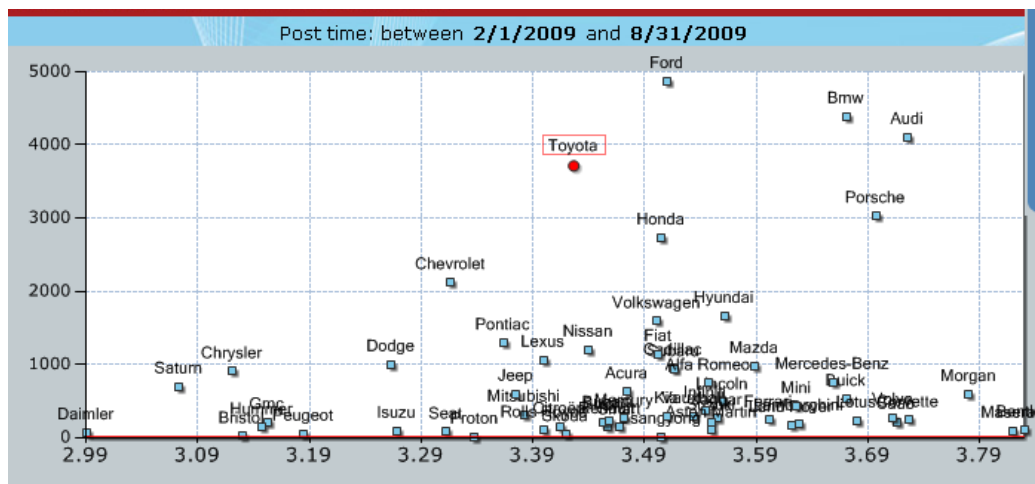
Abbiamo indagato innanzitutto come è cambiata rispetto a un anno fa l'opinione su Toyota.

Già a una prima occhiata il gradimento degli utenti verso il brand (misurato in base a una sorta di cruscotto) cambia in modo significativo: 3.38 a gennaio 2009, mentre è 3.21 a gennaio 2010, pertanto un evidente peggioramento. Valore ancor più negativo se consideriamo che, rispetto al gennaio dello scorso anno, a gennaio 2010 è aumentato del 38,5% il numero di commenti espressi online su Toyota, quindi il numero di utenti che giudicano in modo negativo Toyota non solo è aumentato in percentuale ma anche in valore assoluto: più utenti che ne parlano, e ne parlano peggio.

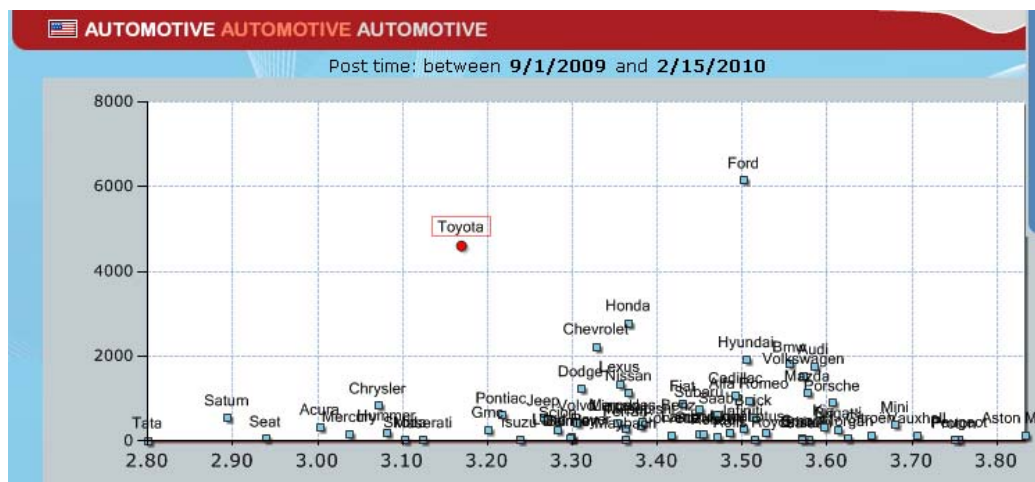


Ma esaminando in profondità l'evoluzione nell'ultimo anno ci rendiamo conto che il fenomeno è ancora più complesso, soprattutto se facciamo il confronto con altri brand e consideriamo un periodo di tempo più dilatato.

Da febbraio 2009 ad agosto 2009 Toyota era uno dei brand di cui si parlava di più (insieme a Audi, Bmw, Ford...) con quasi 4000 post identificati e un valore di gradimento attorno a 3.43.



Negli ultimi 6 mesi, da settembre 2009 a febbraio 2010, gli utenti chiacchierano maggiormente di Toyota (circa 4500 post, superati solo da quelli su Ford) ma esprimono giudizi in generale più negativi, tanto che il valore del gradimento scende a 3.17 circa.



