

Autodealers vrezen koperstaking vanwege forensentaks, maar volgen klantverzoeken nog steeds slecht op

Enquête van BearingPoint toont aan dat 43 procent van de online verzoeken om een proefrit onbeantwoord bleef (geen antwoord binnen 4 dagen)

Amsterdam, 5 juni 2012 – De autobranche wordt geconfronteerd met een nieuwe uitdaging. Door de voorgestelde forensentaks wordt woon-werk verkeer een dure aangelegenheid voor de zakelijke rijder. Auto importeurs en dealers vrezen dan ook een koperstaking zolang de onzekerheid rondom de nieuwe maatregel bestaat. Het gevecht om de klant gaat onverminderd door.

Een belangrijke manier om nieuwe klanten binnen te halen of bestaande klanten in een nieuw model te krijgen is het verzorgen van proefritten. Interessant genoeg presteren dealers nog steeds op dit gebied onder de maat.

De afgelopen drie jaar heeft BearingPoint op Europees vlak onderzoek gedaan om na te gaan hoe doeltreffend grote automerken online verzoeken om een proefrit beantwoorden. De resultaten schetsen geen rooskleurig beeld van de auto-industrie.

De enquête van dit jaar geeft aan dat in Nederland 43 procent (Europees gemiddelde is 59 procent) van de verzoeken om een proefrit onbeantwoord bleef binnen 4 dagen. Bovendien werd op 32 procent van de verzoeken helemaal niet gereageerd (geen antwoord binnen de 14 dagen dat het onderzoek duurde). In het onderzoek kregen merken 14 dagen de tijd om op het verzoek te reageren (om een vergelijking met de bevindingen uit vorige enquêtes mogelijk te maken). De verwachtingen van de consument liggen veel hoger: in andere sectoren krijgen online kopers vaak dezelfde dag of de volgende dag al antwoord.

“Als je bedenkt dat digitale kanalen steeds belangrijker worden in de verkoopcyclus en dat gemiddeld een op drie tot vier proefritten leidt tot een verkoop, is het bijzonder verontrustend dat de auto-industrie deze inherente zwakke plek in zijn processen voor lead management niet aanpakt,” zegt Niels van der Putten, Automotive consultant bij BearingPoint.

In maart 2012 deed BearingPoint het uitgebreide onderzoek naar de reactie van automerken op online vragen rond verkoop. Daaruit bleek dat er ondanks het fragiele economische herstel nog steeds nauwelijks gereageerd wordt op online verzoeken om een proefrit. Dat doet vragen rijzen over het vermogen van fabrikanten om hun marktaandeel te handhaven of te vergroten in het licht van de beperkte vraag in Europa en de toenemende verwachtingen van klanten ten aanzien van de respons van merken.

In deze Nederlandse enquête werden 19 merken bekeken en probeerden onderzoekers 380 verzoeken om een proefrit te versturen via de websites van de automerken. De enquête had betrekking op zowel traditionele als opkomende markten met een groot handelsvolume en besloeg merken uit het hele prijzenspectrum.

Niels van der Putten besluit: "De boodschap die de afgelopen drie jaar consequent naar voren gekomen is uit deze enquête, is dat alle autofabrikanten, ongeacht hun handelsvolume of de bekendheid van het merk, kansen laten schieten om leads die binnenkomen via hun website om te zetten in verkoop. Nu digitale kanalen voor veel mensen integraal deel uitmaakt van het aankoopproces, moet de auto-industrie deze kwestie aanpakken. Uit ons onderzoek blijkt ook dat merken er op dit vlak duidelijk baat bij hebben om als eerste de stap te zetten. Fabrikanten moeten een meer holistische benadering van lead management hanteren en moeten hun systemen, processen en kanalen optimaliseren om mogelijke kopers een naadloze, doeltreffende ervaring te bieden."

Over BearingPoint

BearingPoint is een onafhankelijke Management en Technology Consultancy firma geleid door en in eigendom van haar partners. BearingPoint is met meer dan 3.500 adviseurs en 25 kantoren aanwezig in 14 landen en bedient vandaar nationale en internationale ondernemingen. BearingPoint biedt haar klanten een naadloze internationale aanpak, sterke focus op bedrijfsresultaten en een ondernemende cultuur. In samenwerking met klanten realiseert BearingPoint op basis van industrie en functionele expertise, klant specifieke oplossingen. Met haar wereldwijde netwerk van partners is BearingPoint in staat wereldwijde oplossingen aan te bieden.

Perscontact

Gijs Leeksma
Marketing Coordinator
Tel. +31 550730434
E-mail: gjs.leeksma@bearingpoint.com