

Geld verdienen in het autobedrijf kan wél

Consultancybureau W&D: optimaliseer je verdienste en werk naar een langdurige relatie

Geen moment betreuren Remco de Vette en Oskar Bronsgeest hun beslissing van enkele jaren geleden om samen consultancybureau W&D te runnen. "Ook na zo veel jaar kan ik me niemand anders voorstellen met wie ik W&D hernieuwd op de kaart zou zetten." Hoe Wisse & Doorenbos W&D werd.

Beide naamgevers zagen in 1992 hoe de schadewereld onderhevig was aan snelle veranderingen. Hun credo - advies op maat - bleek een schot in de roos. Samenwerking in schadeherstel vormde dan ook de basis voor het allround adviesbureau dat W&D nu is.



Remco de Vette en Oskar Bronsgeest: "Aan de balie staat iedere dag een rij mogelijke autokopers."

De inmiddels negen adviseurs en medewerkers richten zich puur op de automotive sector. Beoogd doel: meer orders en meer rendement. Via meerdere diensten en producten, in overleg met de klant gekozen, zet W&D een traject uit om de doelen te bereiken. Rode draad is volgens Bronsgeest "kijken naar het aantal bestaande en nieuwe klanten, de verdienste en het rendement optimaliseren en toewerken naar een langdurige relatie." Hoewel dat tamelijk logisch klinkt, lukt het volgens De Vette een heleboel dealers niet om te vertellen wie de nieuwe klanten zijn en welke verloren zijn gegaan. "Laat staan dat ze weten om hoeveel omzet het gaat."

Vastleggen

Als de drie belangrijke gebieden waar het autobedrijf winst kan boeken, onderscheidt de W&D-methode 'Autopark nieuw en gebruikt', 'Onderdelen' en 'Verkochte werkplaatsuren'. Het feit dat nieuwverkoop bijna per traditie niets of weinig oplevert, is voor beide mannen niet acceptabel. Minstens zo ongewenst vinden ze de redenering dat de inkomsten later wel terugvloeien via de werkplaats. "Ik geef de auto weg, en haal het geld wel terug via after sales", dat kan niet. Het is bovendien een oncontroleerbaar proces. Of er ooit geld aan verdiend wordt, hoeveel en over welke periode, dat alles is volledig op lucht gebaseerd." Een huiveringwekkende gedachte voor de consultants. "Wanneer je de rendementspositie wilt verbeteren moet je weten waarom je aan één van de knoppen draait en wat het effect is op de andere instrumenten."

'Ik geef de auto weg en haal het geld wel via after sales terug, dat kan niet'

Zowel sales als after sales

De consultants van W&D zijn actief binnen zowel sales als after sales. Specialismen zijn: Customer Relationship Management, Rendementsverbetering en Verhoging van klanttevredenheid. Daarnaast is W&D actief op het gebied van auditing, projectmanagement en onderzoek. De schadewereld is een steeds kleiner wordende factor voor het bureau.

De laatste jaren is de vraag naar 'organisatieontwikkeling' sterk toegenomen, met de focus op inrichten en aansturen van organisaties. Naast het advieswerk heeft Remco de Vette de blik vooral extern gericht, terwijl businesspartner Oskar Bronsgeest zich meer op de interne processen richt.

Oskar Bronsgeest geeft een praktijkvoorbeeld waarin het uitgangspunt was de conversie van de offertes te verhogen. "Dan start je - hoe simpel het ook lijkt - bij het verhogen van het aantal dagelijkse contactmomenten van de verkoopadviseur. Het is een stevige klus om van de bestaande drie contacten per dag naar zes te gaan. Maar intern is er een dagelijkse stroom van potentiële klanten. Aan de balie staat iedere dag een rij mogelijke autokopers. Alleen al deze actie leverde een kwart meer offertes op, waarop de gemiddelde conversie van toepassing was."

Coaching

Ook op het gebied van coaching laat W&D zich niet onbetuigd. "Vooral uit de retailmarkt krijgen wij veel aanvragen. Met name de DGA moet vaak zijn positie anders invullen. Niet die van alleswetende leider die de dagelijkse werkzaamheden oppakt, maar die van coach en begeleider. 'Beleid omlaag en plan omhoog' noemen we het. De gemiddelde retailer is te zeer gedreven door de importeur. Gezond eigenbelang is nodig. Wij helpen met de vorm en het beleid, waarna het vooral operationeel goed moet worden ingevuld. De implementatie van beleid moet tegenwoordig ook veel sneller. De gegevens zijn in veel gevallen aanwezig. Anticipeer daar dan ook snel op. Laat het personeel meedenken over het beleid, eventueel op middelmanagementniveau meepraten. Snel een breed draagvlak vinden, zodat de werkvloer zich focust op de uitvoering." (PB)

