

VERKOOP JIJ STRAKS SKISPULLEN?

Toen ik nog in de motorzaak op de kleding- en onderdelenafdelingen werkte, opperde eens iemand om ook skispullen te gaan verkopen in de zaak. Immers: skiën doe je in de winter, motorrijden doe je in de zomer, dus het zou elkaar mooi aanvullen. Nog even afgezien van het feit dat ik toen in mijn jeugdig enthousiasme nog het hele jaar door reed, en dus niet zoveel had met 'zomerrijders', had ik helemaal niks met skiën en vond ik het dus een ronduit slecht idee. Maar dat was vroeger, toen ik de luxe had om als werknemer zo'n idee gewoon stom te vinden. Alhoewel ik me natuurlijk volledig inzetten, was het niet mijn bedrijf. En had ik toen niet de verantwoordelijkheid om voldoende omzet te maken om salarissen te betalen. Nu, als ondernemer, snap ik de gedachtegang. Alhoewel ik ook voorstander ben van focus: mensen moeten weten welk probleem je oplost, anders weten ze je niet te vinden. Ik vermoed dat dit ook de reden is geweest dat het niet door is gegaan.

We staan in de autobranche nu op een punt waarop er wel eens heel veel zou kunnen gaan veranderen. Dat we van een auto- naar een mobiliteitsbranche gaan. Dat we niet alleen maar auto's, maar juist vervoer verkopen. Dat klanten niet vragen om een auto waar ze alles mee kunnen, maar om een oplossing waar ze alles mee kunnen. En ik merk om me heen dat er mensen zijn die zich net zo voelen als ik destijds met die skispullen: 'Ik wil dit niet, dit is niks voor mij'.

Je hebt als ondernemer een doel voor ogen: een focus waar je je op richt en helemaal voor gaat. Op die manier bouw je aan je bedrijf en weet je of je de goede kant op gaat. Je hebt een visie en een missie. En wat nou als dat 'de meest klantvriendelijke autodealer in de regio zijn'

is? Past daar dan het aanbieden van een high-speed elektrische fiets bij omdat de klant alleen een auto wil hebben (of zelfs huren) om mee op vakantie te gaan? In mijn optiek zal je uiteindelijk weinig anders kunnen. Merken als BMW zetten volledig in op mobiliteitsdiensten. Die visie, dat plaatje dat je voor ogen hebt, moet passen in de realiteit. Je kunt niet, letterlijk en figuurlijk, wegstijgen. De vraag is hoe je jouw ideale wereld passend maakt bij de werkelijke wereld. Hoe vaak denk je daar over na?

Want laten we eens kijken naar die meest klantvriendelijke autodealer. Is het niet heel klantvriendelijk als hij luistert naar zijn klant en dus een combinatie van auto huren, high-speed elektrische fietsen en een ov-chipkaart aanbiedt? Maar is hij dan nog wel een autodealer? In veel mindere mate natuurlijk. Dat verschuift naar mobiliteitsdealer. Dat is een breder spectrum. Zonder dat je daarmee direct de focus verliest – mensen komen nog steeds bij je omdat ze van A naar B willen en wel zo plezierig mogelijk.

Nieuwe mobiliteit gaat zich in veel facetten voordoen in de komende jaren. Zet dus een sterke visie neer die daar rekening mee houdt. Vraag eens hoe de klant zich nog meer verplaatst dan met de auto. In dat geval is er altijd een passende oplossing en hoeft je geen rare fratsen uit te halen zoals ski's verkopen in een motorzaak...



Column

ELSKE VAN DE FLIERT

Elske van de Fliert van Zero-e helpt bedrijven met groener, schoner en slimmer rijden. Dat varieert van het berekenen van de kosten en CO₂-emissies van complete wagenparken tot advies over rijden op groengas en elektriciteit. Ook denkt ze mee over praktische zaken zoals het implementeren van veiligheidsrichtlijnen voor werkplaatsen die willen werken aan EV's en groengasvoertuigen.