



DAS AUTOHAUS De Groot

Dealernetwerk voor universeel autobedrijf

Das Autohaus is een nieuw concept dat zich in eerste instantie richt op ex-dealers. Het wil niet de zoveelste werkplaatsformule zijn en presenteert zich daarom als heus dealernetwerk. De formule werd, een beetje onder de radar, begin dit jaar geïntroduceerd.

Tekst Jos Veldhuisen

Bijna 40 procent van het rijdend wagenpark in ons land bestaat uit merken van Duitse makelij. Bij de VAG-portfolio gaat het om ongeveer 1.674.000 personenauto's. Die Duitse merken tezamen zijn alleen al goed voor naar schatting ruim 3 miljoen apk's. Het is kortom een aanzienlijke vijver voor bijvoorbeeld aftersalesomzet. Het is ook hierop dat Das Autohaus Nederland in eerste instantie zijn pijlen heeft gericht. Daarnaast staat de formule een multimerkenaanpak voor, zeker in de werkplaats.

DEALERNETWERK

De oprichters van Das Autohaus Nederland positioneren het concept als een nieuw onafhankelijk dealernetwerk voor landelijke samenwerking tussen ex-dealers, merkspecialisten ten aanzien sales, aftersales, OEM-onderdelen en financiële diensten (leasing en financiering). De naam werd bedacht door de marketeers van Fource, maar hebben daar geen claim op gelegd. Ook nemen zij verder geen deel in het concept. Wel zorgt de onderdelendistributeur voor de beschikbaarheid van onderdelen. Voor een dealernetwerk is de klantpropositie

van essentieel belang. Herkenning en merkbeleving zijn key. Das Autohaus Nederland richt haar pijlen op commerciële samenwerking tussen mobiliteitsondernemers met als doelstelling, de lokale consument van prospect tot vaste klant verbinden aan de Das Autohaus partners. Behalve de particuliere consument wordt de lokale fleetowner niet vergeten. Tenslotte zijn bedrijfswagens een belangrijk segment voor Das Autohaus dealers gezien de rendementsbijdragen en klantenbinding.

LOKALE MARKT

De doelstelling van het nieuwe dealernetwerk is om ex-merkdealers nadrukkelijk te ondersteunen middels een uitgebalanceerd marketingprogramma in hun positie op de lokale markt. Ze hebben vaak jaren geïnvesteerd in de regio en zouden na opzegging van

hun dealercontract de kans lopen een deel van hun klanten kwijt te raken. Omdat deze vaak middelgrote dealers in belangrijke mate op de aftersales steunen, biedt deelname aan Das Autohaus hen een grotere kans op een succesvolle voortzetting van hun onderneming dan wanneer zij zelfstandig verder zouden gaan, of zich zouden aansluiten bij een van de bestaande concepten. Overigens zijn technische competenties en kennis van de nieuwste technieken onontbeerlijk in de hedendaagse aftersales. Om ervoor te zorgen dat de deelnemers ook die auto's aankunnen, organiseert Das Autohaus onder meer trainingen voor het werken met pass thru en aan elektrische auto's. Das Autohaus staat uiteraard open voor alle universele autobedrijven die bereid zijn in een dealerstructuur te werken. ◀

Eerste Autohaus in Meerkerk

Sjef ten Berge van Autohaus Nederland is actief bezig om nieuwe deelnemers te werven. De Groot Mobiliteit uit Meerkerk was in januari het eerste autobedrijf dat hij als Autohaus mocht aansluiten bij het netwerk. Van 1986 tot 2016 was De Groot de Seat-dealer in de regio, van 2017 tot en met 2019 servicepartner voor Volkswagen, Seat, Skoda en Volkswagen Bedrijfswagens.