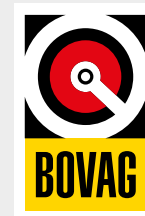




RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Inhoud

Voorwoord	3	Fiat	14	Nissan	24	Volvo	34
Samenvatting	4	Ford	15	Opel	25	Alle merken	35
Rangorde waarderingscijfers 2020	7	Honda	16	Peugeot	26	Rangorde waarderingscijfers 2018 t/m 2020	36
Verschil 2020 t.o.v. 2019	7	Hyundai	17	Renault/Dacia	27	Respons	37
Alfa Romeo	8	Jaguar/Land Rover	18	SEAT	28	Ontwikkeling standards sales	38
Audi	9	Jeep	19	Škoda	29	Ontwikkeling standards aftersales	38
BMW/MINI	10	KIA	20	Subaru	30	Stellingenlijst RODI Personenauto's	39
Citroën	11	Mazda	21	Suzuki	31	RODI Passenger Cars – List of Assertions	40
Daihatsu	12	Mercedes-Benz/smart	22	Toyota	32		
DS	13	Mitsubishi	23	Volkswagen	33		

Verschil in rapportcijferpunten

Bij ieder merk in deze publicatie vindt u een overzicht van de verschillen in rapportcijferpunten. Deze betreffen het rekenkundige verschil tussen de waarderingscijfers van 2020 en 2019. Dit kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie.

Percentages opgeteld

Percentages hoeven door afrondingsverschillen niet altijd op te tellen tot exact 100 procent.

Colofon

Uitgave

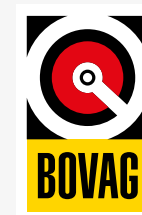
BOVAG Autodealers

Onderzoek

BOVAG Onderzoek

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Voorwoord

We hebben een historisch jaar achter de rug en dat zien we ook terug in dit jaarlijkse Relatie Onderzoek Dealer Importeur. De coronacrisis heeft de relatie tussen dealers en hun importeurs flink op de proef gesteld. De verkoopaantallen van nieuwe auto's kelderden maar liefst 20 procent, oftewel in absolute aantallen een ongekende daling van 90.000 stuks ten opzichte van 2019. In het voorjaar van 2020 brak het coronavirus in volle hevigheid uit en dat stelde het dealerbedrijf plotseling voor grote uitdagingen. Geen klanten meer in de showroom, bestelde auto's die niet geleverd konden worden, de zakelijke markt die de hand op de knip hield, massaal thuiswerken en dus minder kilometers, daardoor minder aanbod voor de werkplaats en vervolgens een run op occasions door de behoefte aan individueel vervoer. Het was een regelrechte achtbaan.

Het doet me dan ook deugd om te zien dat er in de keten in veel gevallen goed is geanticipeerd en samen-gewerkt. Het was voor de meeste importeurs en dealers direct duidelijk dat we allemaal in hetzelfde schuitje zitten en dat we alleen door samen te werken en met oog voor eenieders belang en situatie het hoofd boven water kunnen houden. Net als in voorgaande jaren heeft de importeur van BMW en MINI geëtaleerd een goede partner te zijn. De algemene waardering van hun dealers steeg ten opzichte van 2019 met 0,7 punt tot een bijna perfecte

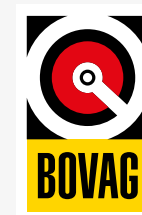
score van 9,2. Ook Pon, Volvo, Mercedes-Benz, Nissan, Mazda en Renault/Dacia hebben in het afgelopen coronajaar hun beste beentje voorgezet. Chapeau voor de importeurs die hun verantwoordelijkheid hebben genomen en samen met de dealers de schouders eronder zetten om deze ongeëvenaarde crisis het hoofd te bieden.

Helaas constateren we echter ook een ander uiterste. De importeur van Citroën, Peugeot en tegenwoordig ook Opel scoort voor alle merken een hele dikke onvoldoende en helaas kunnen we niet van een incident spreken. Ook de Fiat-importeur wordt haast traditiegetrouw met een extreem laag cijfer beoordeeld door de eigen dealers. Ik adviseer deze organisaties met klem om eens een voorbeeld te nemen aan andere importeurs en om te investeren in een betere relatie met hun netwerk. Het staat buiten kijf dat dit op termijn ook resulteert in betere financiële resultaten voor alle partijen.

Bert de Kroon, voorzitter BOVAG Autodealers

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Samenvatting

Uitgangspunten

Alweer voor de 34ste maal voert BOVAG het Relatie Onderzoek Dealer Importeur (RODI) uit. Het RODI-onderzoek is gehouden van december 2020 tot en met eind januari 2021. De autodealers/contractpartners konden via een digitale vragenlijst 50 stellingen, twee vragen over standards en een rapportcijfervraag beantwoorden. Nieuw dit jaar was een stelling over de tevredenheid over de maatregelen die de importeur nam aangaande corona. Verder is de wijze van uitsturen en invullen verbeterd ten opzichte van eerdere jaren, met name voor multi-merk-dealers. Men ontving slechts één vragenlijst waar voor meerdere merken tegelijk vergeleken en ingevuld kon worden.

In totaal zijn er 995 contracthouders benaderd, voor in totaal 2.267 contracten met de importeurs. Met dien verstande dat voor de merken BMW/MINI, Mercedes-Benz/smart en Renault/Dacia de contracten zijn samengenomen en Lexus dit jaar niet aangeschreven is. Het totaal is uitgekomen op 2.158 aangeschreven contracten. Als contract wordt in deze gezien de fysieke locatie, ofwel de vestiging, waarop het betreffende merk vertegenwoordigd wordt. Op een fysieke locatie kunnen verschillende merkcontracten vertegenwoordigd zijn. Een contracthouder kan meerdere merkcontracten van verschillende merken vertegenwoordigen, op verschillende vestigingen. Van de 328 respondenten (met vaak meerdere merkcontracten, voor één of meer vestigingen) is de vragenlijst volledig ingevuld retour gekomen, voor in totaal 1.124 vestigingen. De steeds verdergaande concentratie in het dealerlandschap vertaalt zich voor de RODI er in dat elke respondent voor gemiddeld 3,4 vestigingen de enquête heeft ingevuld. Tevens is er wederom, op aangeven van de dealerverenigingen, voor gekozen om de erkend reparateurs die geen directe relatie hebben met de importeur, buiten de beschouwing van het onderzoek te laten. Op een totaal van 2.158 contracten komt het responspercentage uit op 52,1 procent. Het responspercentage is daarmee wat lager dan in 2019 en 2018 (beide jaren net boven de 57%). Het responspercentage staat hiermee garant voor een representatief beeld.

In totaal zijn 27 merkorganisaties opgenomen in dit rapport, twee meer dan vorig jaar. U vindt van elk merk een apart overzicht inclusief een kernanalyse. Vervolgens zijn er verschillende totaaloverzichten opgenomen. De resultaten van de merken Alfa Romeo, Daihatsu (alleen voor aftersales), DS en Jeep zijn indicatief. Zij staan wel vermeld in het rapport, maar krijgen geen algemeen waarderingscijfer en staan daardoor niet in de rangorde.

* In kwantitatief onderzoek wordt doorgaans een nauwkeurigheidsmarge (NM) gebruikt tussen de 5 en 10%. De nauwkeurigheidsmarge geeft het percentage aan waarmee het gerapporteerde cijfer naar boven of beneden zou kunnen afwijken. Hoe kleiner de NM, hoe nauwkeuriger de uitkomsten zijn.

Responscriteria

Merken worden alleen opgenomen in de rapportage als de respons aan de volgende criteria voldoet:

- Indien een merk tenminste 25 respondenten (n=25) of meer heeft, dan worden de resultaten als representatief beschouwd en wordt het merk opgenomen in de rapportage.

Heeft een merk minder dan 25 respondenten dan gelden de volgende regels:

- Merken met een totaal aantal vestigingen van 31 of meer: 15 t/m 24 respondenten, opgenomen als indicatief in de rapportage. 14 of minder respondenten: niet opgenomen.
- Merken met een totaal aantal vestigingen van 30 of minder: minimaal 80% respons, opgenomen als representatief. Merken met 50%-80% respons worden opgenomen als indicatief. Merken met minder dan 50% respons worden niet opgenomen.

Door deze criteria toe te passen komt de totale (merk-gewogen) gemiddelde nauwkeurigheidsmarge uit op 9,5%*.

Resultaten algemeen

Het algemene waarderingscijfer is in 2020, vergeleken met het RODI 2019, met 0,1 punt gestegen en komt uit op een 6,6. Door corona en de zeer terugvallende nieuwverkopen, mag dit als een positieve uitkomst beschouwd worden. Dat blijkt ook uit de dit jaar nieuw toegevoegde stelling 50, waarin gemiddeld de dealers hun importeurs een 6,4 geven voor de maatregelen die de importeur nam aangaande corona. Dit is ook positief in het licht van het overall stellinggemiddelde dat 'slechts' een 5,9 is. BMW/MINI scoort hier bijna het maximale op (9,7), terwijl ook alle Volkswagen-concern merken, Mercedes-Benz/smart, Mazda en Volvo blijkaar gunstig meebewogen met hun dealers en kregen allen een (zeer) goed rapportcijfer op dit punt. Een voorbeeld van zo'n maatregel is dat de omgang met de betalingsregeling voor showroomauto's en demo's gemiddeld in waardering steeg (zie bij de 'Meest bemoedigende ontwikkelingen').

De drie stellingen met de hoogste rapportcijfers over alle merken:

	2020	2019
1. Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	7,9	7,8
2. Advisering via buitendienst sales (33)	7,0	7,0
3. Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	6,9	6,7

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Samenvatting

De drie onderwerpen met het hoogste rapportcijfer zijn evenals twee eerdere jaren hetzelfde. De stelling: 'Staat van nieuwe auto's bij aflevering (25)' is net als in voorgaande jaren het hoogst gewaardeerd. Het rapportcijfer voor deze stelling is met 0,1 punt toegenomen ten opzichte van 2019 (toen ook alweer 0,1 punt hoger dan in 2018).

Op de tweede plek staat met onveranderde score de 'Advisering via buitendienst met betrekking tot sales (33)'.

De 'Bestelprocedure nieuwe auto's (26)' staat op de derde plaats en is in rapportcijfer met 0,2 punt gestegen.

Top drie verbeterpunten:

	2020	2019
1. Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	4,8	5,1
2. Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	4,8	5,1
3. Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7)	4,8	5,3

Waar vorig jaar de focus lag op problemen met marges/bonussen, zit 't hem nu vooral in de ondersteuning op een aantal specifieke gebieden. Hierin zijn natuurlijk vooral de perikelen vanwege corona, een belangrijke oorzaak.

De meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van vorig jaar zijn:

	Vershil in waarderingscijfer:**
• Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+0,6
• Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	+0,4
• Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	+0,4

De importeurs blijken gemiddeld (ongeacht de situatie van individuele merken) te hebben 'meegeveerd' met de contractpartners op gebied van de financiering van bedrijfsvoorraad, showroomauto's en demo's. Dat was ook wel nodig, in wederzijds belang, in een markt die op bepaalde momenten in 2020 vrijwel helemaal stil kwam te liggen.

De grootste achteruitgang in waardering zien we bij onderstaande punten:

	Vershil in waarderingscijfer:**
• Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	-0,5
• Gebruikte wagen-programma (31)	-0,4
• Invoering en onderhoud datacommunicatie en automatisering (7)	-0,4

Ook hier is de focus verschoven van marges/bonussen/winstmogelijkheden in 2019 naar andere zaken in 2020.

Opvallend daarbij is dat de mening over het gebruikte wagen-programma gemiddeld zo gedaald is. Op dit thema lagen extra marktkansen in het afgelopen jaar mede door de toegenomen vraag naar individueel vervoer door corona. De verkoop van met name jong gebruikt kwam onder druk door onvoldoende aanvoer (inruil) vanwege terugvallen de verkoop nieuw. Ook de import van jonge auto's, belangrijk voor een aantrekkelijk gebruikte wagen-aanbod, lag natuurlijk een tijd nagenoeg stil door de sluiting en traag weer opstarten van RDW-stations in het voorjaar en het gesloten zijn van een aantal landsgrenzen. In totaal krijgen 25 van de 49 stellingen (50 met de nieuwe corona-vraag) in 2020 een lagere waardering dan in 2019. Daarnaast zijn er 19 stellingen die juist hoger scoren en 5 stellingen die gelijk scoren vergeleken met vorig jaar.

Standards

Ieder jaar wordt in het RODI gevraagd of de sales en de aftersales standards zijn verzwaard, versoepeld of gelijk zijn gebleven. Dit wordt altijd vergeleken met het voorgaande jaar (zie overzichten Ontwikkeling standards sales en aftersales). Volgens 26 procent van de dealers zijn de sales standards in 2019 verzwaard, wat maar liefst 8 procent-punten lager is dan vorig jaar. Daarentegen geeft 10 procent aan dat ze zijn versoepeld (was een jaar eerder slechts 2%). In die groep vallen er twee op: Mercedes-Benz/smart, dat met 49 procent aangeeft een versoepeling te ervaren en bij Mitsubishi zelfs 63 procent. Voor de meerderheid van 64 procent zijn ze gelijk gebleven.

De aftersales standards zijn volgens 22 procent van de dealers verzwaard. Volgens 74 procent van de dealers zijn de aftersales standards gelijk gebleven en 4 procent geeft aan dat ze zijn versoepeld. De merken, waarvan het grootste percentage dealers aangeeft dat de aftersales standards zijn verzwaard, betreffen vooral merken van het PSA-concern (Opel 81% verzwaard, DS 60% Peugeot 45% en Citroën 32%), met daarnaast Honda die er met 60 procent tussenin staat.

** Betreft het rekenkundige verschil tussen de waarderingscijfers (van 2020 en 2019), wat kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie.

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Samenvatting

Resultaten merken

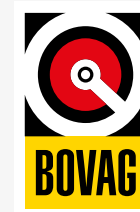
Er zijn 23 merken opgenomen in de rapportcijfer rangorde. Alfa Romeo, Daihatsu, DS en Jeep zijn niet opgenomen in de rangorde in verband met een te lage respons. Dacia en Renault zijn dit jaar samengevoegd in de resultaten en in de ranglijst. De top 3 in de rangorde bestaat dit jaar uit dezelfde merken als in 2019 en 2018. BMW/MINI noteert dit jaar een 9,2 (+0,7 punt) en heeft daarmee het hoogste waarderingscijfer. Het merk neemt hiermee verder afstand van de andere merken. De tweede positie is dit jaar voor Volkswagen (een plus van 0,8 punt met een 8,9), net voor Audi (8,6) dat als derde eindigt. De grootste sprong voorwaarts is gemaakt door Volvo (+1,4 punt, met een 8,0), direct gevolgd door Nissan (+1,3, met een 6,8). Het rapportcijfer van Mercedes-Benz steeg met 0,8 punt van een 7,1 naar een 7,9 en zet daarmee de stijgende trend voort van vorig jaar. BMW/MINI, Skoda en Renault/Dacia volgen met een nette vooruitgang van 0,7 punt en behouden of verbeteren hun posities. Hyundai weet de sprongen voorwaarts van de afgelopen jaren niet vast te houden en noteert juist de grootste achteruitgang in rapportcijfer, met een min van 1,6 punt naar een 5,5 (was 7,1). Ook Citroën daalt aanzienlijk met min 1,6 punt, naar een 3,7. Andere merken die opvallen zijn Opel (-0,9 punt naar een 4,4), Suzuki (-0,5 met een 6,5) en Toyota (-0,4 met cijfer 6,7).

Citroën krijgt de laagste waardering dit jaar gevolgd door Fiat met een 3,8, dat dezelfde positie behoudt, maar wel 0,2 punt in rapportcijfer verbetering laat zien. Opel zet als derde van de grootste onvoldoendes een 4,4 neer en daalt daarmee in twee jaar tijd maar liefst 2,3 punt, met destijds nog een ruim voldoende (6,7 in 2018). De andere onvoldoendes (lager dan een 6,0) zijn: Peugeot (4,6), Jaguar/Land Rover (5,3), Hyundai (5,5) en Subaru (5,9).