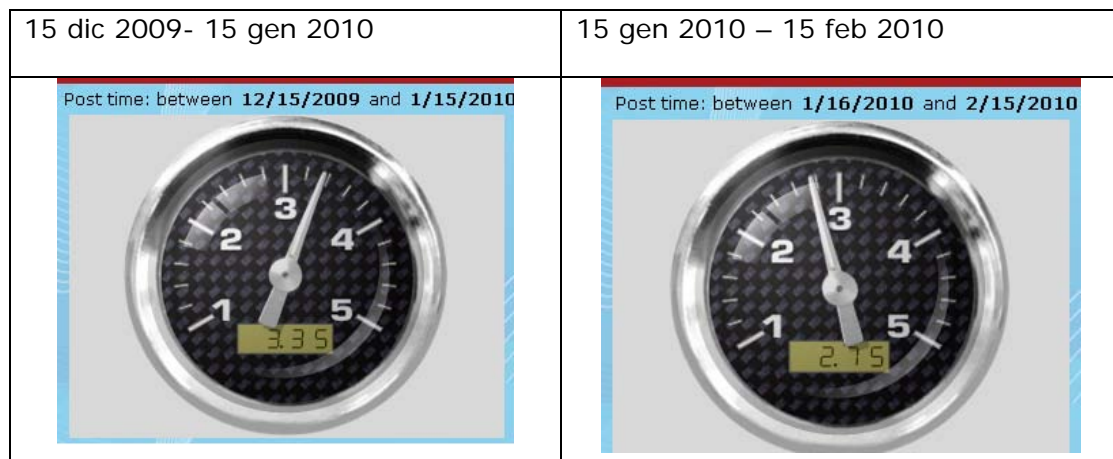
Nelle ultime settimane (15 gennaio - 15 febbraio 2010) è calato vertiginosamente, arrivando a 2.91, il valore più basso toccato negli ultimi 2 anni (in cui si è sempre mantenuto superiore ai 3 punti).



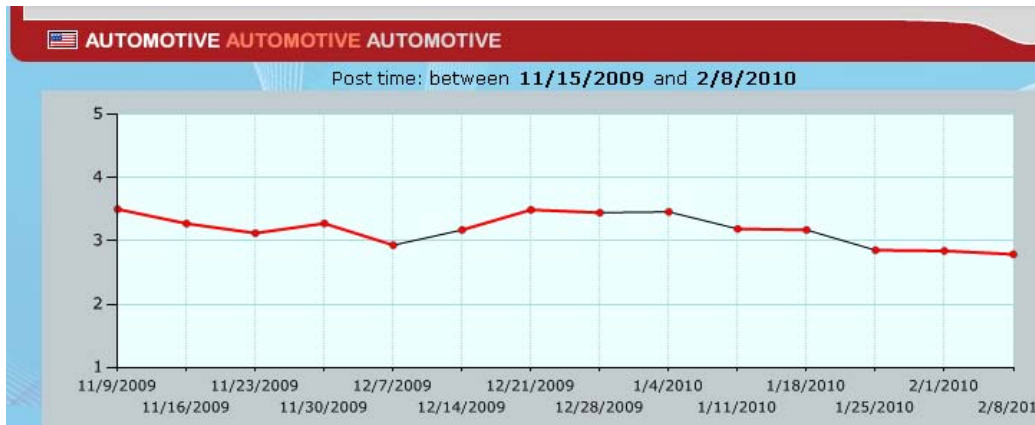
Da segnalare che la crisi del gradimento si è acuita proprio in corrispondenza dell'[annuncio del 29 gennaio](#) del maxi richiamo di oltre sette modelli di auto in tutta Europa, dovuto a problemi al pedale dell'acceleratore, e che riguarda circa 1,8 milioni di auto...

Possiamo ipotizzare che i clienti abbiano reagito con preoccupazione e amarezza alla notizia? Dall'analisi dei dati rilevati sembra di sì...

