



Laat je niet wegpesten

Wil je als trouwe dealer in Nederland een beetje geld verdienen, dan zijn er twee mogelijkheden: óf je rukt dat ene merkembleem van je gevel, óf je zet er een paar logo's naast. Alleen dan kun je nog zélf op rendement aansturen. Als single brand ben je zo kwetsbaar als de pest. Allereerst door aanhoudende onkunde van de overheid. Neem zo'n Wiebes, die bij zijn aanstelling nog zegt dat hij 'eerst gaat nadenken, en dan pas doen', om de volgende dag de markt vrolijk verder te verstoren.

Met een multibrandstrategie is de pijn goed te verdelen: heeft de staatssecretaris opeens de pik op Merk X met 107 gram CO₂/km, dan zet je merk Y met 106 gram CO₂/km toch vooraan in je showroom? Want morgen kan het weer anders zijn.

Die bedreiging voor je continuïteit kan ook van binnenuit komen. Bijvoorbeeld als je leverancier een te grote voorraad heeft – of bezwijkt onder de volumedruk van de fabrikant. Om vervolgens een heel weetje courante modellen aan een geldschietter of een supermarkt te verpiëren. De loyale single brand dealers staan volledig buitenspel. Alleen

als er lastige klussen zijn die Beun de Haas niet op kan lossen, mag de merkdealer even van de reservebank komen. De prijskoper hoeft alleen maar aan te tonen dat zijn auto is onderhouden met onderdelen 'di qualità corrispondente'. En dan moet je met al je technische trainingen en al je dure speciaal gereedschap tegen

kostprijs gaan repareren. Lekker als je dealer bent van een merk dat respectloos zijn handel dumpst, zijn zakken vult en zijn eigen contract 'partners' laat opdraaien voor alle shit.

Maar er is gelukkig keuze. Dus stop met janken dat in Nederland de ene onbekwame bestuurder de andere aflost. En niet langer zeuren dat importeurs doen waar ze zin in hebben. Zorg er gewoon voor dat jouw autobedrijf zodanig wordt opgezet, dat deze risico's tot een minimum worden gereduceerd. Zo blijf je in business. De autobranche is te leuk om je weg te laten pesten.

37

Lekker als je dealer bent van een merk dat respectloos zijn handel dumpst.

ARJEN DE JONG, VOORMALIG CEO BMW GROUP NEDERLAND,
SENIOR ADVISOR BOYDEN GLOBAL EXECUTIVE SEARCH
ARJENWDEJONG@GMAIL.COM