Bovenstaande is slechts een selectie van de gegevens in dit rapport. Voor meer detail van de individuele merken leveren met name de scores per stelling en de uitkomsten over de standards interessante extra inzichten op.

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Merk	Cijfer	Positie
BMW/MINI	9,2	1
Volkswagen	8,9	2
Audi	8,6	3
ŠKODA	8,6	3
Volvo	8,1	5
Mercedes-Benz/smart	7,9	6
SEAT	7,9	6
KIA	7,2	8
Mazda	7,1	9
Nissan	6,8	10
Toyota	6,7	11
Renault/Dacia	6,6	12
Ford	6,5	13
Suzuki	6,5	13
Mitsubishi	6,2	15
Subaru	5,9	16
Hyundai	5,5	17
Jaguar/Land Rover	5,3	18
Honda	4,6	19
Peugeot	4,5	20
Opel	4,4	21
Fiat	3,8	22
Citroën	3,7	23
Alle merken	6.6	

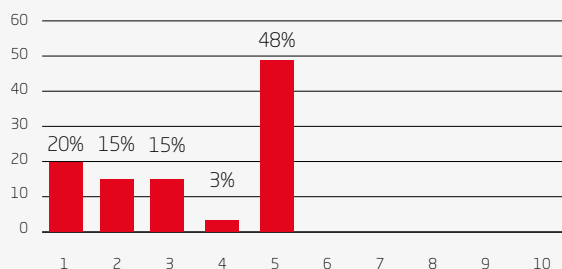
Bij een gelijke positie scoort eerstgenoemde in de ranglijst hoger op decimalen.

Merk	Vershil
Volvo	1,4
Nissan	1,3
Volkswagen	0,8
Mercedes-Benz/smart	0,8
BMW/MINI	0,7
ŠKODA	0,7
Renault/Dacia	0,7
Audi	0,5
Mitsubishi	0,5
KIA	0,4
Ford	0,2
Fiat	0,1
Subaru	0,1
Jaguar/Land Rover	0
Mazda	0
SEAT	0
Peugeot	-0,1
Toyota	-0,4
Suzuki	-0,5
Opel	-0,9
Honda	-1,2
Citroën	-1,5
Hyundai	-1,6

Alfa Romeo*

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Reclame verkoopondersteuning (18)
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

Geen

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

Geen

-5,1

-4,5

-4,2

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



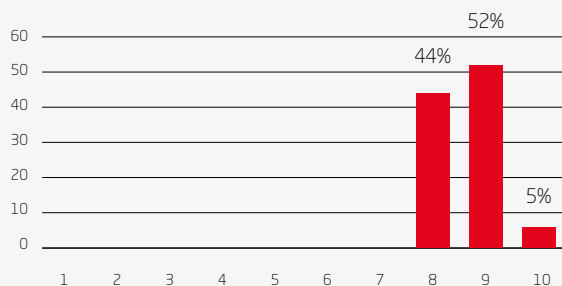
7,3	Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	4,2	Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	2,9	Kosten technische opleidingen/trainingen (36)
5,6	Uurtarief pakketprijzen (42)	4,1	Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	2,8	Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)
5,3	Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	4,1	Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	2,6	Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)
5,1	Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	3,9	Levertijd onderdelen (38)	2,6	Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)
5,1	Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)	3,8	Gebruikte wagen-programma (31)	2,5	Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)
5,0	Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	3,7	Ondersteuning aftersales marktwerking (34)	2,5	Omgang resultaten CSI-meting (10)
4,8	Uurtarief garantiwerkzaamheden (43)	3,7	Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	2,4	Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
4,8	Technische ondersteuning (35)	3,6	Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	2,4	Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7)
4,6	Advisering via buitendienst sales (33)	3,4	Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	2,1	Winstmogelijkheden langere termijn (11)
4,6	Advisering via buitendienst aftersales (49)	3,1	Uitvoering van CSI-meting (9)	2,0	Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)
4,5	Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	3,1	Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)	1,9	Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
4,5	Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	3,1	Verdeling kosten reclame/marketing (19)	1,9	Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
4,5	Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	3,1	Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	1,9	Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
4,4	Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)	3,0	Maatregelen importeur aangaande corona (50)	1,8	Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
4,4	Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41)	3,0	Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	1,6	Inbreng bij beslissingen (1)
4,4	Coulance na de garantieperiode (47)	3,0	Omgang non-conformiteitsclaims klanten (12)	1,5	Reclame verkoopondersteuning (18)
4,2	Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	3,0	Advisering financiële bedrijfsvoering (5)		

Audi

8,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

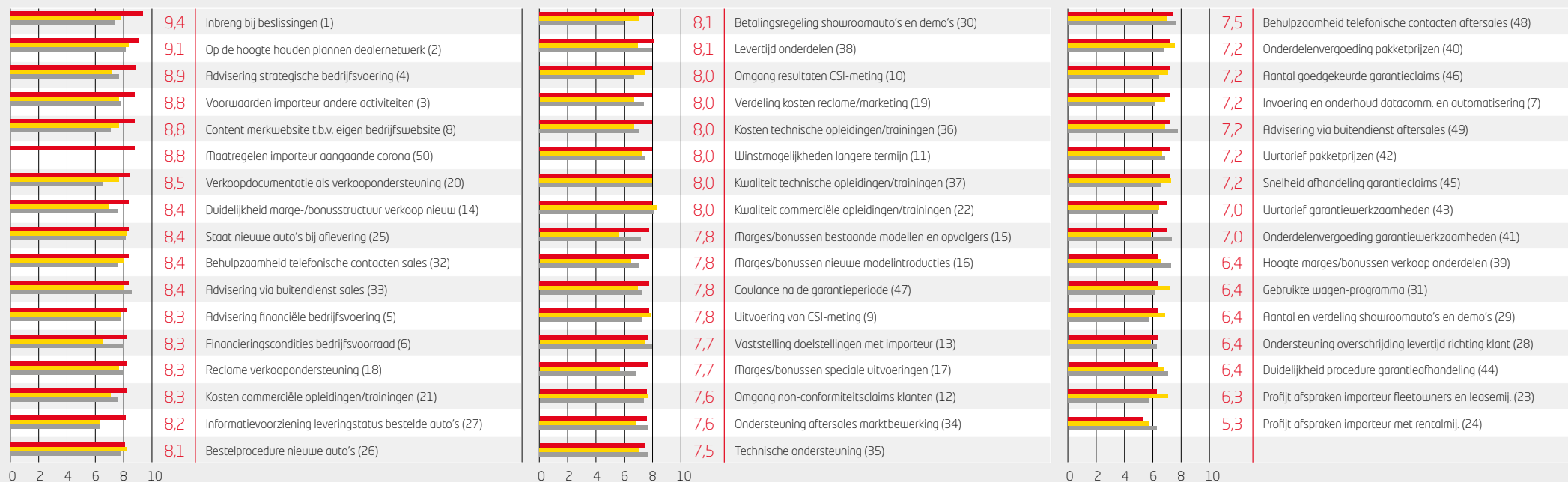
- +3,9 - Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)
- +3,4 - Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
- +2,9 - Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

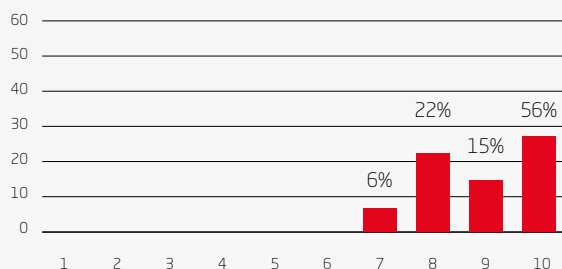
- 0,8 - Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)
- 0,8 - Gebruikte wagen-programma (31)
- 0,5 - Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)



2020 2019 2018

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

9,2

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) +4,4
- Omgang resultaten CSI-meting (10) +4,1
- Uitvoering van CSI-meting (9) +4,0

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

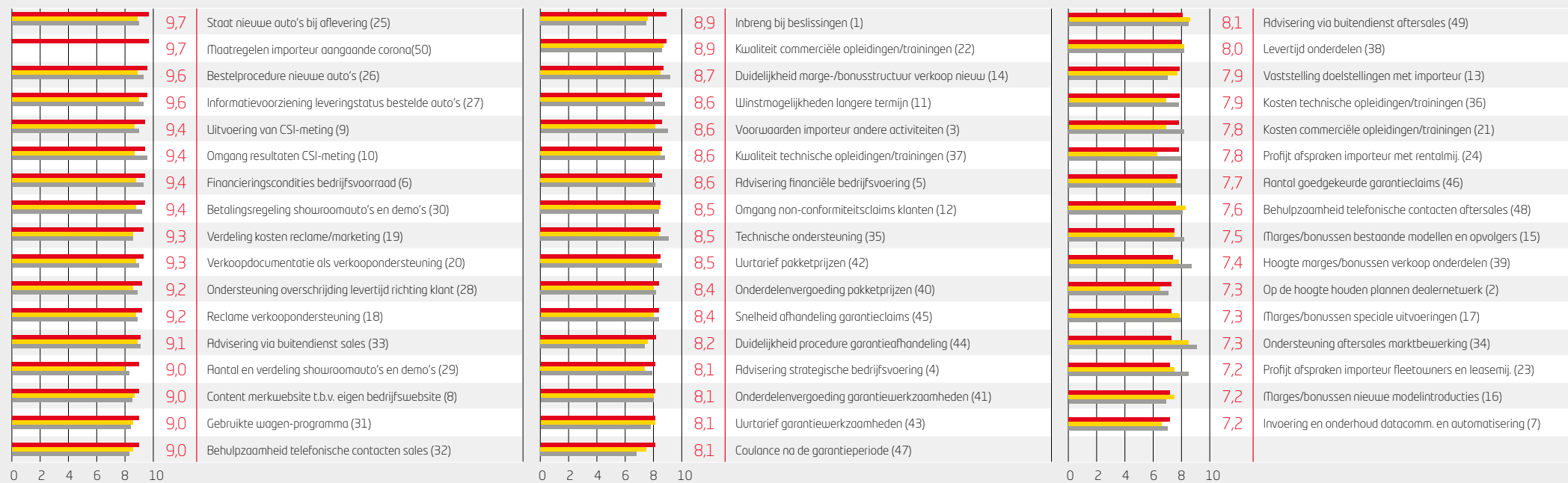
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24) +1,5
- Inbreng bij beslissingen (1) +1,3
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +1,2

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Ondersteuning aftersales marktwerking (34) -1,2
- Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48) -0,7
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17) -0,6

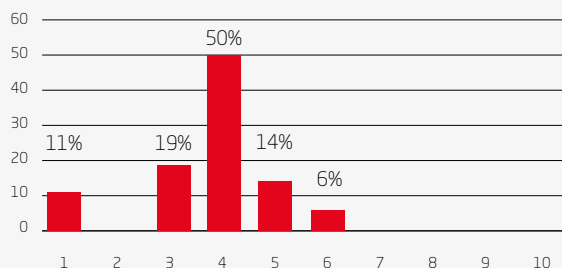


Citroën

3,7

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

3,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Uurtarief pakketprijzen (42)
- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

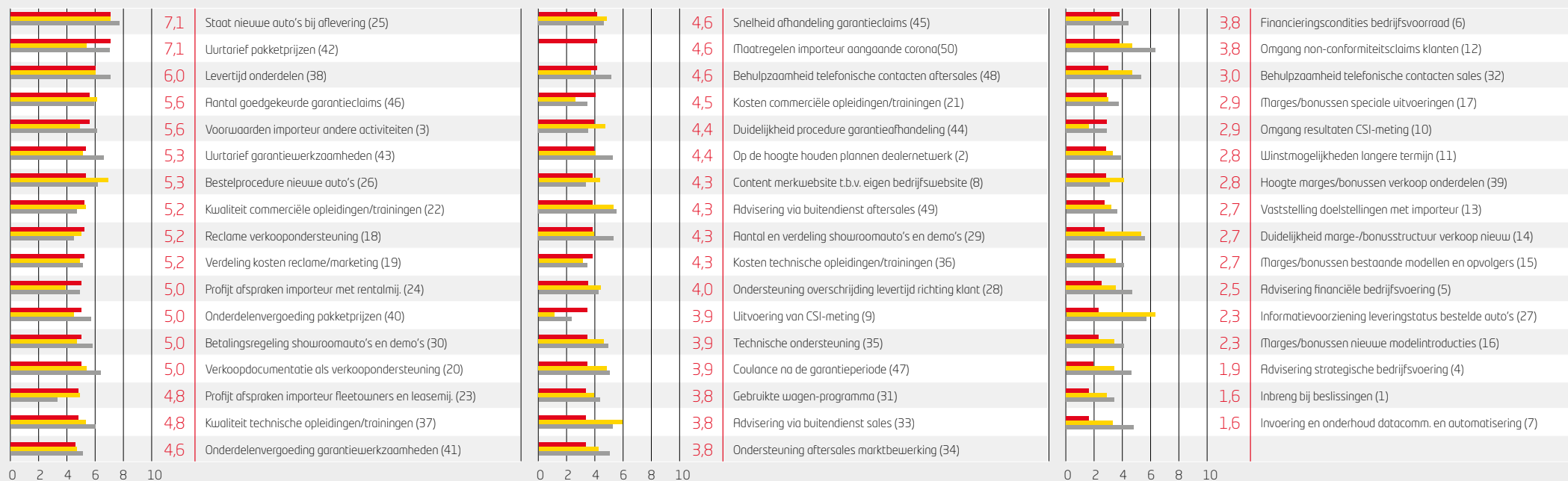
- Inbreng bij beslissingen (1)
- Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)
- Advisering strategische bedrijfsvoering (4)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- +0,4 - Uitvoering van CSI-meting (9)
- +0,2 - Uurtarief pakketprijzen (42)
- +1,4 - Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

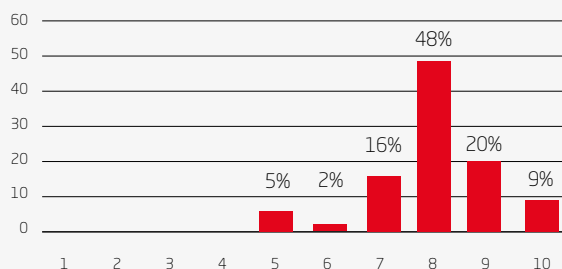
- 3,9 - Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)
- 3,6 - Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
- 3,6 - Advisering via buitendienst sales (33)
- 4,0 - Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
- 2,5 - Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)



2020 2019 2018

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief. En de rapportage betreft uitsluitend de aftersales stellingen.

