

‘Dealers zijn onmisbaar voor importeurs’

De overstap naar het agentuurmodel brengt uiteraard veel onrust met zich mee, maar bij MSR zien ze dat de weerstand minder wordt als er helder en transparant wordt gecommuniceerd. Ook zien ze dat auto-importeurs de dealers en ook de agenten nog steeds hard nodig hebben.

“Natuurlijk is het een uitdagend jaar geweest voor zowel importeurs als agenten”, aldus Martin van Eck, managing partner bij MSR. “Fabrikanten nemen een deel van het retailproces over van dealers, dat zorgt uiteraard voor onrust. Maar we zien wel dat de onrust minder wordt als er op een transparante wijze wordt gecommuniceerd tussen de partijen.

“De zakelijke markt wordt nog belangrijker in de nieuwverkoop”

Dealers blijven ondernemers, en die kunnen schakelen.” Logischerwijs zijn dealers wel op zoek naar de nieuwe rol die ze gaan spelen. “Er is veel discussie over die rol, nog even los van de vergoeding die ze voortaan krijgen”, stelt Van Eck. “Dealers vragen zich bijvoorbeeld af welke mensen ze na de transitie nog in dienst moeten hebben. Een ding is zeker: de salescapaciteit dient hetzelfde te blijven. Zeker voor de zakelijke markt, die belangrijk blijft.”

Strategisch advies

“Het nieuwe agentuurmodel heeft grote gevolgen voor het verdienmodel van importeur en dealerbedrijf. Het rendement is met een vaste fee bij de nieuwverkoop helder”, stelt Van Eck. “Daar tegenover staan lagere financieringskosten bij de dealerbedrijven omdat de voorraad en demo’s niet meer op de balans van de dealerbedrijven drukken, maar de verantwoordelijkheid van de importeur zijn.” Hetzelfde geldt voor de marketingkosten die vanaf nu in ieder geval gedeeltelijk door de importeur worden gedragen. Uiteraard heeft dit consequenties voor de organisatie van het dealerbedrijf, maar ook voor de importeur. “Vast staat echter dat er nog steeds een grote rol is weggelegd voor de dealers wat betreft de lokale marktwerking. En dat daarmee de salescapaciteit en kwaliteit minimaal in stand moet worden gehouden”, aldus van Eck. “Wie staat er immers dicht bij de klant dan de lokale retailer? Occasions blijven ook een belangrijke omzet- en winstpijler van de dealerbedrijven. Hier kan de dealer nog steeds als echte ondernemer acteren. Hetzelfde geldt in grote mate ook voor de aftersales.”

Impactanalyses

MSR verzorgt forecasting en impactanalyses op alle niveaus: fabrikant, importeur en dealer of agent en we brengen ook de marktpositie van de concurrentie in kaart”, legt van Eck uit: “Op basis van gedetailleerde marktvoorspellingen en impactanalyses voor sales, aftersales en occasionverkoop ontwikkelen we nieuwe, flexibele organisatie modellen. We kijken daarbij naar de gewenste merkenmix, het organisatie model, de vestigingsstructuur en de personele invulling. Op deze manier werken we toe naar een toekomstbestendig businessmodel voor zowel importeur als dealerbedrijf, ook in het nieuwe agentuurmodel.” (AJC)

