



Rabobank

# Rabobank Cijfers & Trends

## Ondernemersupdate: Automotive

Deze ondernemersupdate is gebaseerd op de nieuwste branchestudie automotive van Rabobank: 'Blik in de toekomst'. Startpunt is de huidige situatie waarbij mobiliteit, technologische ontwikkelingen en veranderend klantgedrag belangrijke pijlers vormen in de strategische route voor ondernemers voor de komende jaren.

Staan wij aan de vooravond van een herschikking van de mobiliteitsbranche? Komen er nieuwe toetreders? Wat betekent de komst van de Tata Nano voor de mobiliteitsmarkt? En wat verwacht de consument eigenlijk in de nabije toekomst? Is de segmentindeling van Autorai 2009 in onder andere city & compact, green innovation en adventure een voorbode voor 'doelgroepen denken' in deze sector? Dit zijn een aantal van de vragen die vele ondernemers in de auto-branchen bezig houden.

### Huidige situatie

1. Toename prijstransparantie heeft geleid tot dalende verkoopmarges
2. Kosten van showrooms staan niet altijd in verhouding tot de verkoopmarges
3. Verhoudingen in de keten nog productiegericht
4. Overheid beïnvloedt met succes de segmentkeuze van de consument
5. Auto wordt meer onderdeel van een bredere visie op mobiliteit



### Technologische ontwikkelingen: Elektrische auto breekt door

Gezien de introductie van vele (semi-)elektrische modellen de komende drie jaar, lijkt het er op dat in de nabije toekomst elektrische auto's voornamelijk de overhand zullen krijgen en dat de hordes, mede door overheidssubsidies en innovaties, snel genomen worden. Massaproductie ligt al binnen enkele jaren binnen bereik. Tot die tijd zullen veel hybride auto's op de markt gebracht worden die, gestimuleerd door de overheid, voor redelijk aantrekkelijke tarieven kunnen worden gekocht of geleased.

### Mobiliteit: De keuzereiziger en multi-modaliteit

Mensen willen op een efficiënte en gemakkelijke manier naar hun bestemming reizen. Jarenlang was de keuze voor het vervoermiddel gefocust op één product: trein, fiets, scooter, auto. Maar nu efficiënte bereikbaarheid geen vanzelfsprekendheid meer is, kiest de reiziger steeds vaker voor een combinatie van vervoermiddelen, mits het voor hem makkelijk wordt gemaakt om een combinatie te kiezen die leidt tot een snel en betrouwbaar vervoer naar de eindbestemming.

Er liggen derhalve veel kansen voor die automotive bedrijven die weten om te schakelen van het denken vanuit het product 'auto' naar de mobiliteitsbehoefte van de klant en daarmee de integratie van modaliteiten als uitgangspunt kiezen.

### Assortimentsverbreding: Vervaging tussen segmenten van scooters, scootmobiel en kleine auto's

Mede door de introductie van auto's die qua prijs dicht tegen die van duurdere scooters aanliggen, vervagen de segmenten aan de onderkant van de markt steeds meer en wordt de multi-modaliteit versterkt.

### Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan dertig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via [www.rabobank.nl/cijfersentrends](http://www.rabobank.nl/cijfersentrends) is deze informatie gratis te raadplegen. Speciaal voor u als ondernemer is er de online benchmarktool Kijk en Vergelijk en kunt u via Uw Cijfers en Trends een uitgebreid benchmarkgesprek aanvragen bij uw lokale Rabobank. Daarmee kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.