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) +2,7
- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3) +2,5
- Inbreng bij beslissingen (1) +2,4

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

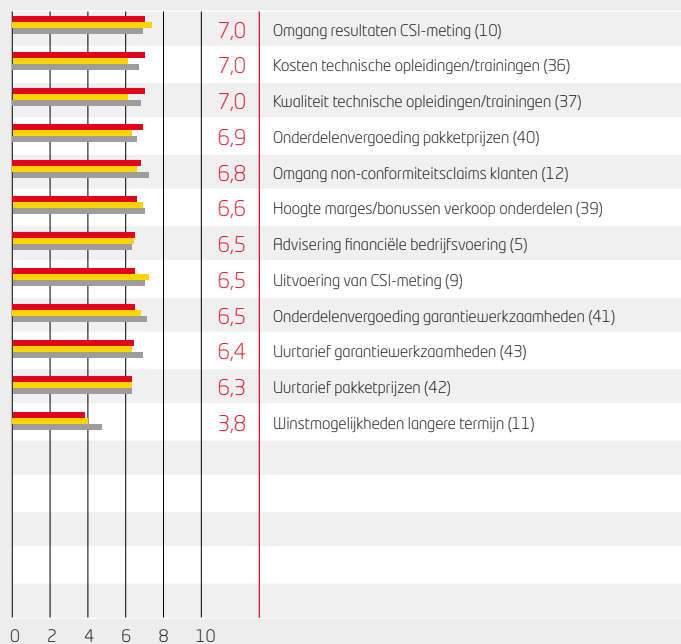
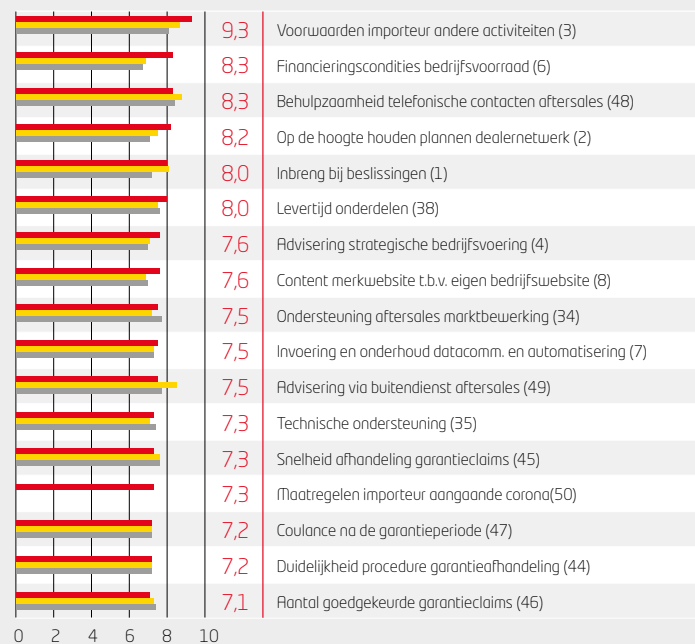
- Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6) +1,4
- Kosten technische opleidingen/trainingen (36) +0,9
- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37) +0,9

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -1,5
- Uurtarief pakketprijzen (42) -0,4

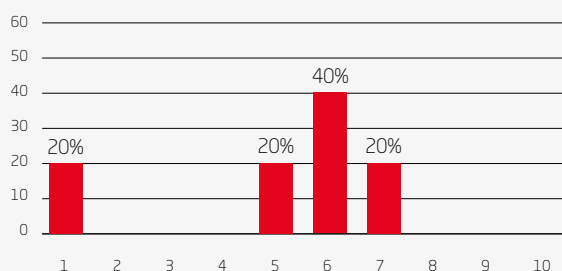
Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Advisering via buitendienst aftersales (49) -1,0
- Uitvoering van CSI-meting (9) -0,7
- Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48) -0,5



Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Uurtarief pakketprijzen (42) +1,1
- Levertijd onderdelen (38) +0,5
- Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41) +0,4

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

Geen

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Omgang non-conformiteitsclaims klanten (12) -3,6
- Technische ondersteuning (35) -3,5
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -3,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

Geen

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



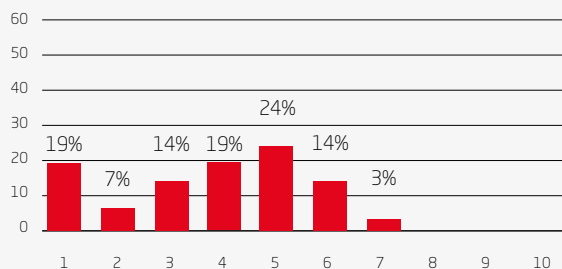
7,8	Uurtarief pakketprijzen (42)	4,6	Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	3,3	Inbreng bij beslissingen (1)
6,9	Levertijd onderdelen (38)	4,6	Verdeling kosten reclame/marketing (19)	3,3	Uitvoering van CSI-meting (9)
6,4	Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	4,6	Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	3,3	Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)
6,4	Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	4,6	Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	3,3	Maatregelen importeur aangaande corona (50)
6,4	Uurtarief garantiwerkzaamheden (43)	4,6	Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	2,8	Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
6,0	Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	4,6	Snelheid afhandeling garanticlaims (45)	2,8	Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
6,0	Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)	4,4	Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	2,8	Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)
6,0	Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41)	4,2	Advisering financiële bedrijfsvoering (5)	2,8	Marges/bonussen nieuwe modelintroductions (16)
6,0	Aantal goedgekeurde garanticlaims (46)	4,2	Profijt afspraken importeur met rental (24)	2,8	Ondersteuning aftersales marktwerking (34)
5,5	Advisering via buitendienst sales (33)	4,2	Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	2,8	Technische ondersteuning (35)
5,5	Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	4,2	Gebruikte wagen-programma (31)	2,4	Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7)
5,1	Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	3,7	Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	2,4	Omgang resultaten CSI-meting (10)
5,1	Reclame verkoopondersteuning (18)	3,7	Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	2,4	Winstmogelijkheden langere termijn (11)
5,1	Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	3,7	Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	2,4	Omgang non-conformiteitsclaims klanten (12)
5,1	Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	3,7	Coulance na de garantielperiode (47)	2,4	Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
5,1	Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	3,7	Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)	2,1	Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
5,1	Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	3,7	Advisering via buitendienst aftersales (49)		

Fiat

3,8

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

3,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

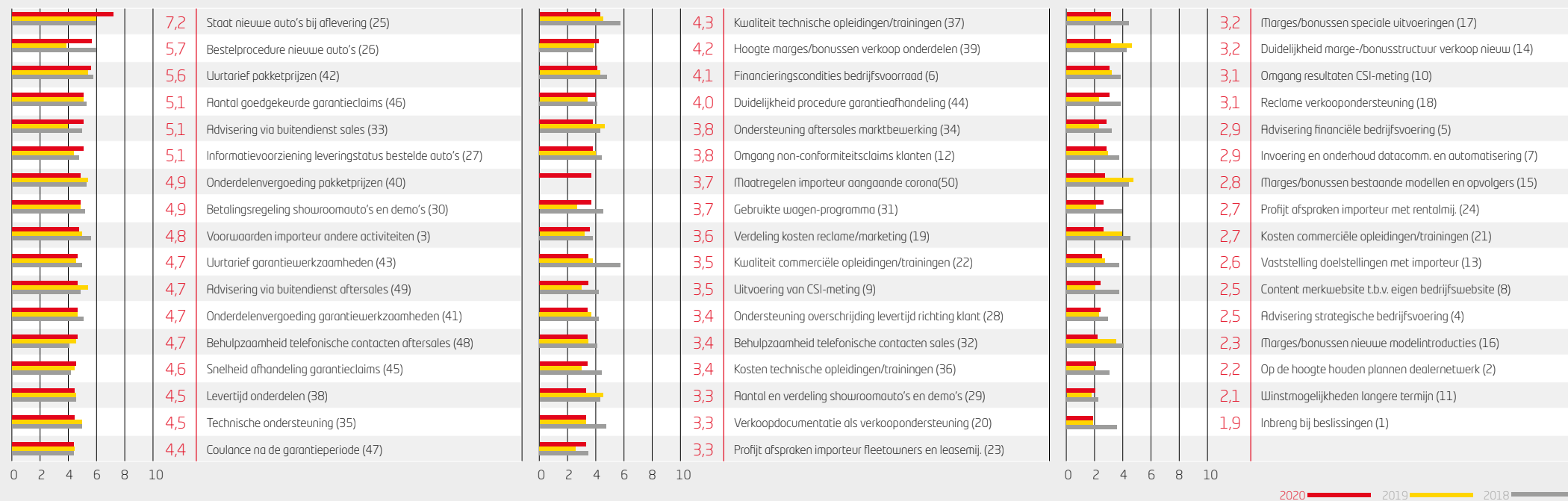
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
- Inbreng bij beslissingen (1)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +1,8
- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25) +1,2
- Advisering via buitendienst sales (33) +1,1

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) -2,1
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -1,6
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) -1,4



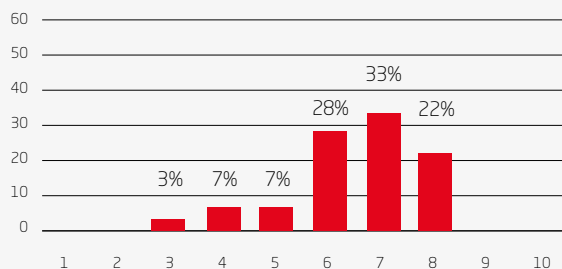
2020 2019 2018

Ford

,5

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,5

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Snelheid afhandeling garantieclaims (45)
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
- Advisering via buitendienst aftersales (49)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

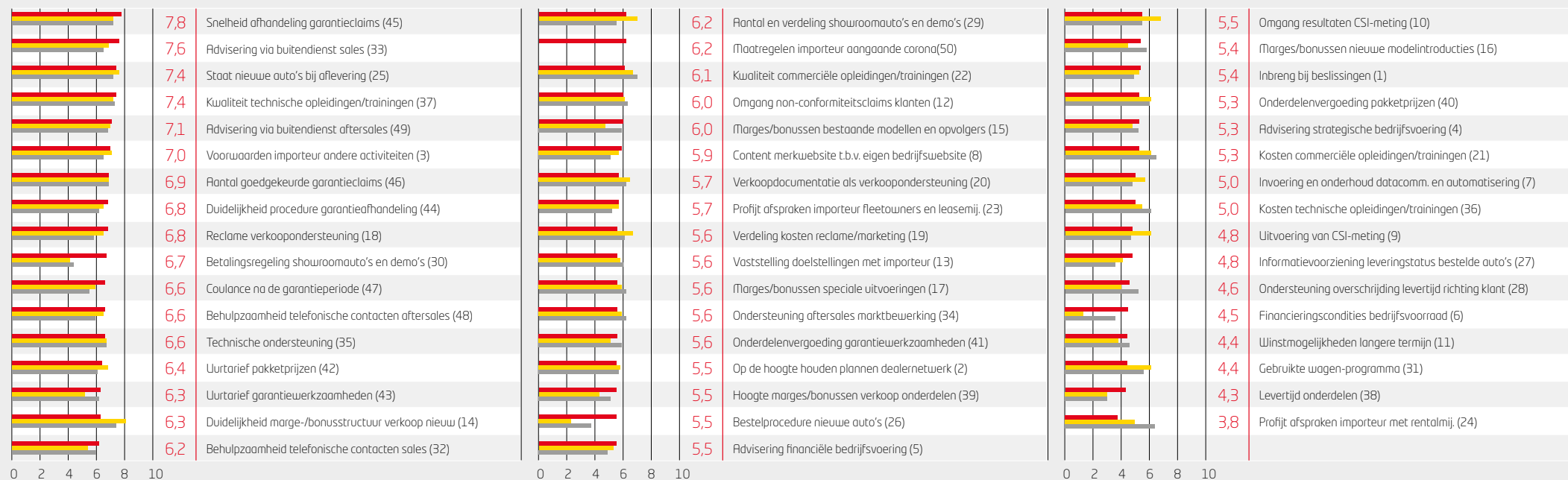
- Levertijd onderdelen (38)
- Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- +1,2 - Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
- +0,9 - Bestelprocedure nieuwe auto's (26)
- +0,9 - Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- 2,0 - Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
- 1,9 - Gebruikte wagen-programma (31)
- 1,4 - Omgang resultaten CSI-meting (10)

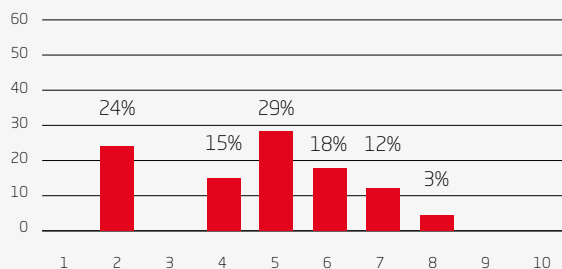


2020 2019 2018

Honda

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

4,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Uurtarief garantiewerkzaamheden (43) +1,4
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) +1,2
- Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41) +1,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

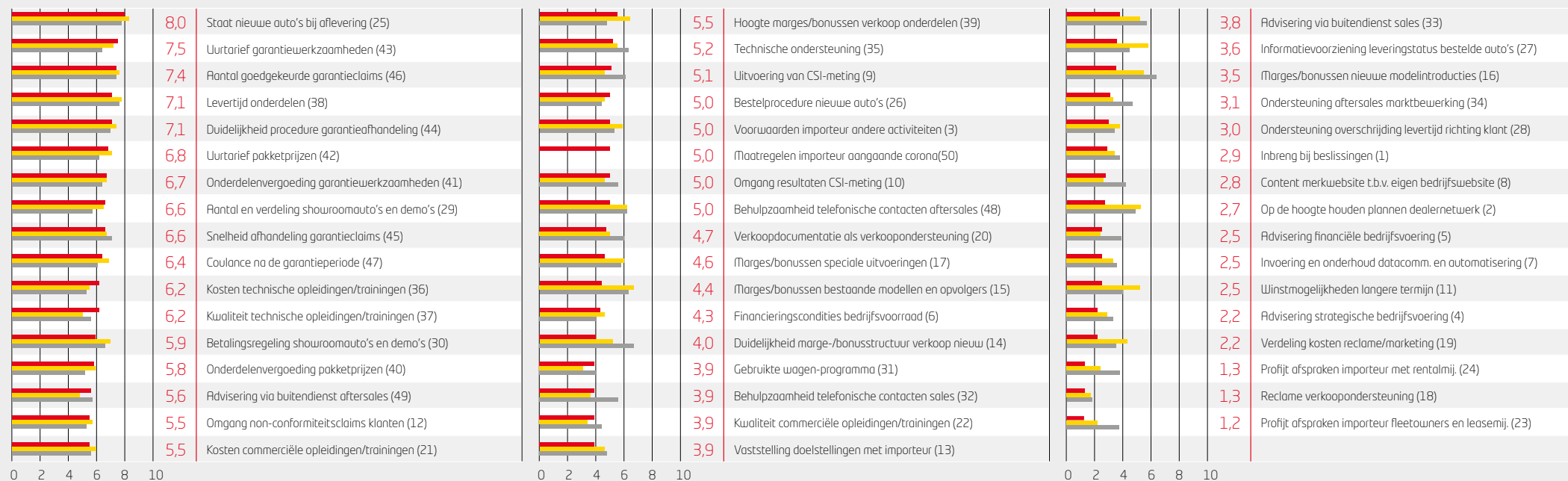
- Reclame verkoopondersteuning (18) -5,4
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij (23) -4,1
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) -3,5

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37) +1,2
- Gebruikte wagen-programma (31) +0,9
- Advisering via buitendienst aftersales (49) +0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -2,7
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) -2,6
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) -2,3



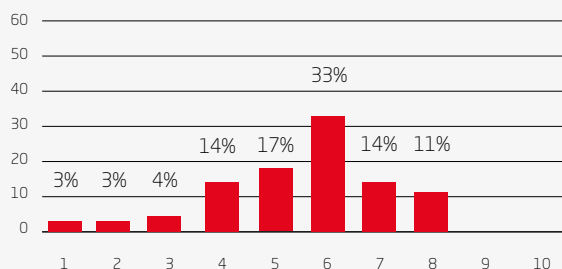
2020 2019 2018

Hyundai

5,5

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

5,5

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Levertijd onderdelen (38) +0,7
- Technische ondersteuning (35) +0,6
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) +0,3