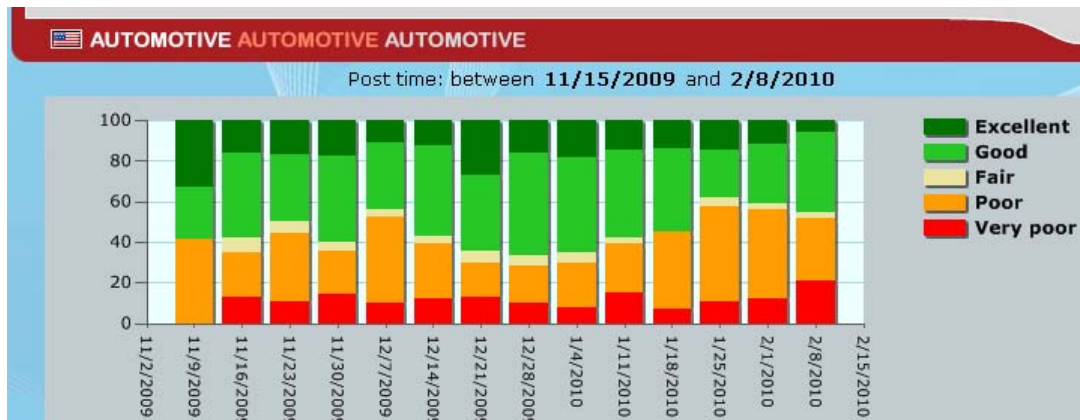
Una sensibile diminuzione del gradimento spetta tra l'altro alla Prius, il modello Toyota di maggior successo, per la quale a inizio febbraio sono stati confermati problemi al sistema frenante Abs. Nel giro di un mese, la reputazione della Prius è crollata da 3.35 a 2.75...



I pareri individuati sembrano dunque confermare la crisi che ha investito a livello globale la casa giapponese: in particolare negli ultimi 3 mesi (15 novembre 2009 – 8 febbraio 2010) si evidenzia un trend in calo, con picchi particolarmente negativi dall'ultima settimana di gennaio, quando si è verificato il massimo clamore mediatico per i malfunzionamenti riscontrati nelle auto.

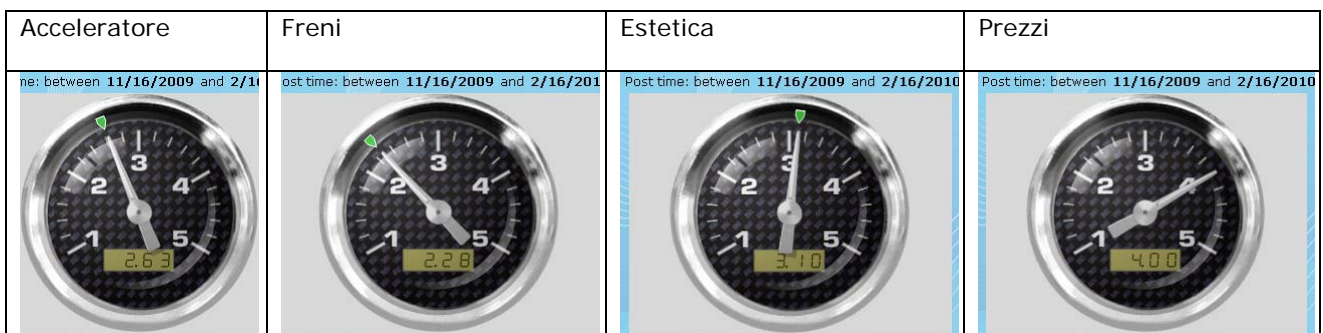


Se poi guardiamo alla tipologia di giudizi (eccellente, buono etc.) con cui sono classificati i commenti degli utenti, notiamo un aumento percentuale dei pareri negativi (poor e very poor), sempre in queste ultime settimane.



Preso atto di questo andamento negativo, abbiamo provato a indagare quali caratteristiche delle vetture Toyota sono state meno apprezzate negli ultimi tre mesi, cioè quelle che hanno ottenuto un gradimento meno soddisfacente.

Ecco allora che, tra gli aspetti meno apprezzati, risultano l'acceleratore (2.63) e i freni (2.28), mentre ad esempio l'estetica (3.10) e i prezzi (4.00) risultano molto più graditi.



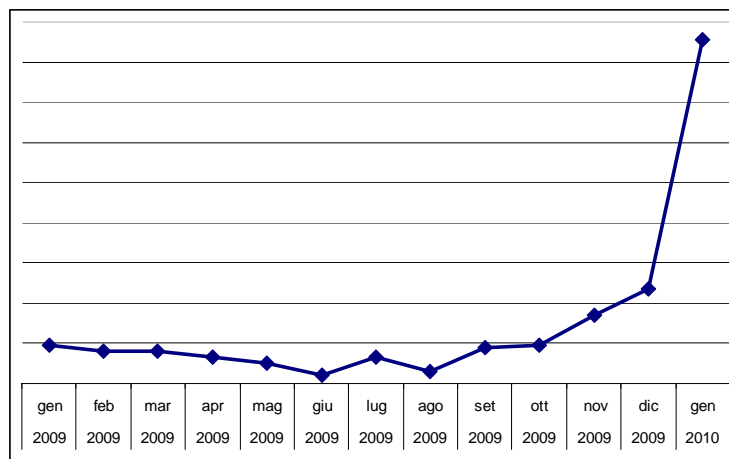
Dunque i pareri degli utenti confermano che freni e acceleratore sono tra gli aspetti meno vantaggiosi delle auto Toyota, proprio come ha dichiarato la casa produttrice in seguito ai reclami inviati e alle indagini effettuate.