### Kennis van het DNA van de klant biedt kansen

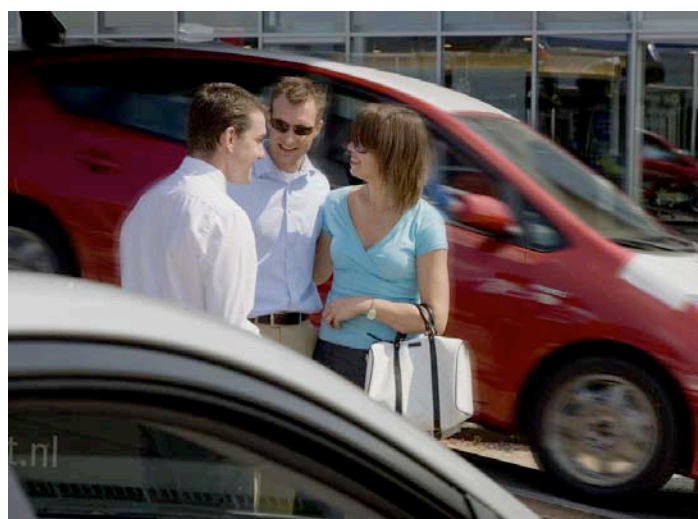
Van belang in klantcontact is een inschatting maken van de behoefte van de klant in de behandeling zelf en in de mobiliteit waarnaar hij of zij op zoek is. Vaak wordt snel duidelijk dat een klant goed geïnformeerd is en dat hij snel wil handelen, terwijl andere klanten juist uren willen ronddwalen rondom hun verschillende keuzes voor aankoop. Daarnaast vraagt de seniore klant wellicht een andere service dan de jonge vrouw. Met inspelen op het gedrag van de klant, kennis nemen van zijn mobiliteitsbehoefte en van zijn agenda kan het bijbehorende serviceniveau ontdekt worden. Zeker als deze voorkeuren vastgelegd worden en de volgende keer - in digitale of fysieke communicatie - daarnaar gehandeld wordt, zal de klant in positieve zin verrast worden.

Rabobank geeft met deze studie een blik in de toekomst voor de autosector, rekening houdend met trends en ontwikkelingen op korte en lange termijn. Er zijn veel kansen voor automotieve ondernemers. Juist nu is ondernemerschap gevraagd om de strategische route te bepalen, die voor elk bedrijf anders kan zijn. Ben u benieuwd wat u morgen al kunt doen als het gaat om klantgericht ondernemen en de korte termijn mogelijkheden benutten? Lees dan de branchestudie 'Blik in de toekomst'. Ook voor uw lange termijn strategische overwegingen is deze studie een aanrader: Het geeft inzicht in trends en ontwikkelingen, ook voor de lange termijn, die onmisbaar zijn bij het vaststellen van uw strategische richtingen.



### Showroom als offline en online visitekaartje

Belangrijk is bij de bouw van een showroom aansluiting te vinden bij de beoogde doelgroep zodat de locatie past bij de positionering en beleving van het merk. Afhankelijk van het merk, soort model of doelgroep waarop gefocust wordt, kunnen er verschillende soorten showrooms op verschillende locaties ontstaan. Locaties waar wellicht ook andere branches aanwezig zijn die gericht zijn op dezelfde doelgroep. Waarom zou een autobedrijf gericht op gezinsauto's niet onder één dak kunnen met een Prenatal en een kinderspeelparadijs? Merken met veel beleving en merchandise kunnen wellicht winkels openen in een stedelijke omgeving naast enkele showrooms door Nederland.



### Afzetketen van product naar klantgericht

Wat er ook zal gebeuren, onvermijdelijk is dat de afzetketen naar de klant zal veranderen. Wanneer dat zal gebeuren, hangt af van de kracht van nieuwe toetreders, adaptatie van nieuwe technologieën en de financiële nood in de keten. Inspelen op de (mobiliteits-)wensen van de klant en het positioneren van het eigen retailmerk is voorwaarde voor sales- en aftersalesbedrijven in deze sector om een goede boterham te blijven verdienen. Ook het lanceren van nieuwe businessmodellen, verandering van assortiment en doelgroep kunnen bijdragen aan de verdere groei van individuele bedrijven.

#### Bestellen

Bestel de studie op [www.rabobank.nl/bedrijven](http://www.rabobank.nl/bedrijven) en bepaal uw eigen strategische route.