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

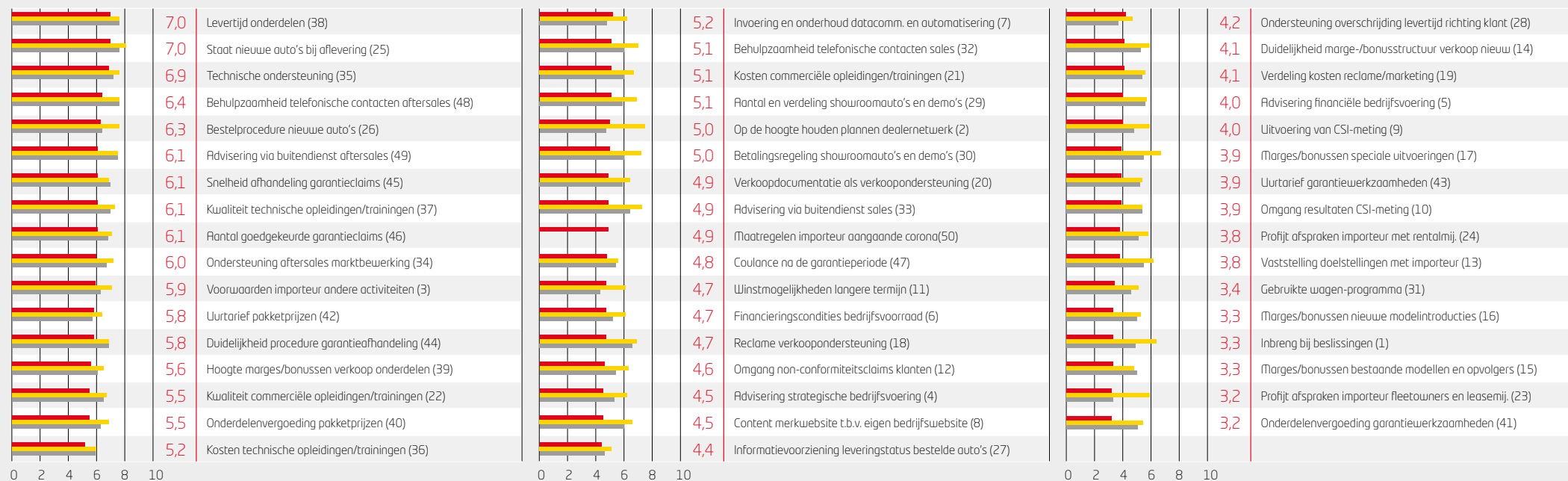
- Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41) -2,4
- Inbreng bij beslissingen (1) -2,2
- Uurtarief garantiwerkzaamheden (43) -2,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

Geen

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Inbreng bij beslissingen (1) -3,1
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17) -2,8
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -2,7

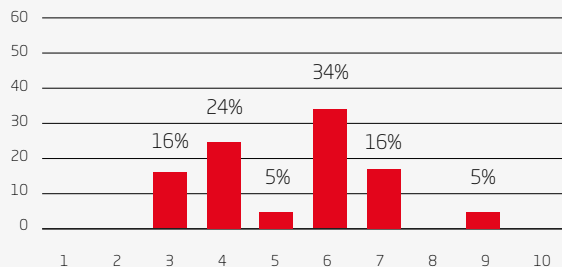


2020 2019 2018

Jaguar/ Land Rover

5,3

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

5,3

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17) +0,8
- Gebruikte wagen-programma (31) +0,8
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) +0,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

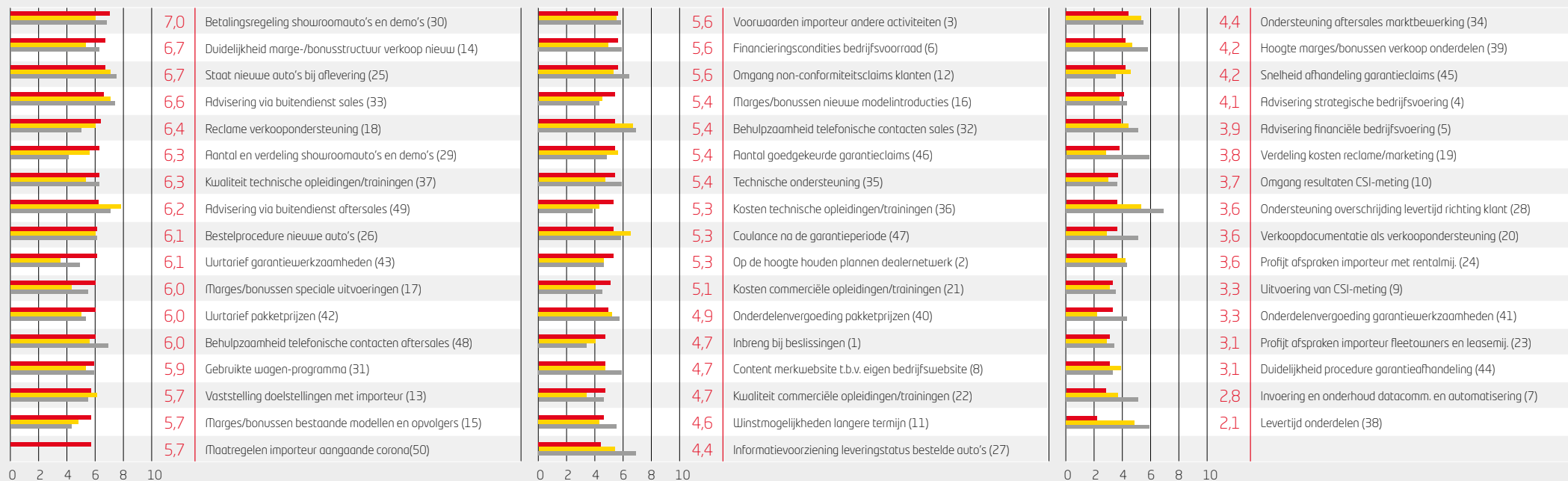
- Levertijd onderdelen (38) -4,3
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -2,8
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -2,6

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Uurtarief garantiwerkzaamheden (43) +2,6
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17) +1,7
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) +1,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

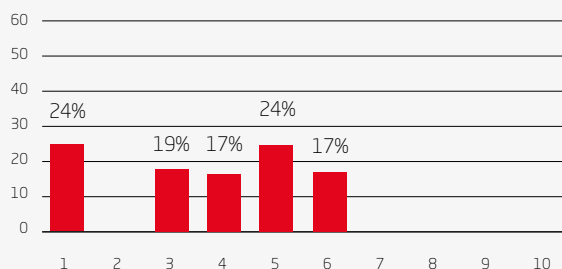
- Levertijd onderdelen (38) -2,7
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) -1,7
- Advisering via buitendienst aftersales (49) -1,5



2020 2019 2018

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) -4,2
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) -3,9
- Inbreng bij beslissingen (1) -3,6

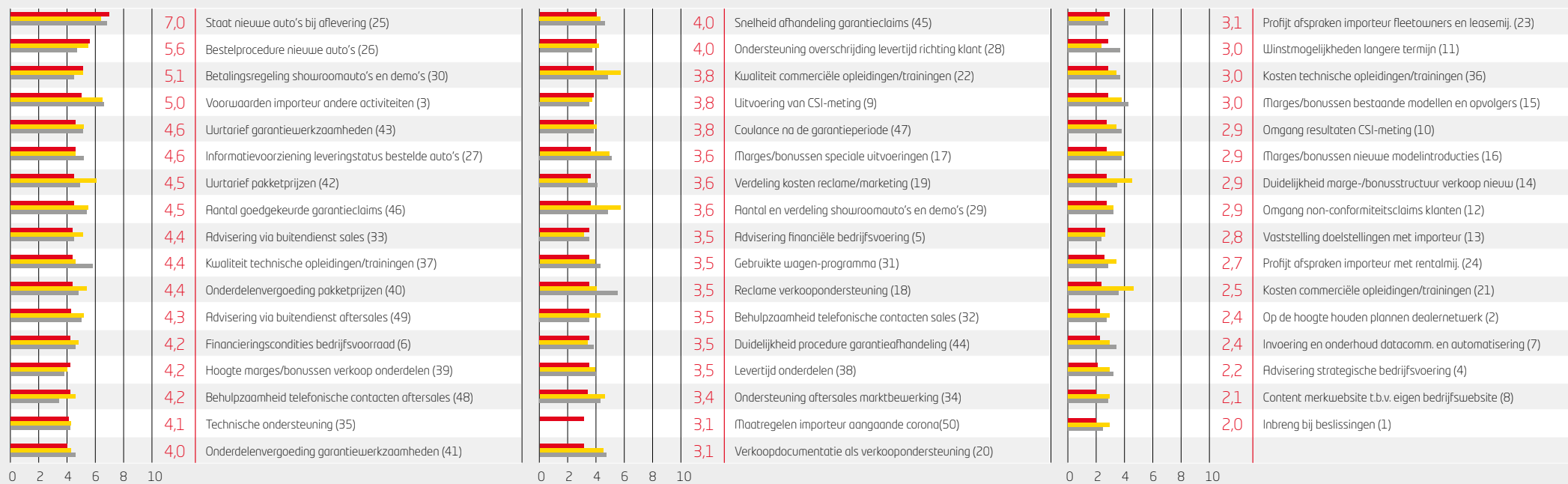
Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25) +0,6
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +0,5
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) +0,5

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

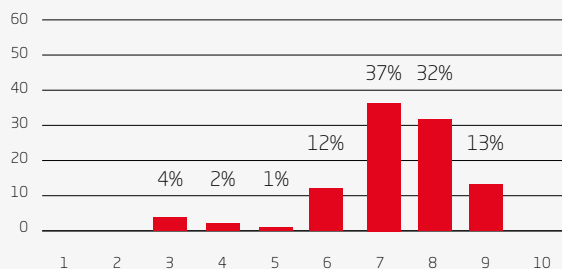
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) -2,4
- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) -2,1
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -1,9

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

7,2

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +1,8
- Reclame verkoopondersteuning (18) +1,6
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +1,0

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

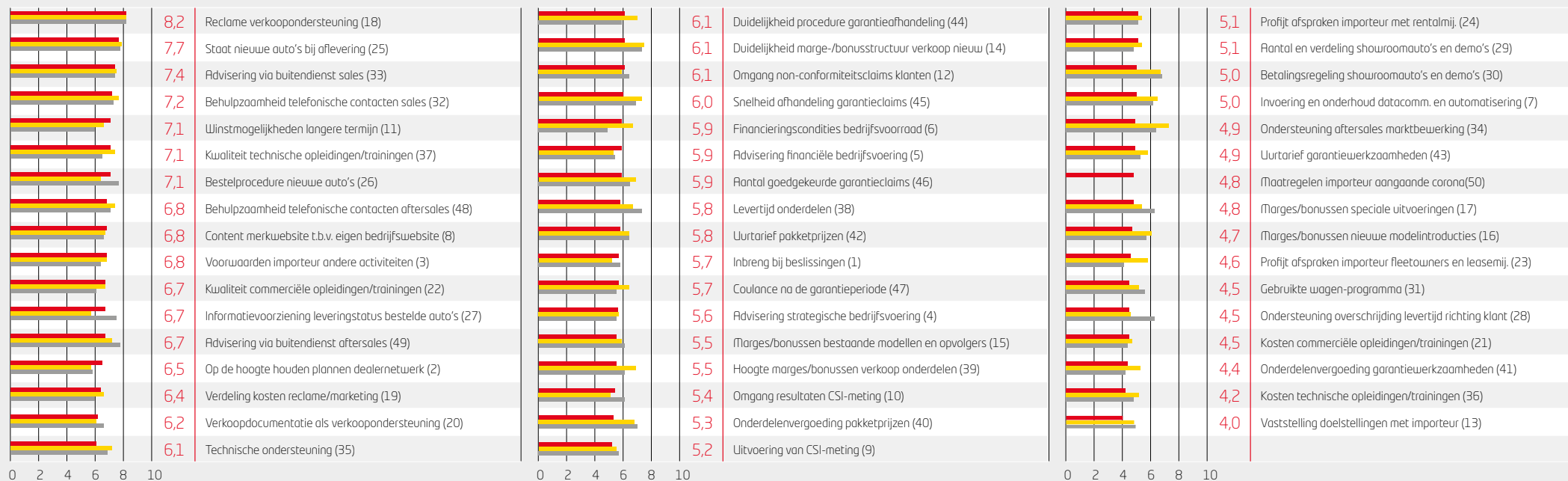
- Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) -1,7
- Kosten technische opleidingen/trainingen (36) -1,4
- Vaststelling doelstellingen met importeur (13) -1,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

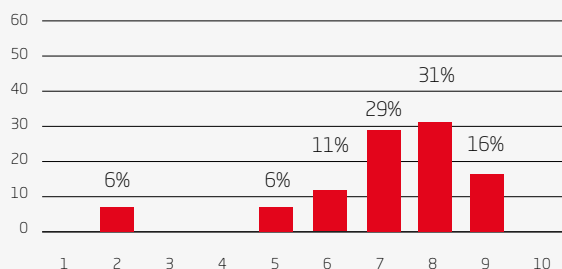
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +1,0
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) +0,8
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +0,7

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Ondersteuning aftersales marktwerking (34) -2,4
- Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) -1,7
- Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40) -1,5



(Percentage respondentinnen dat een bepaald rapportcijfer geeft)



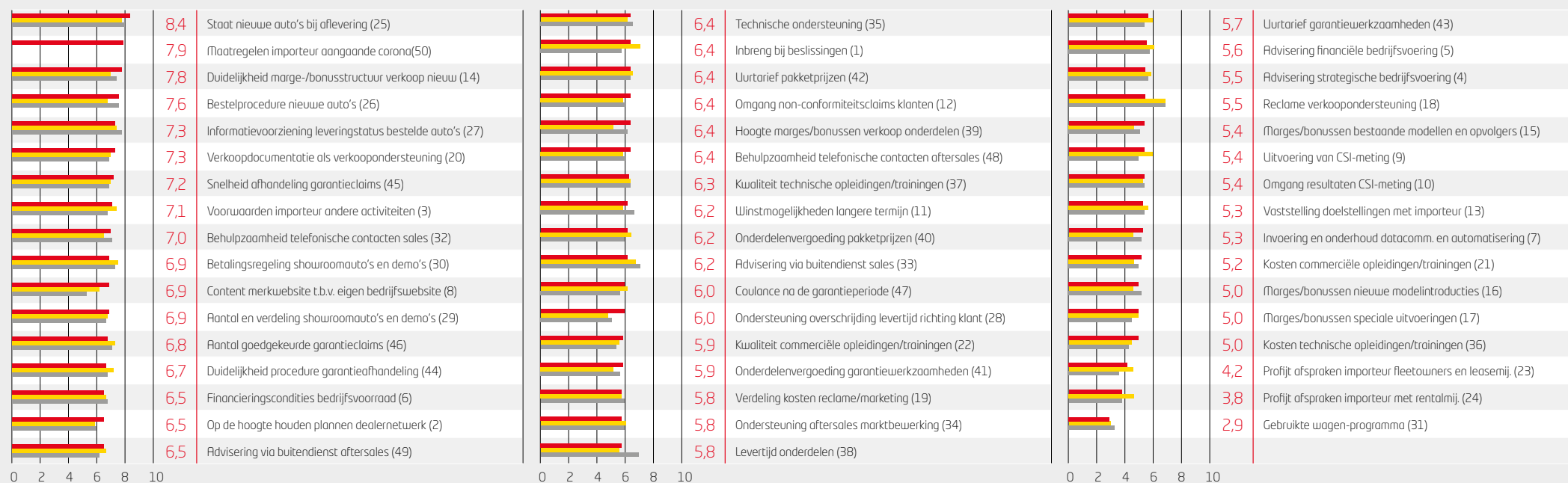
7.1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)+1,2
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) +1,2
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

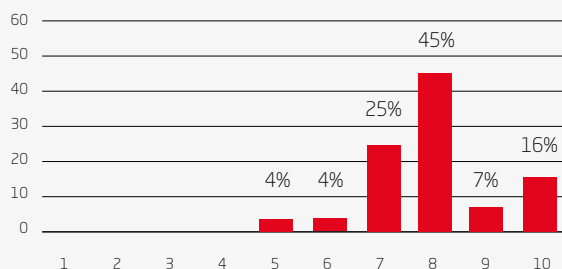
- | | |
|---|------|
| - Reclame verkoopondersteuning (18) | -1,4 |
| - Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24) | -0,9 |
| - Inbreng bij beslissingen (1) | -0,6 |



Mercedes-Benz/ smart

7,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 7,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Gebruikte wagen-programma (31) +2,4
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) +2,3
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) +2,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

