

# ‘DEALERS MOETEN POTENTIEEL VEEL BETER BENUTTEN’

In tijden waarin auto's steeds minder in de werkplaats komen, is het zaak om zoveel mogelijk klanten te behouden en naar de werkplaats te krijgen. En bij de bezoeken die er zijn, moet een maximale omzet worden gegenereerd. Door de aftersales continu te monitoren en bij te sturen, kan het rendement van een middelgrote dealer volgens MSR Consulting met een volle procentpunt worden verhoogd. En dat maakt tegenwoordig maar al te vaak het verschil tussen winst en verlies. intro

**W**ie berichten over het rendement van auto-dealers leest, zou de moed in de schoenen zakken. In 2014 werd met 0,01 procent een nieuw dieptepunt bereikt – en dan praten we uiteraard nog over een gemiddelde. Toch zijn er wel degelijk manieren om het rendement weer naar een gezonder niveau te brengen. Zo heeft MSR Consulting in Naarden een tool ontwikkeld waarmee dealers inzicht krijgen in hun aftersales en tips om het rendement daarvan te verbeteren. “We hebben al honderden dealers daarin begeleid, waarbij we onder andere het servicemarktaandeel van een dealer onder de loep nemen”, zegt Ronald van Eck, die samen met zijn broer Martin het adviesbureau runt. “Daarbij kijken we hoeveel auto's er van een bepaald merk rondrijden in een rayon en hoe vaak die in de werkplaats komen.” Vervolgens wordt een online portal geïmplementeerd, dat inzichtelijk maakt hoe de omzet in de werkplaats is samengesteld en waar eventueel verbeteringspotentieel is. Deze tool toont onder ander het marktaandeel van de betreffende dealer per model en bouwjaar en laat ook zien hoeveel klanten de betreffende dealer verliest aan dealers uit een ander rayon of aan universele bedrijven, zodat hij daarop kan sturen. “Het is de bedoeling dat eigenaren van een dealerbedrijf actief met die tools aan de slag gaan door bijvoorbeeld doelen te stellen en hun omzetcijfers te benchmarken met de top 25 dealers van een bepaald merk”, stelt Martin van Eck. “Vervolgens kunnen ze daar direct op inspelen met bijvoorbeeld marketing- en

DM-acties die wij via het systeem aanbieden.” Hiermee kan 10 tot 20 procent verhoging van het servicemarktaandeel en een vergelijkbare stijging van de omzet behaald worden.

## ONDERHOUDSANALYSES

Als extra vinger aan de pols voert de tool van MSR ook dagelijks analyses uit op basis van de facturen die in het DMS van een dealer staan. “Gek genoeg hebben dealers vaak niet helder voor ogen hoe het in detail ervoor staat met hun omzet en marge”, aldus Martin van Eck. “Als je gericht gaat kijken naar de KPI's als de werkplaats- en factuuromzet, blijken het aantal verkochte uren en onderdelen vaak heel eenvoudig te kunnen worden verhoogd.” Om die reden voert MSR onderhoudsanalyses uit, waarbij bijvoorbeeld naar voren kan komen dat een dealer niet actief genoeg bezig is met het verkopen van ruitenwissers of het vervangen van remmen met de bijbehorende arbeidssuren. Zo haalt de ene dealer 450 euro omzet uit een grote beurt en de andere 550 euro, bijvoorbeeld omdat de receptionist of de werkplaatschef bepaalde zaken laat liggen. “Daarom bieden we ook coaching en advies aan om dat soort dingen te verbeteren”, legt Martin van



Ronald (l) en Martin van Eck: “Gek genoeg hebben dealers vaak niet helder voor ogen hoe het ervoor staat.”

Eck uit. “Als KPI's onder de maat zijn, dan wordt een waarschuwinglampje getoond met een advies voor een mogelijke oplossing. We voeren niet alleen analyses uit, maar dragen ook oplossingen aan.” Dat deze methode zoden aan de dijk zet, blijkt als Ronald van Eck vertelt wat de resultaten gemiddeld zijn. “Bij een middelgroot bedrijf kan het rendement zomaar met een vol procentpunt worden verhoogd, wat tegenwoordig vaak het verschil maakt tussen winst en verlies”, zegt hij. “We zien gemiddeld een stijging van het aantal uren in de werkplaats met bijna tien procent, bij een gelijkblijvend aantal personeelsleden. Dan praat je al gauw over een extra winst van 200.000 tot 250.000 euro.”