### Quanto si poteva prevedere la crisi?

Analizzando per tempo le opinioni espresse online dagli utenti, Toyota poteva prevedere la crisi imminente, o almeno intuire quali aspetti erano più dibattuti e criticati dagli utenti?

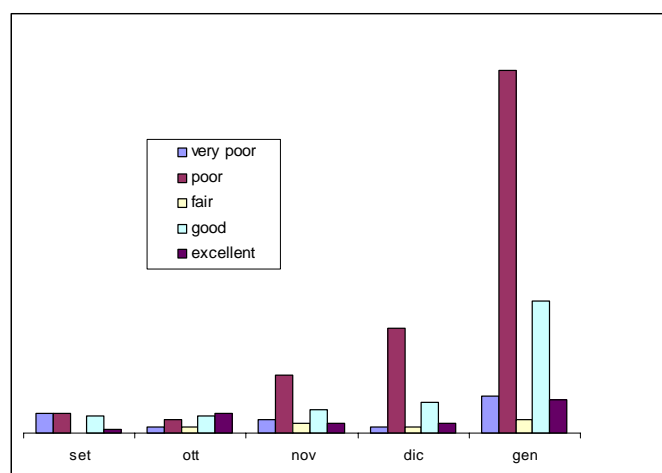
Guardando ad esempio al numero di commenti relativi all'acceleratore per il brand Toyota che sono stati pubblicati nell'arco di un anno (da gennaio 2009 a gennaio 2010 compresi) si nota un decisivo incremento del numero di pareri espressi.

Segnale che già da ottobre-novembre gli utenti dibattevano di più dell'acceleratore...



E come ne parlavano?

Se analizziamo i giudizi negli ultimi 5 mesi, a partire da settembre 2009, cioè da quando gli utenti hanno cominciato a chiacchierare sempre di più di questo argomento, scopriamo che il gradimento per l'acceleratore Toyota è precipitato già da novembre (giudizi "poor" in netto aumento), fino al tracollo dello scorso mese di gennaio.



Di seguito un commento estratto in cui si rileva un giudizio poor sull'acceleratore Toyota.

Brand:	Line:	Product/service:	Feature/part:	Quality:	Rating:
Tovota	Product		Acceleration		
\.....Driver(s)...../					
		(GENERAL) 4Runner Avalon Camry Corolla Highlander Highlander Hybr		(GENERAL) Drivability Esthetic Helpfulness Kindness NVH Performance	Excellent Fair Good Poor Very poor

AUTOMOTIVE AUTOMOTIVE AUTOMOTIVE

195 posts selected by the constraint, page 18 of 20

5 **Brand problems swept under the rug**
10/19/2009 8:09 AM

**Re: More Trouble for Toyota? [210delray]** by gagrice

I think the issue is not just one case. It is an accumulation over several years. Toyota has a chink in their armor and the lawyers sitting on cases around the country are going to pounce all at once. You don't really believe the attorneys for Toyota are any less unscrupulous do you?

This **problem** with **Toyota** sweeping runaway acceleration under the rug goes way back. There are dozens of complaints to the NHTSA on the Prius alone dating to when it first came out. No recalls were ever issued, yet the complaints keep coming in. Finally after 5 fatal accidents all attributed to runaway acceleration, Toyota issues a recall. Though they are clueless as to what really happens???

Post ID: **4650d7d2-8b55-49b2-bfdb-9ba348303c21**

Selected votes:

Toyota | Product | (GENERAL) | Acceleration | (GENERAL) : Poor

Pages: < 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 >

## Il valore della semantica per dominare rischi e opportunità

Le informazioni che arrivano da blog e forum di Internet rappresentano un patrimonio strategico per qualsiasi azienda ed è sempre più incalzante la necessità di governare la "voice of the customer", investendo dunque risorse per completare e migliorare le attività di monitoraggio e analisi delle opinioni espresse liberamente sul Web dai propri clienti.

Tramite questa attività si possono indagare bisogni e cogliere problematiche per prevenire, o almeno individuare in anticipo, il verificarsi di eventi che, come nel caso dei richiami Toyota per le auto difettose, possono scatenare un vero e proprio crollo della reputazione e dell'affidabilità aziendale.

Oggi le aziende hanno la possibilità non solo di mettersi in ascolto della voce dei propri clienti ma anche di capirla, costantemente e in modo completamente automatico: la tecnologia semantica fornisce un'immediata percezione di tutti quei segnali che non possono essere identificati con i sistemi di indagine più tradizionali.