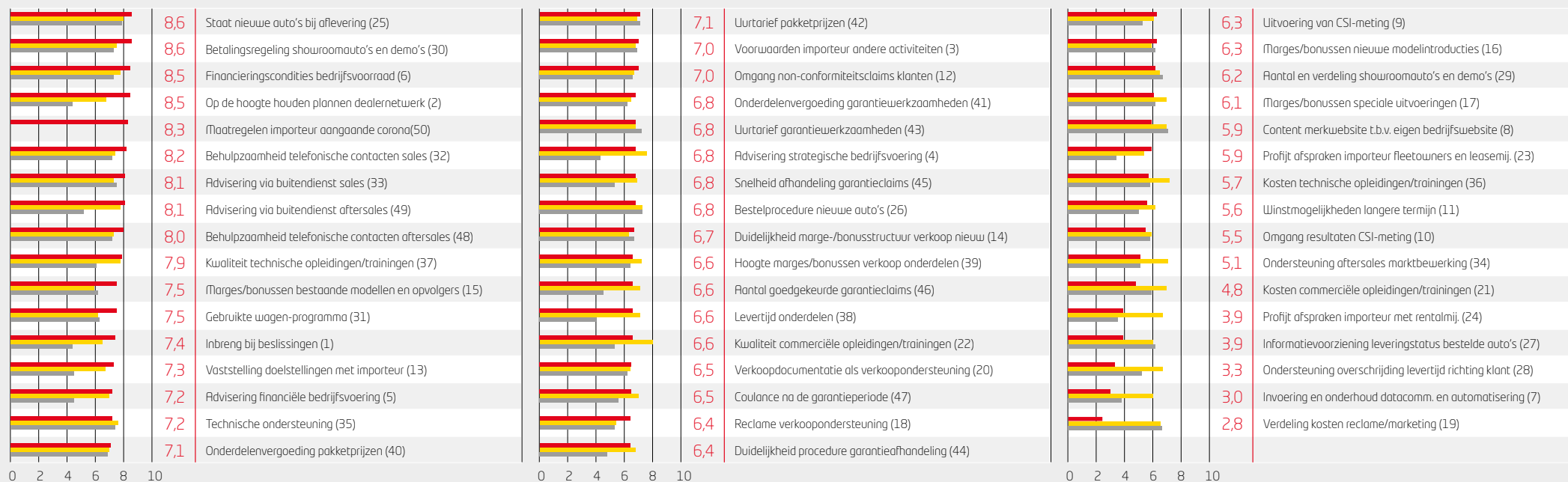
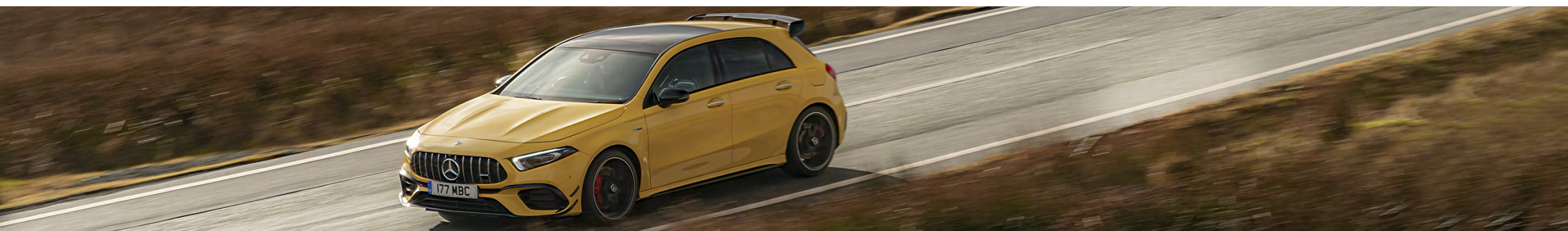
- Verdeling kosten reclame/marketing (19) -2,9
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) -1,8
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) -1,8

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

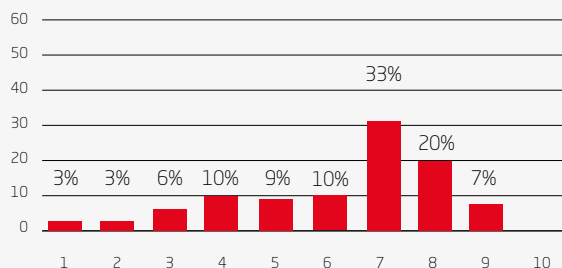
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) +1,7
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) +1,6
- Gebruikte wagen-programma (31) +1,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Verdeling kosten reclame/marketing (19) -3,7
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) -3,4
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) -3,0



Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer (Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,2

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +2,5
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) +1,8
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +1,8

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

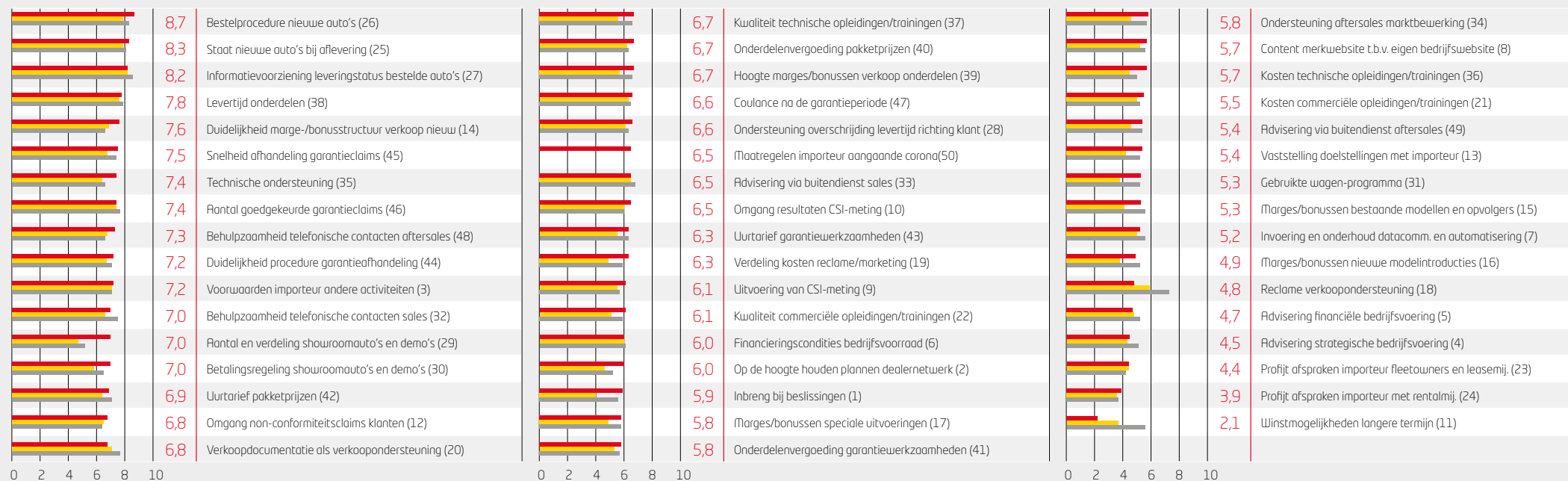
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -3,2
- Reclame verkoopondersteuning (18) -1,8
- Advisering financiële bedrijfsvoering (5) -1,1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) +2,4
- Inbreng bij beslissingen (1) +1,9
- Gebruikte wagen-programma (31) +1,5

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -1,6
- Reclame verkoopondersteuning (18) -1,1
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -0,4

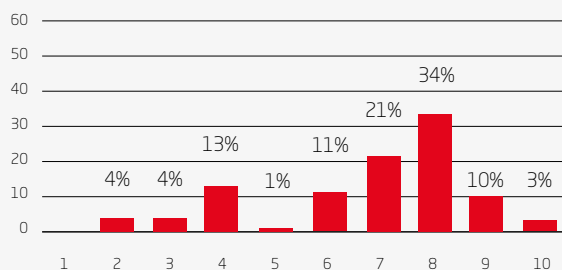


Nissan

6,8

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +1,2
- Advisering via buitendienst aftersales (49) +1,0
- Ondersteuning aftersales marktbewerking (34) +1,0

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

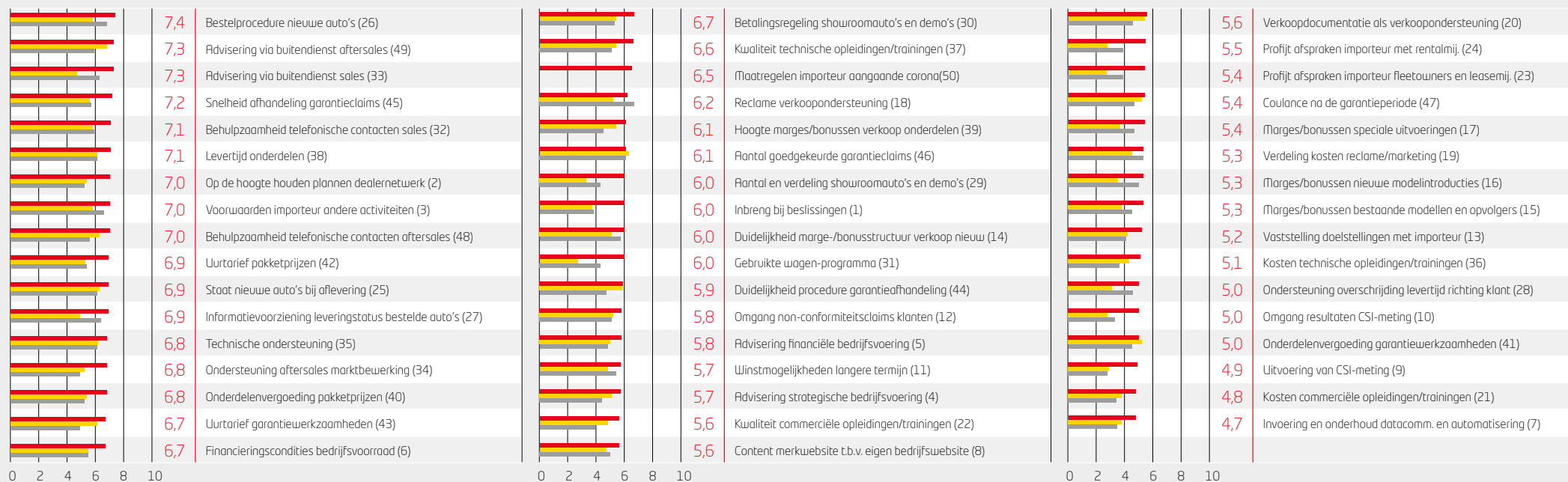
- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25) -1,0
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) -0,8
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) -0,7

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Gebruikte wagen-programma (31) +3,3
- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) +2,8
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) +2,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -0,3
- Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41) -0,2



2020 2019 2018

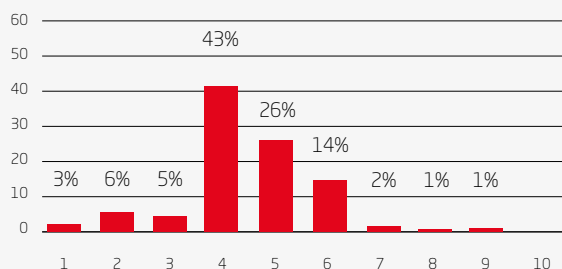
Opel

Naar inhoud

Naar stellingenlijst

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

4,4

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
- Verdeling kosten reclame/marketing (19)
- Reclame verkoopondersteuning (18)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

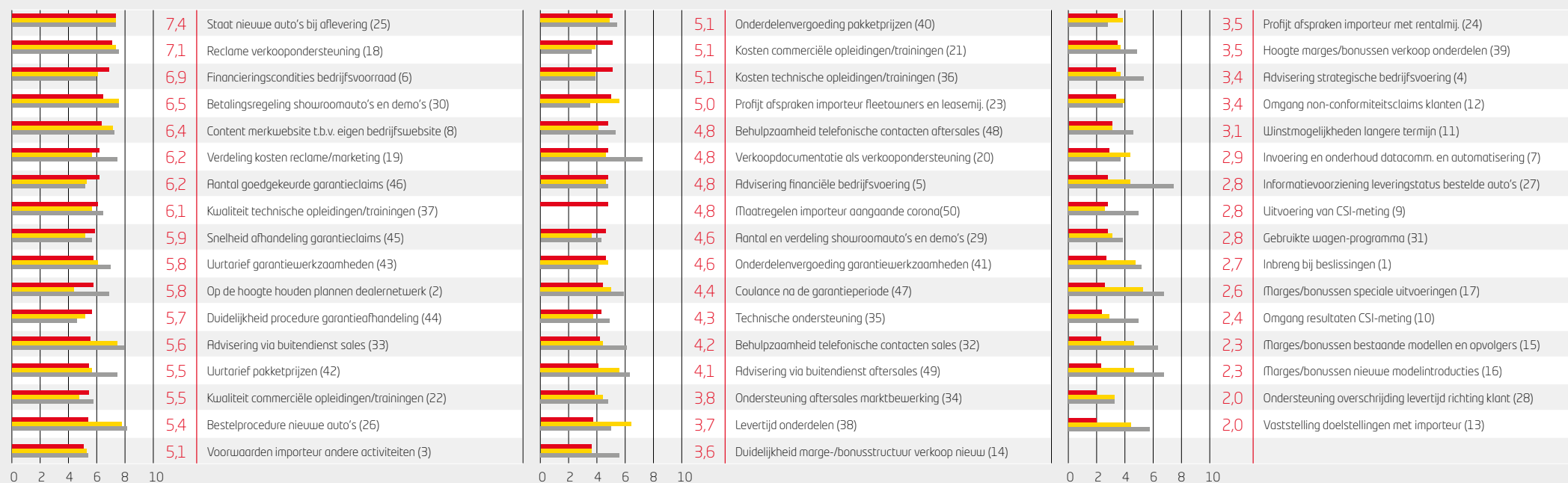
- Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)
- Omgang resultaten CSI-meting (10)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- +0,5 - Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)
- +0,5 - Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
- +0,5 - Kosten technische opleidingen/trainingen (36)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- 3,2 - Levertijd onderdelen (38)
- 2,7 - Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
- 2,7 - Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
- 2,5

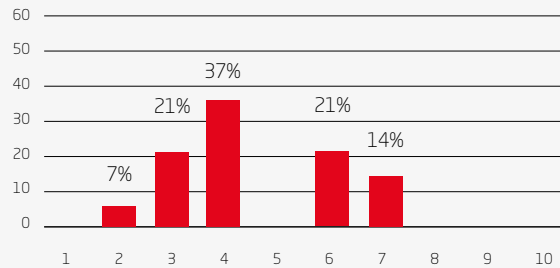


2020 2019 2018

Peugeot

4,5

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

4,5

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)
- Advisering via buitendienst sales (33)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

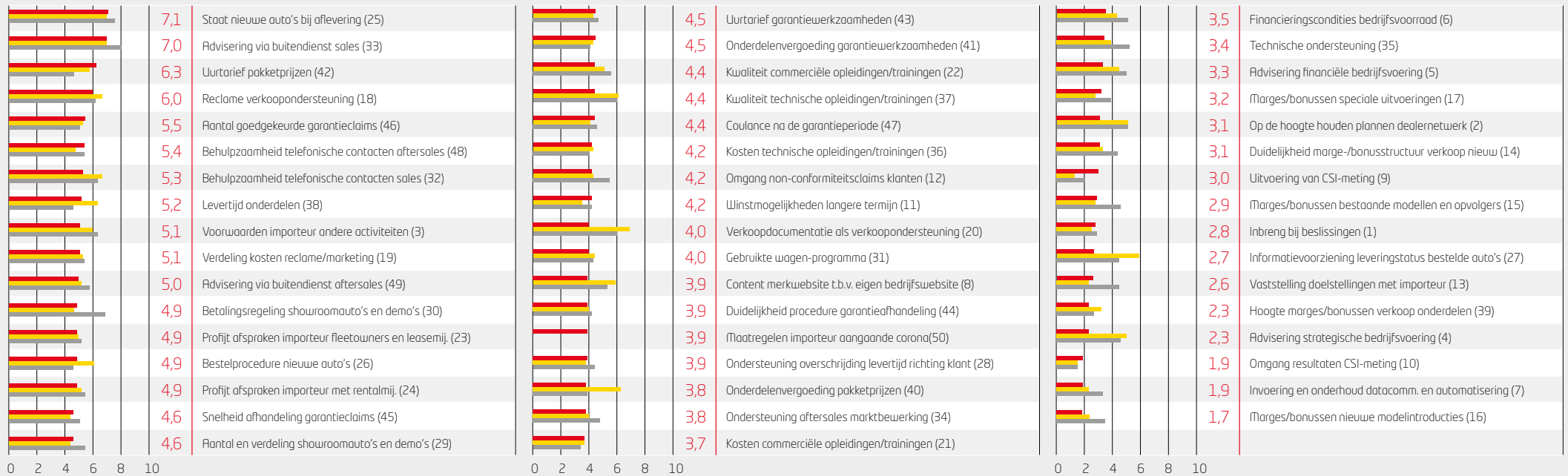
- Omgang resultaten CSI-meting (10)
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)
- Advisering strategische bedrijfsvoering (4)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Uitvoering van CSI-meting (9) +0,1
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +0,0
- Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48) +0,6

