

Zowel externe marktvloeden, als de inrichting van de productieketen zorgt ervoor dat merkdealers voor de uitdaging staan om volumes te blijven halen met een goed rendement. Een juiste marktwerking is essentieel om het business model rendabel te houden. De Lijn ondersteunt dealers bij het aanbrengen van visie en structuur in hun marktwerkingsproces.

# Automotive en De Lijn

Gezamenlijk naar resultaat  
met voorbedachte rade

## Aanleiding

Merkdealers worden geconfronteerd met verschillende uitdagingen vanuit de markt. Zo is er toegenomen concurrentie vanuit de universele dealerbedrijven. Samen met de langere onderhoudsintervallen biedt dit uitdagingen op het gebied van aftersales. Daarnaast zijn de fiscale maatregelen en de economische recessie van invloed op verkoopaantallen en marges. Daarbovenop herkennen we een steeds kritischere consument die door een toename van het internet als informatiebron beter voorbereid naar de showroom komt.

De huidige inrichting van de automotive keten vormt juist in deze omstandigheden een extra uitdaging voor dealerbedrijven. Deze keten wordt namelijk gestuurd vanuit de fabrikant en de importeur. En omdat fabrikanten hun productie niet afstemmen op vraag vanuit de markt, maar op basis van voorspellingen, leidt dit tot toenemende voorraden die tegen een lage marge worden verkocht via de dealer. De Lijn helpt dealers bij het genereren van hogere volumes met een beter rendement door het aanbrengen van visie en structuur in de marktwerking.

“De Lijn zorgt voor hogere volumes met een beter rendement .”



Rendement dealers	2012 Q3	2011 Q3
<0%	69,4%	52,5%
0% tot 2%	16,8%	29,6%
>2%	13,8%	17,9%

(Bron: Analyse Autoverkopen 2012 RAI vereniging)

## Wat kan De Lijn u bieden?

De importeur levert met name een sterke bijdrage aan het neerzetten van een globale merkbeleving. Het is juist daarom erg belangrijk om de dealers te ondersteunen bij het optimaliseren van hun marktwerking, zodat de gecreëerde goodwill voor het merk versterkt wordt wanneer dealers in contact treden met hun prospects en klanten. Uit onderzoek blijkt dat het merendeel van de dealers niet in staat is om te voldoen aan de wensen van hun klanten. De Lijn ondersteunt dealers bij de inrichting van een proactieve, klantgerichte marktwerking.

“Gerichte doelgroepbenadering is essentieel om concurrerend te kunnen blijven.”

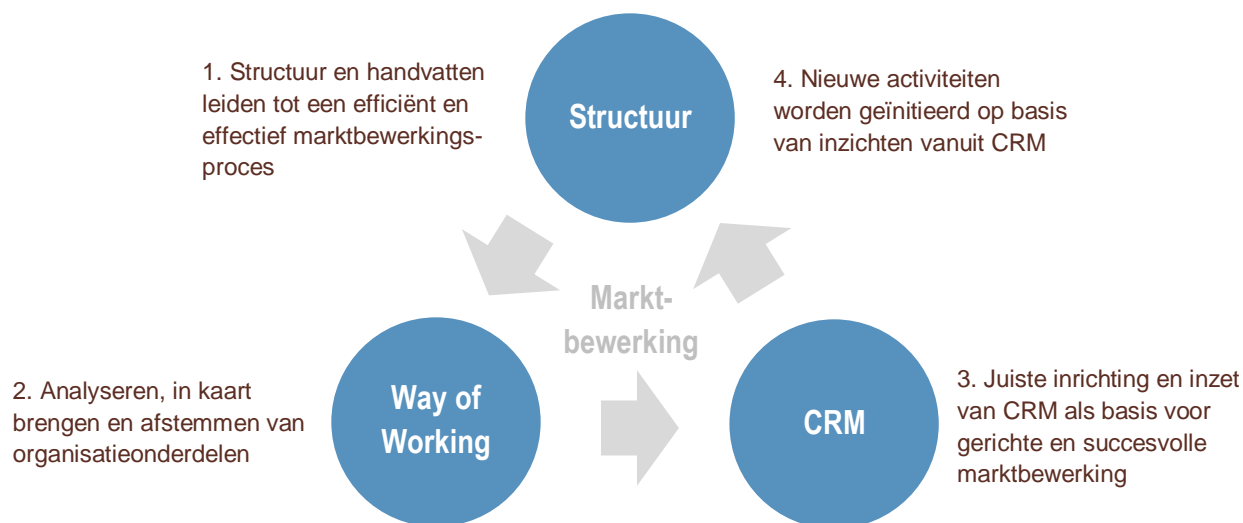
De dealer zal af moeten stappen van de reactieve verkoopstrategie en over moeten stappen op een proactieve klantbenadering. De volgende zaken zijn voor de dealer hierbij essentieel:

- Onderbouwde segmentatie;
- Een klantgerichte opstelling;
- Inspanningsverplichting bij de verkopers;
- Managementinformatie als basis voor goed management.

## Werkwijze van De Lijn

Wij brengen samen met u structuur en handvatten in de organisatie. Onze filosofie is dat een juiste marktwerking essentieel is om het business model rendabel te houden. De lijn heeft reeds jaren ervaring in het ondersteunen van partners bij het invoeren van, wat wij noemen, “financiële marketing”.

Een continue proces zorgt voor een steeds scherpere focus op professionalisering van de organisatie:



## Voor wie is het bedoeld?

De dienstverlening van De Lijn biedt een meerwaarde voor importeurs en dealers door optimalisatie in de inrichting van de dealermarktwerking, waardoor:

- Inspanningen van importeurs voor globale merkbeleving, worden versterkt op lokaal niveau;
- Dealers hogere volumes halen, tegen een beter rendement.

## Welke resultaten biedt het u:

- Efficiënte en effectieve inrichting van de marktwerking;
- Onderscheid van kansrijke segmenten;
- Gerichte en gestructureerde inzet van CRM;
- Verduidelijkte rolverdeling en verwachtingen voor alle partijen.