BUSINESS CASE

B&K Wieringerwerf

Weinig te verliezen, veel te winnen

Halverwege 2007 maakte B&K Autocentrum kennis met CRM Used Car Management. Om de omzet en brutowinst te verhogen en tegelijkertijd meer klanten én een hogere klanttevredenheid te realiseren, werd de hulp van ervaren consultants en trainers ingeschakeld. Met een onderbouwde analyse zouden de pijnpunten adequaat te verhelpen zijn.

Tijdens een Quick Scan en tweedaagse managementtraining werd de Fordspecialisten van B&K Autocentrum duidelijk dat er heel wat te verbeteren viel binnen de groep. Voor alle vestigingen gold een principiële keuze voor de verkoop van het eigen merk terwijl vreemd merk vaak voor weinig, naar de handel ging. René Philips, bedrijfsleider van B&K Wieringerwerf herinnert zich nog precies wat er gebeurde. “Toen ik de eerste rapportage voor ogen kreeg moest ik even slikken. Ik loop al 25 jaar mee en dan moet je van een externe adviseur te horen krijgen wat er beter kan. De verkoop liep achter en de werkplaatsbezetting was beneden de maat. Wieringerwerf had nog heel veel te winnen.”

CRM
used car management

Heldere positionering

De bevindingen van CRM, gecombineerd met de visie van de nieuwe directie, zorgden voor de herpositionering van de vestiging in Wieringerwerf. Vanaf dat moment hét Occasioncentrum voor de hele groep. Een duidelijke boodschap waarmee klanten bij één vestiging terecht kunnen voor een groot assortiment gebruikte auto’s. En dat is niet hetzelfde als een grotere voorraad aanhouden. Sterker nog, de voorraad is zelfs afgenomen. Maar dan wel veel beter afgestemd op de vraag in de markt. Dat betekent niet alleen Ford personen- en bedrijfsauto’s, maar ook een divers aanbod gebruikte auto’s van andere merken.

Edwin Lensen, consultant bij CRM Used Car Management: “Nu kunnen alle vestigingen courante vreemd merk inruilauto’s via collega Philips verkopen. De marge blijft in ieder geval binnen de groep. Een positief neveneffect van deze strategie is dat Wieringerwerf een aanzuigende kracht op de gebruikte auto klant heeft gekregen. Hoe beter – lees groot én gevarieerd- je aanbod, hoe meer traffic in je winkel, hoe meer transacties je uiteindelijk doet. En dat is weer merkbaar in je werkplaatsbezetting.”

Totale omslag

Voor de medewerkers van Wieringerwerf betekende dit nogal wat. Omloopsnelheid en aantallen moesten flink omhoog. Om dat voor elkaar te krijgen gaf René Philips

met zijn team adequaat opvolging aan de ideeën van Edwin Lensen. “De internetpresentatie werd onder handen genomen zodat er altijd duidelijke foto’s, goede prijzen en complete omschrijvingen bij de auto’s staan. Auto’s worden niet zomaar even op het net gezet, er wordt serieus onderzocht wat de concurrentie op dit gebied doet. Natuurlijk kost dat tijd en energie, maar uiteindelijk is het een kwestie van gewoon doen. Met een wereld van verschil in je resultaat”, aldus Edwin.

- **Betere internetpresentatie**
- **Duidelijk en effectief statijdenbeleid**
- **Betrokken medewerkers**
- **Hogere werkplaatsbezetting**

Werkplaats denkt mee

Tegelijkertijd is de routing binnen de showroom aangepast. De werkplaatsreceptionist heeft daar een actieve rol in gekregen. Hij zorgt ervoor dat de presentatie optimaal is voor bezoekers en voor de werkplaats efficiënt werkt. Lensen: “Doordat er actiever met de voorraad gewerkt wordt is de gemiddelde statijd bij Wieringerwerf spectaculair verlaagd. Prijzen worden voortdurend in de gaten gehouden en waar nodig bijgesteld. En dat werpt nu zijn

vruchten af. De werkplaats zit weer vol.” Philips lachend: “De poetser kan het nauwelijks bijhouden. En de werkplaats denkt steeds beter met ons mee. Doordat we in het werkoverleg heel open zijn over waar we naar streven en waar we staan, houden ook zij de aantallen bij. Het succes is een enorme opsteker voor de hele organisatie.”

En wat verwacht Wieringerwerf van de toekomst? “We zullen de processen die nu ingevoerd zijn tot in de finesse moeten beheersen. Discipline, daar gaat het nu om. Hoe langer hoe meer worden we ‘bewust bekwaam’, zoals ze dat dan noemen. We zitten in een opwaartse spiraal. Onze medewerkers zijn betrokken en hebben er zichtbaar plezier in om targets te halen. Over een jaar verwacht ik dat deze nieuwe manier van werken onze tweede natuur is. Dat zal ons nog meer lol in het werk opleveren.”

	2007, kwartaal 2	2008, kwartaal 2	Resultaat
Brutowinst			+ € 21.000
Verkopen particulier	13	49	+ 277%
Voorraad			gelijk
Gemiddelde statijd	161	85	-47%

CRM
used car management
Sportlaan 259 | 3364 DK Sliedrecht | T 0184 435 010 | F 0184 435 019 | I www.usedcarmanagement.nl | E info@crm-ucm.nl