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) -3,2
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -2,9
- Advisering strategische bedrijfsvoering (4) -2,7

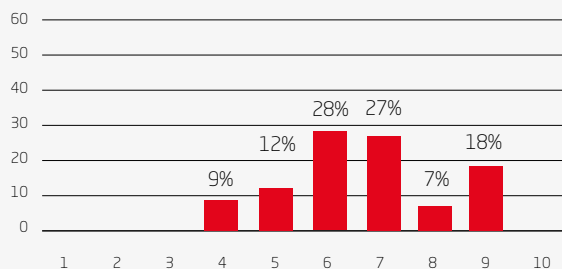


2020 2019 2018

Renault/ Dacia

,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Ondersteuning aftersales marktwerking (34)
- Advisering financiële bedrijfsvoering (5)
- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

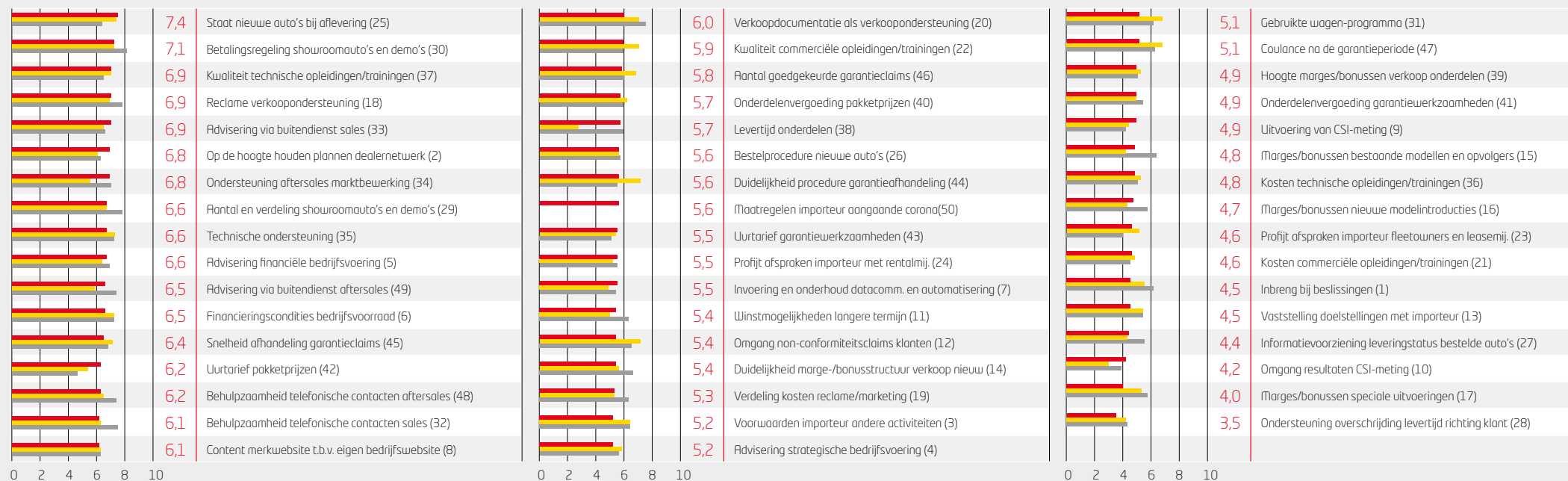
- +1,0 - Levertijd onderdelen (38)
- +0,8 - Ondersteuning aftersales marktwerking (34)
- +0,8 - Omgang resultaten CSI-meting (10)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- 1,6 - Omgang non-conformiteitsclaims klanten (12)
- 1,3 - Couance na de garantieperiode (47)
- 1,3 - Gebruikte wagen-programma (31)

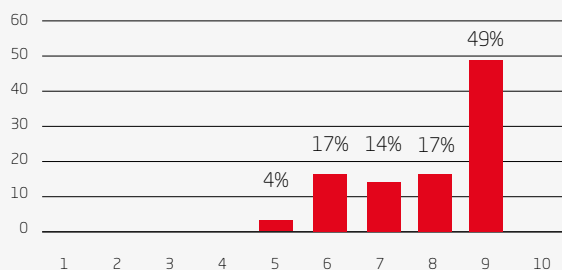


2020 2019 2018

SEAT

7,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

7,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Omgang resultaten CSI-meting (10) +2,9
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16) +2,8
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) +2,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

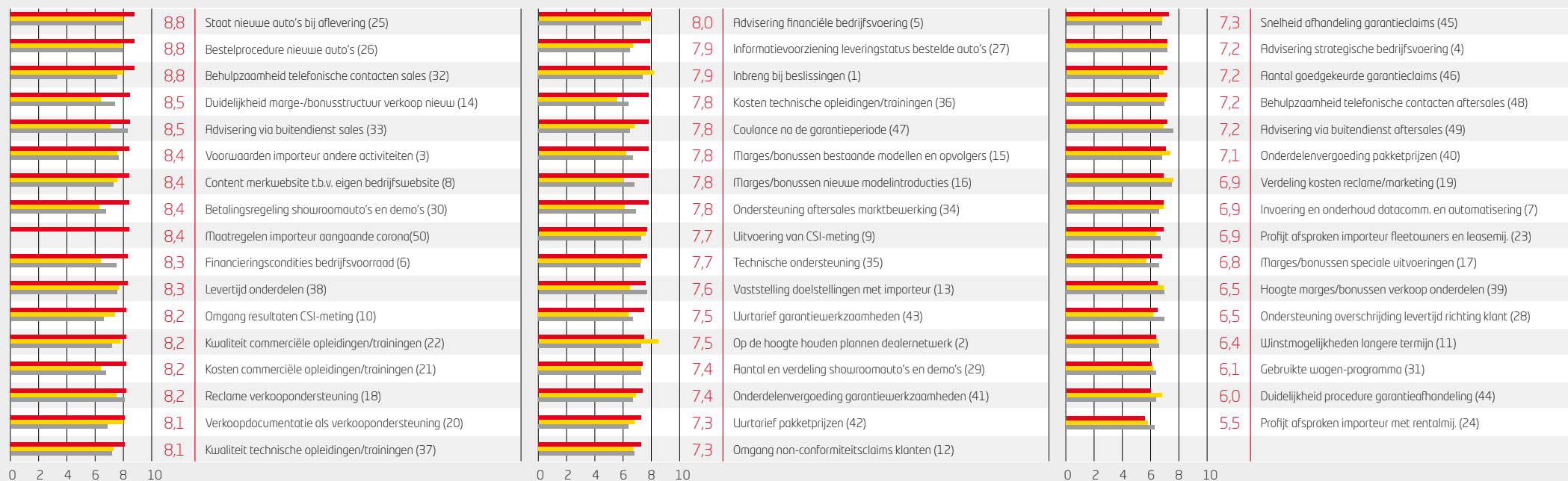
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Kosten technische opleidingen/trainingen (36) +2,3
- Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) +2,1
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) +2,0

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) -1,0
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -0,7
- Verdeling kosten reclame/marketing (19) -0,7

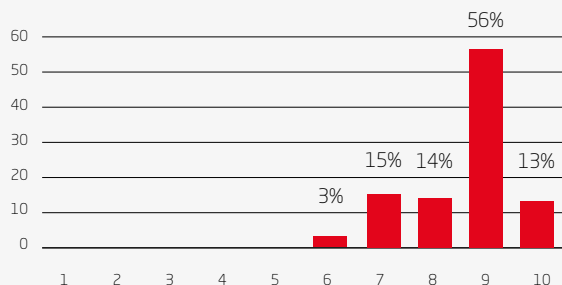


2020 2019 2018

Škoda

8,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)
- Advisering strategische bedrijfsvoering (4)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

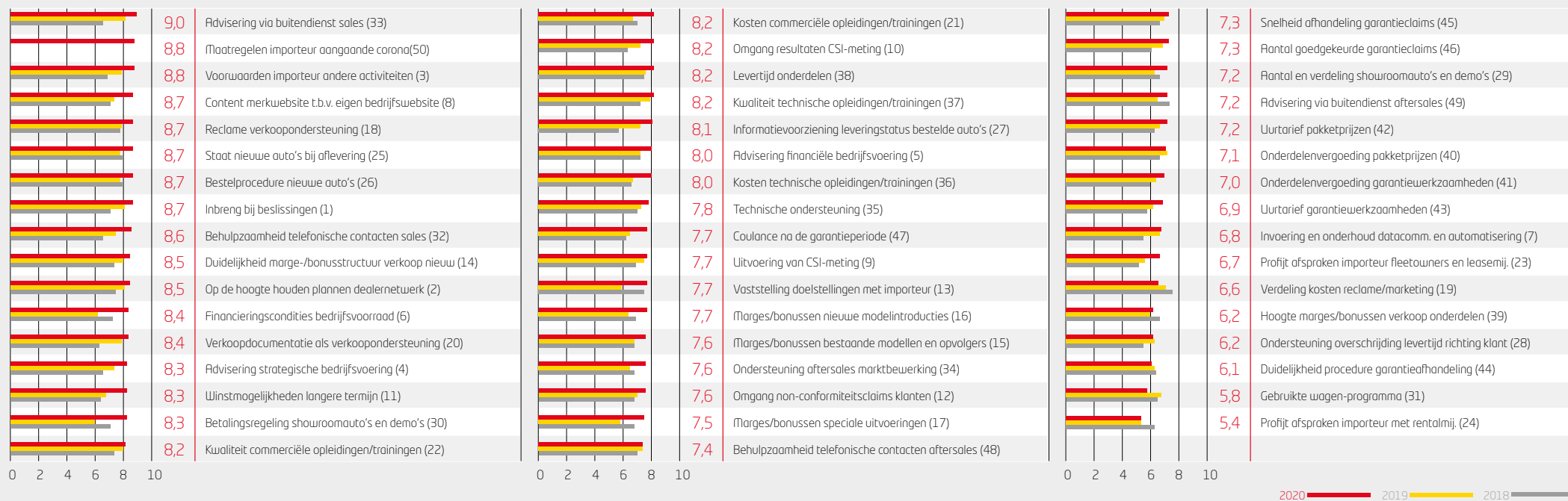
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- +3,1 - Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)
- +3,0 - Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
- +2,8 - Vaststelling doelstellingen met importeur (13)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- 1,0 - Gebruikte wagen-programma (31)
- 0,5 - Verdeling kosten reclame/marketing (19)
- 0,2 - Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)

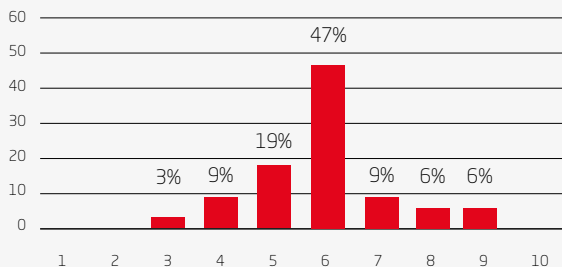


2020 2019 2018

Subaru

5,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 5,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +1,6
- Omgang resultaten CSI-meting (10) +1,5
- Uitvoering van CSI-meting (9) +1,1

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

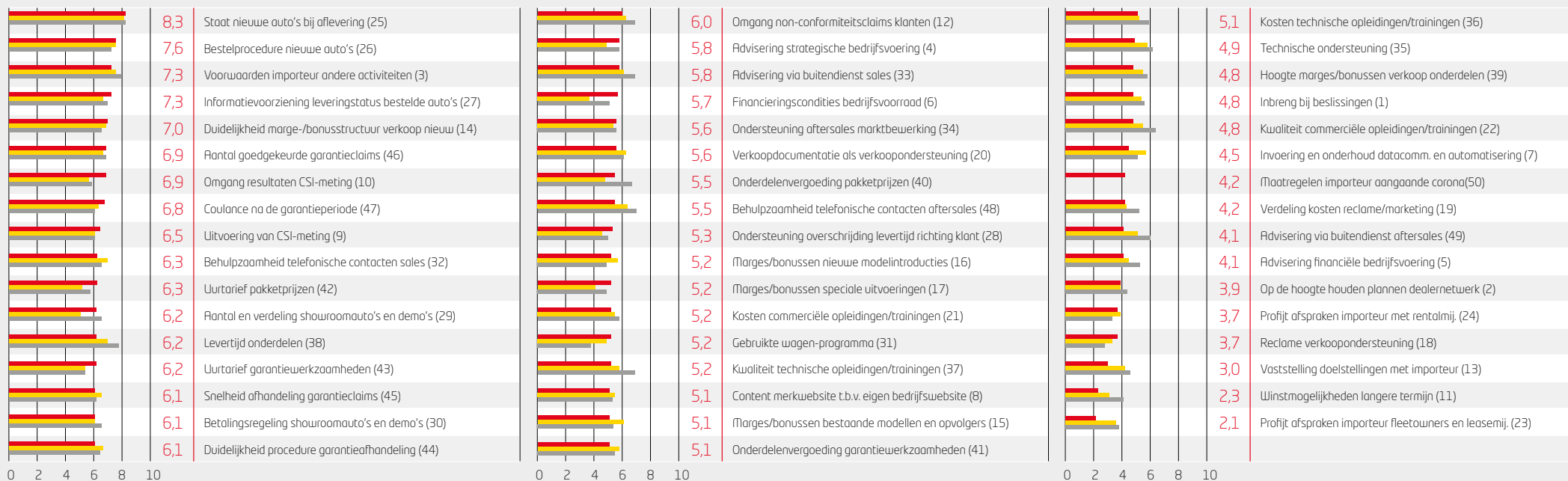
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -3,1
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -3,0
- Reclame verkoopondersteuning (18) -3,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

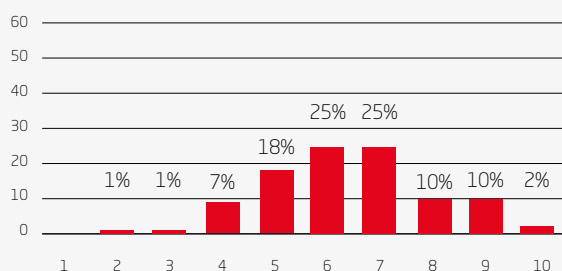
- Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6) +2,0
- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) +1,2
- Omgang resultaten CSI-meting (10) +1,1

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -1,4
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) -1,2
- Vaststelling doelstellingen met importeur (13) -1,2



(Percentage respondentent dat een bepaald rapportcijfer geeft)



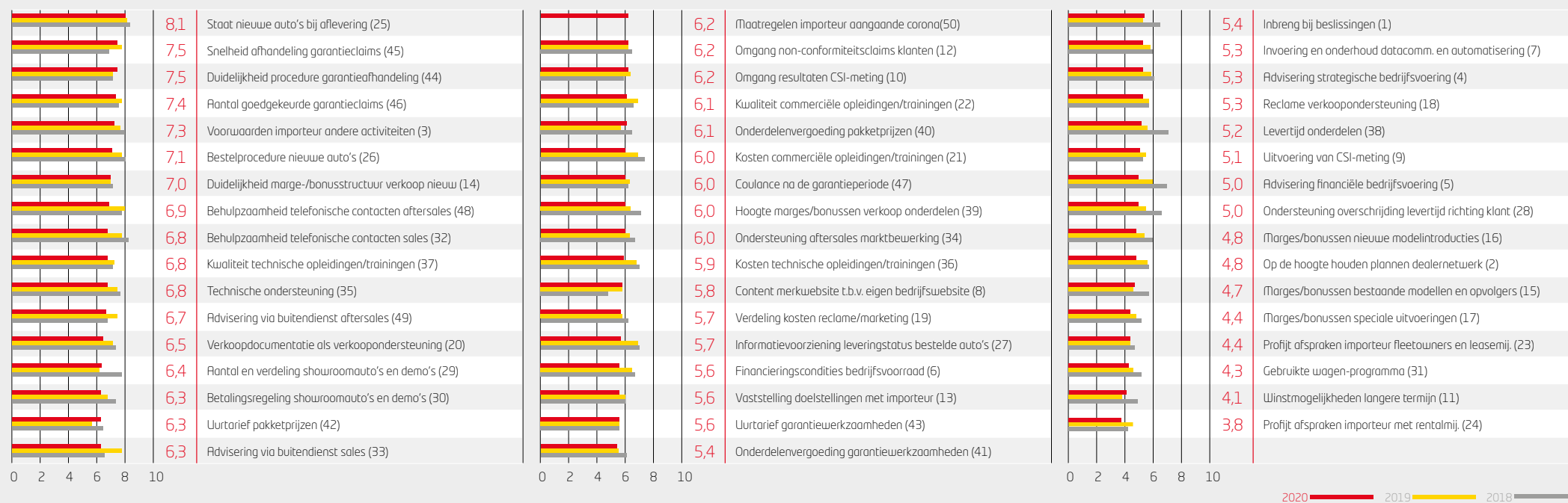
6,5

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- | | | | |
|--|------|--|------|
| - Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) | +1,6 | - Uurtarief pakketprijzen (42) | +0,6 |
| - Snelheid afhandeling garantieclaims (45) | +1,0 | - Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40) | +0,4 |
| - Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) | +0,9 | - Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) | +0,3 |

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- | | | | |
|---|------|--|------|
| - Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) | -1,4 | - Advisering via buitendienst sales (33) | -1,4 |
| - Reclame verkoopondersteuning (18) | -1,3 | - Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) | -1,2 |
| - Winstmogelijkheden langere termijn (11) | -1,2 | - Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48) | -1,1 |

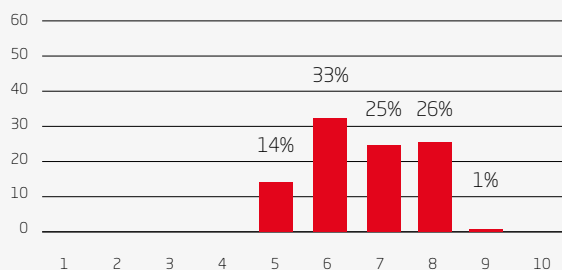


Toyota

6,7

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Reclame verkoopondersteuning (18) +1,9
- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24) +1,5
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) +1,5

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

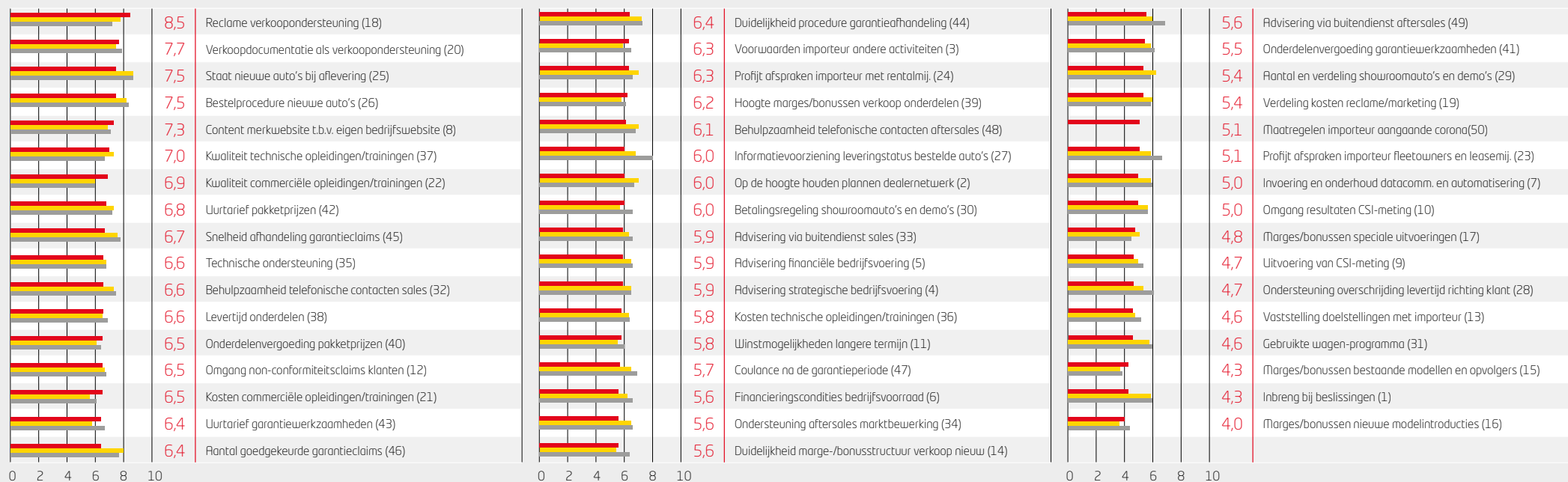
- Inbreng bij beslissingen (1) -1,3
- Advisering via buitendienst sales (33) -1,1
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) -1,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) +0,8
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) +0,8
- Reclame verkoopondersteuning (18) +0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Inbreng bij beslissingen (1) -1,7
- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -1,6
- Gebruikte wagen-programma (31) -1,2

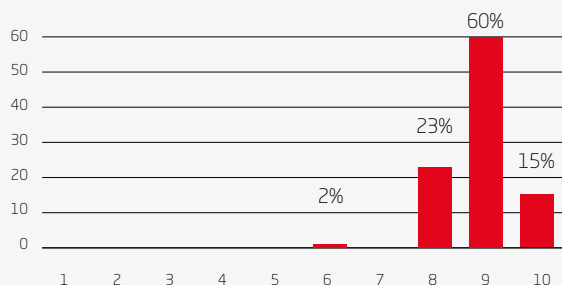


2020 2019 2018

Volkswagen

,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer
(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

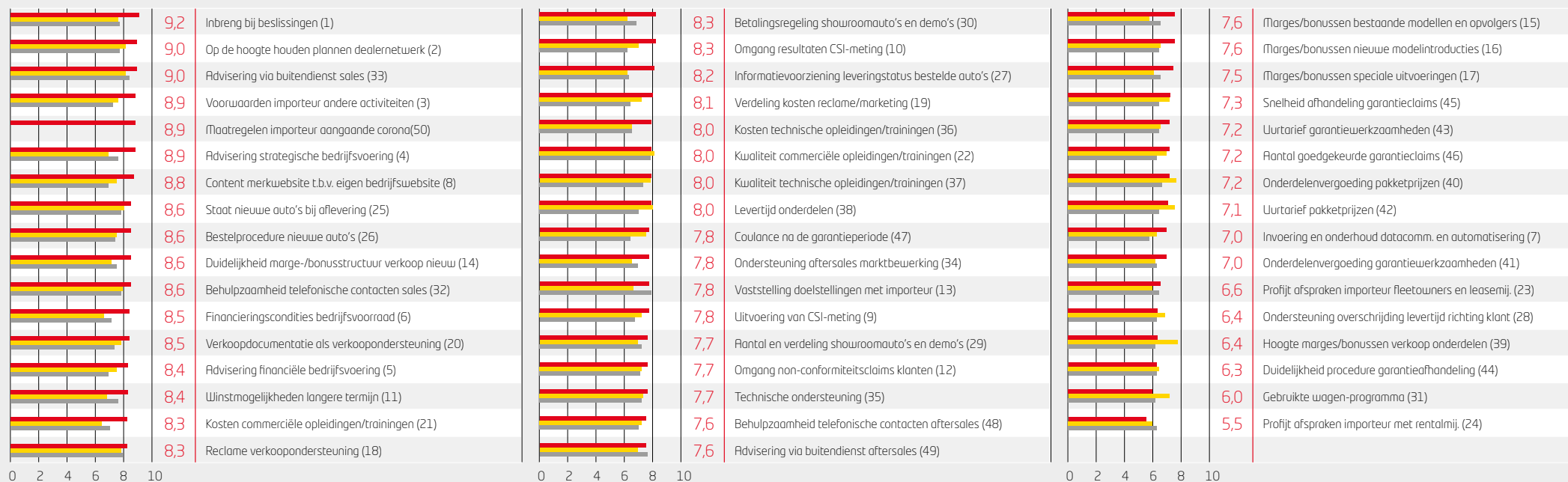
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) +3,6
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) +3,4
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +3,1

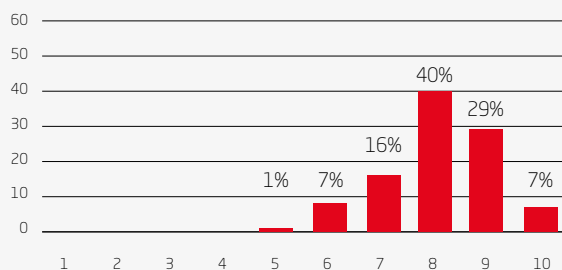
Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) -1,4
- Gebruikte wagen-programma (31) -1,1
- Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40) -0,5



Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,1

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24) +2,4
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leaserij. (23) +1,6
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) +1,5

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

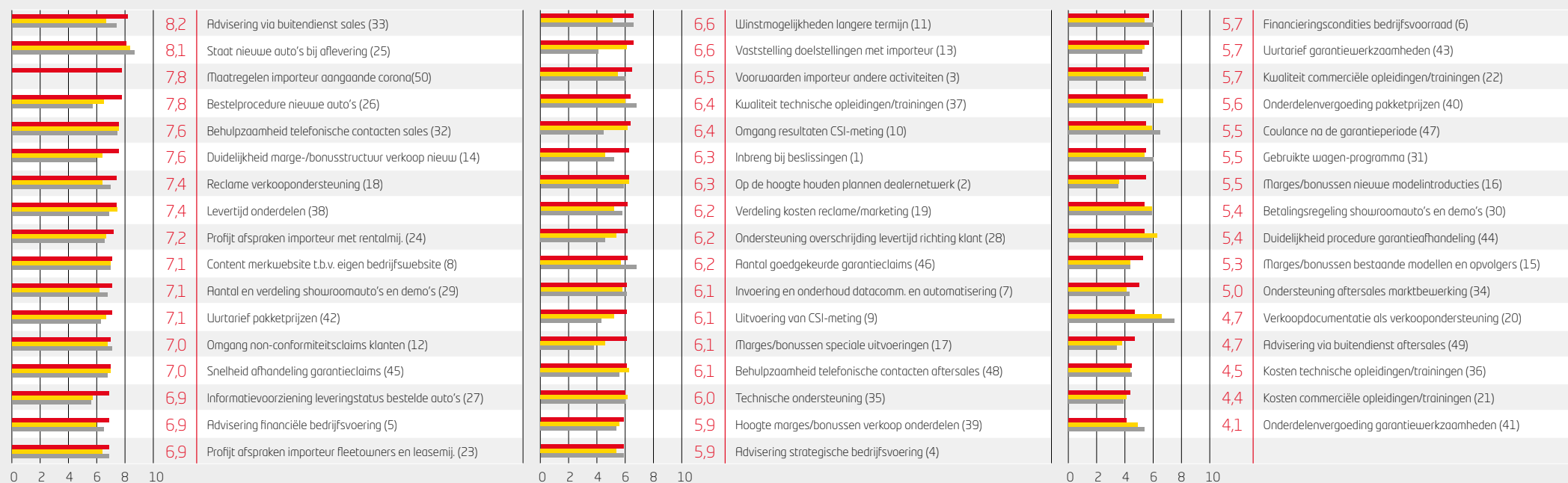
- Advisering via buitendienst aftersales (49) -1,6
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -1,5
- Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41) -1,5

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16) +1,8
- Inbreng bij beslissingen (1) +1,8
- Advisering via buitendienst sales (33) +1,6

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -1,9
- Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40) -1,1
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -0,9

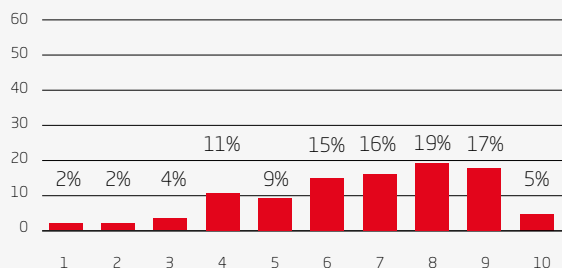


Alle merken

6,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,6

De drie hoogste rapportcijfers voor alle merken

- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
- Advisering via buitendienst sales (33)
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26)

De drie laagste rapportcijfers voor alle merken

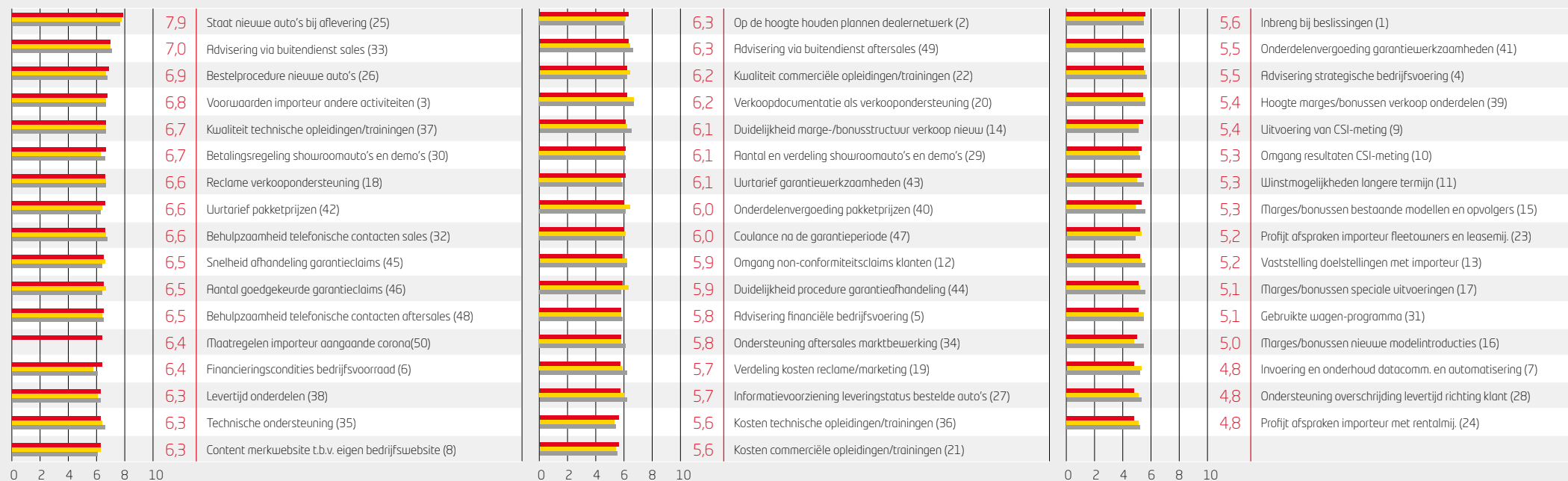
- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) 4,8

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- 7,9 - Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6) +0,6
- 7,0 - Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) +0,4
- 6,9 - Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) +0,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2019

- 4,8 - Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -0,5
- 4,8 - Gebruikte wagen-programma (31) -0,4
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) -0,4



2020 2019 2018

Rangorde waarderingscijfers

Merk	Cijfer 2020	Positie 2020
BMW/MINI	9,2	1
Volkswagen	8,9	2
Audi	8,6	3
Škoda	8,6	3
Volvo	8,1	5
Mercedes-Benz/smart	7,9	6
SEAT	7,9	6
KIA	7,2	8
Mazda	7,1	9
Nissan	6,8	10
Toyota	6,7	11
Renault/Dacia	6,6	12
Ford	6,5	13
Suzuki	6,5	13
Mitsubishi	6,2	15
Subaru	5,9	16
Hyundai	5,5	17
Jaguar/Land Rover	5,3	18
Honda	4,6	19
Peugeot	4,5	20
Opel	4,4	21
Fiat	3,8	22
Citroën	3,7	23
Alle merken	6,6	

Cijfer 2019	Positie 2019
8,5	1
8,1	3
8,2	2
7,9	4
6,7	12
7,1	6
7,9	4
6,9	11
7,0	9
5,5	17
7,1	6
5,9	14
6,2	13
7,0	9
5,8	15
n.b.	n.b.
7,1	6
5,3	18
n.b.	n.b.
4,6	21
5,3	18
3,6	22
5,2	20
6,5	

Cijfer 2018	Positie 2018
8,8	1
7,8	2
7,8	2
7,3	7
7,5	5
6,3	15
7,6	4
6,6	12
6,6	12
5,6	17
7,3	7
6,9	9
5,8	16
7,5	5
6,7	10
n.b.	n.b.
6,4	14
5,2	19
n.b.	n.b.
5,1	20
6,7	10
4,9	22
5,0	21
6,6	

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Respons

Merk	2020			2019	2018
	Vestigingen	Respons	Respons %	Respons %	Respons %
Alfa Romeo*	32	20	62,5%	**	**
Audi	82	31	37,8%	45,2%	58,8%
BMW/MINI	52	49	94,2%	83,9%	87,3%
Citroën	107	44	41,1%	46,8%	48,6%
Daihatsu*	63	22	34,9%	**	**
DS*	10	5	50,0%	**	**
Fiat	68	35	51,5%	41,9%	57,1%
Ford	139	69	49,6%	62,1%	70,7%
Honda	21	17	81,0%	59,1%	90,9%
Hyundai	81	35	43,2%	52,8%	46,4%
Jaguar/Land Rover	20	19	95,0%	92,5%	90,0%
Jeep*	30	21	70,0%	50,0%	58,6%
KIA	87	52	59,8%	51,2%	33,7%
Mazda	72	31	43,1%	51,4%	58,7%

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

** Niet beschikbaar voor deze jaren.

Merk	2020			2019	2018
	Vestigingen	Respons	Respons %	Respons %	Respons %
Mercedes-Benz/smart	66	57	86,4%	56,1%	59,7%
Mitsubishi	76	35	46,1%	62,7%	57,0%
Nissan	81	40	49,4%	62,0%	65,6%
Opel	138	89	64,5%	51,4%	43,8%
Peugeot	115	55	47,8%	78,3%	75,9%
Renault/Dacia	153	94	61,4%	84,1%	66,9%
SEAT	118	42	35,6%	44,6%	43,9%
Škoda	116	44	37,9%	39,8%	39,8%
Subaru	26	16	61,5%	62,5%	57,1%
Suzuki	79	44	55,7%	49,5%	62,6%
Toyota	99	38	38,4%	31,7%	49,2%
Volkswagen	134	47	35,1%	48,1%	36,1%
Volvo	93	73	78,5%	91,2%	91,8%
Totaal	2158	1124	52,1%	57,2%	57,1%

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

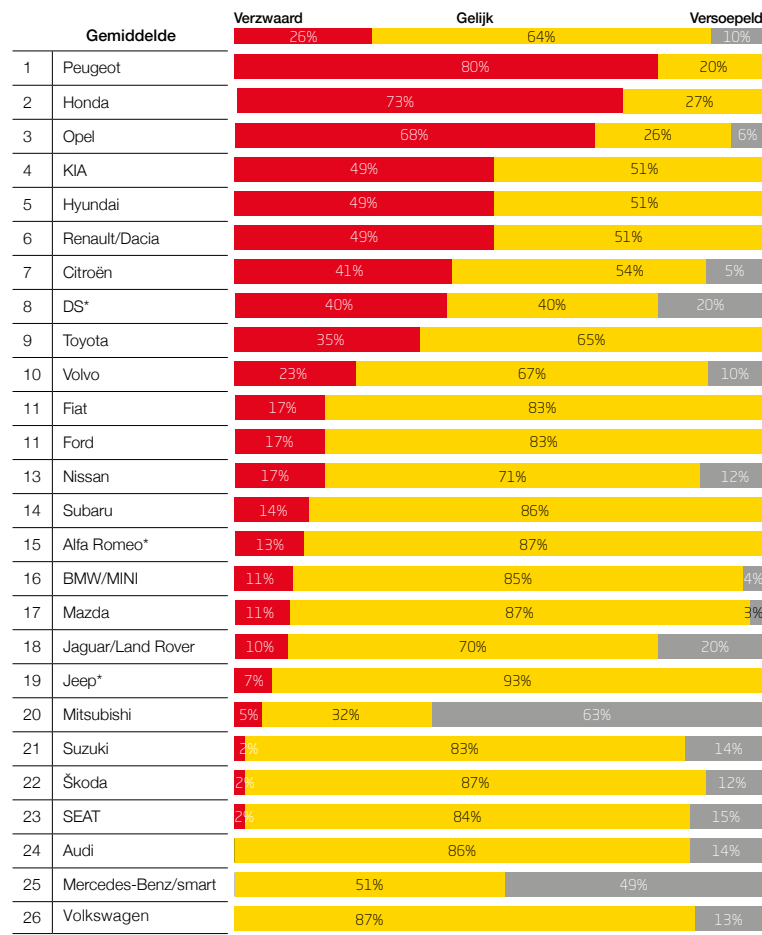


Ontwikkeling

standards sales

[Naar inhoud](#)
[Naar stellingenlijst](#)

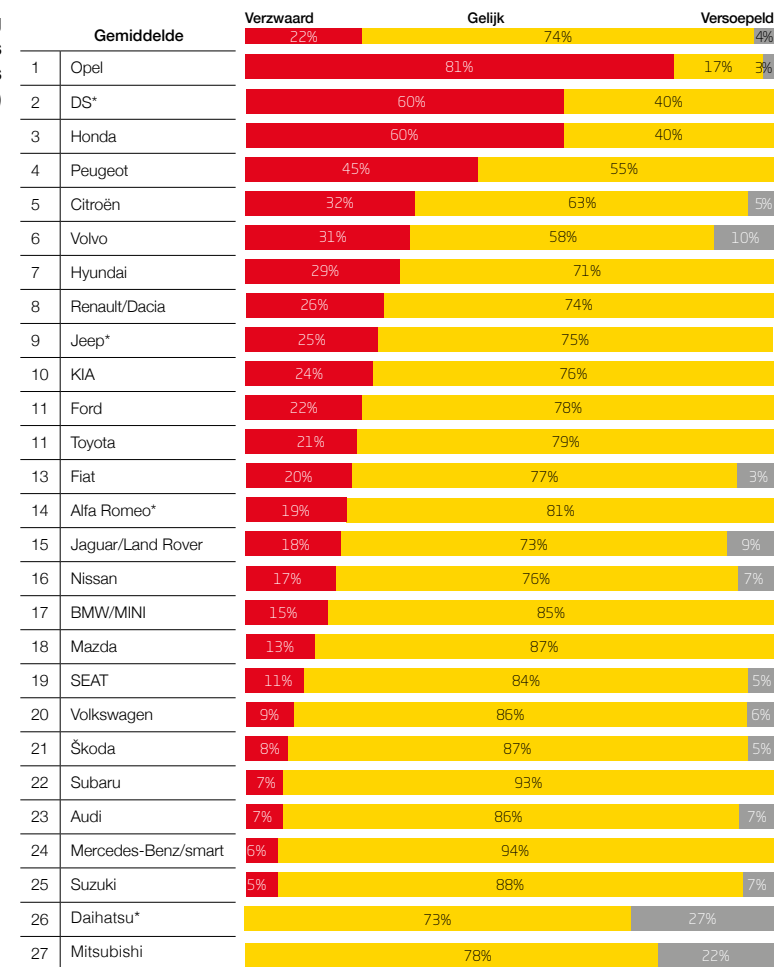
Ontwikkeling standards m.b.t. sales (2020 t.o.v. 2019)



* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

standards aftersales

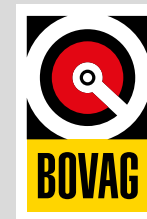
Ontwikkeling standards m.b.t. aftersales (2020 t.o.v. 2019)



* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

RODI Personenauto's 2020

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Stellingenlijst RODI Personenauto's

Algemene stellingen

- 1 Mijn importeur houdt voldoende rekening met de inbreng van dealers/dealervereniging bij het nemen van beslissingen die dealers aangaan.
- 2 Mijn importeur houdt mij goed op de hoogte van zijn plannen met betrekking tot het dealernetwerk.
- 3 Ik ben tevreden over de voorwaarden van de importeur waaronder ik andere activiteiten mag verrichten naast mijn merkdealerschap (multimerk, voeren van franchise formule, andere vormen van mobiliteit, etc.).
- 4 Ik ben tevreden over de mate waarin de importeur mij advies geeft over strategische vraagstukken.
- 5 Ik ben tevreden over de mate waarin de importeur mij advies geeft over financiële vraagstukken.
- 6 Ik ben tevreden over de financieringscondities voor mijn bedrijfsvoorraad die de importeur voor mij faciliteert.
- 7 Ik ben tevreden over de wijze waarop de importeur mij ondersteunt bij invoering en onderhoud van datacommunicatie- en dealerautomatiseringssystemen.
- 8 Ik ben tevreden over de 'content' van de merksite, welke de importeur mij ter beschikking stelt voor onze bedrijfswebsite.
- 9 Ik ben tevreden over de meetwijze/methode waarop mijn importeur de CSI-meting uitvoert.
- 10 Ik ben tevreden over de wijze waarop mijn importeur omgaat met de resultaten van de CSI-meting.
- 11 De huidige activiteiten van mijn merk geven mijn bedrijf op langere termijn voldoende winstmogelijkheden.
- 12 Ik ben tevreden over hoe mijn importeur omgaat met non-conformiteitclaims van mijn klanten.

Stellingen met betrekking tot sales

- 13 Ik ben tevreden over hoe mijn importeur samen met mij de doelstellingen vaststelt.
- 14 De marge- en bonusstructuur verkoop nieuw van mijn importeur is voldoende duidelijk.
- 15 Ik ben tevreden over de hoogte van marges en bonussen op bestaande modellen en de opvolgers daarvan.
- 16 Ik ben tevreden over de hoogte van marges en bonussen op geheel nieuwe modelintroducties.
- 17 Ik ben tevreden over de hoogte van marges en bonussen op speciale uitvoeringen van bestaande modellen (business edition etc.)
- 18 De reclame die de importeur maakt voor nieuwe auto's vormt een goede verkoopondersteuning.
- 19 Ik ben tevreden over de verdeling van de kosten voor reclame/marketing tussen importeur en dealer.
- 20 De verkoopdocumentatie die de importeur aanbiedt vormt een goede verkoopondersteuning.
- 21 Ik ben tevreden over de kosten die worden doorbelast van commerciële opleidingen/trainingen die mijn importeur organiseert.
- 22 Ik ben tevreden over de kwaliteit van de commerciële opleidingen/trainingen die mijn importeur organiseert.
- 23 Ik ben tevreden over de mate waarin mijn bedrijf profiteert van de afspraken die de importeur maakt met fleetowners en leasemaatschappijen.
- 24 Ik ben tevreden over de mate waarin mijn bedrijf profiteert van de afspraken die de importeur maakt met rental maatschappijen.

- 25 Ik ben tevreden over de staat waarin de importeur nieuwe auto's bij mij aflevert.
- 26 Ik ben tevreden over de bestelprocedure voor nieuwe auto's.
- 27 Ik ben tevreden over de informatievoorziening vanuit de importeur over de leveringsstatus van bestelde auto's.
- 28 Ik ben tevreden over hoe de importeur mij ondersteunt richting mijn klant bij overschrijding van leveringstermijnen (ontbinding van koop door consument, waardeverlies in te ruilen voertuig en/of extra onderhoudskosten).
- 29 Ik ben tevreden over de afspraken met de importeur over het aantal en de modellenverdeling van showroomauto's en demo's.
- 30 Ik ben tevreden over de afspraken met de importeur over de betalingsregeling van showroomauto's en demo's.
- 31 Ik ben tevreden over het gebruikte wagen-programma van mijn importeur.
- 32 Ik ben tevreden over de wijze waarop medewerkers van de importeur ons bedrijf tijdens telefonische contacten behulpzaam zijn met sales gerelateerde vraagstukken.
- 33 Ik ben tevreden over de wijze waarop de importeur mij via de buitendienst op gebied van sales adviseert.

Stellingen met betrekking tot aftersales

- 34 Ik ben tevreden over de ondersteuning/medewerking die ik krijg van mijn importeur bij mijn aftersales marktwerking.
- 35 Ik ben tevreden over de technische ondersteuning door mijn importeur.
- 36 Ik ben tevreden over de kosten die worden doorbelast van de technische opleidingen/trainingen die mijn importeur organiseert.
- 37 Ik ben tevreden over de kwaliteit van de technische opleidingen/trainingen die mijn importeur organiseert.
- 38 Ik ben tevreden over de levertijd van onderdelen.
- 39 Ik ben tevreden over de hoogte van marges en bonussen van de importeur m.b.t. de verkoop van onderdelen.
- 40 Ik ben tevreden over de onderdelenvergoeding voor pakketprijzen.
- 41 Ik ben tevreden over de onderdelenvergoeding voor garantiewerkzaamheden.
- 42 Ik ben tevreden over het vastgestelde uurtarief voor pakketprijzen.
- 43 Ik ben tevreden over het vastgestelde uurtarief voor garantiewerkzaamheden.
- 44 Ik ben tevreden over de duidelijkheid van de procedure die mijn importeur hanteert bij garantieafhandeling.
- 45 Ik ben tevreden over de snelheid waarmee mijn importeur garantieclaims afhandelt.
- 46 Ik ben tevreden over het aantal goedgekeurde garantieclaims.
- 47 Ik ben tevreden over de wijze waarop mijn importeur het coulancebeleid na afloop van de garantie heeft ingericht.
- 48 Ik ben tevreden over de wijze waarop medewerkers van de importeur ons bedrijf tijdens telefonische contacten behulpzaam zijn met aftersales gerelateerde vraagstukken.
- 49 Ik ben tevreden over de wijze waarop de importeur mij via de buitendienst op gebied van aftersales adviseert.
- 50 Ik ben tevreden over de maatregelen die de importeur heeft genomen aangaande corona.

RODI Passenger Cars – List of Assertions

General Statements

- 1 My importer gives sufficient consideration to the input provided by dealers/dealer associations in taking decisions that affect dealers.
- 2 My importer keeps me well informed of its plans relating to the dealer network.
- 3 I am satisfied with my importer's conditions under which I am permitted to perform other activities in addition to my brand dealership (multi-brand, use of franchise formula, other forms of mobility, etc).
- 4 I am satisfied with the degree to which my importer provides me with advice about strategic issues.
- 5 I am satisfied with the degree to which my importer provides me with advice concerning financial issues.
- 6 I am satisfied with the financing conditions for the stock-in-trade facilitated for me by my importer.
- 7 I am satisfied about the way in which my importer supports me with the implementation and maintenance of data communication and dealer automation systems.
- 8 I am satisfied with the content of the brand site my importer makes available to me in support of our company website.
- 9 I am satisfied with the measuring method used by my importer for carrying out the Customer Satisfaction Index (CSI) survey.
- 10 I am satisfied with the way in which my importer uses the results of the CSI survey.
- 11 The current activities of my brand give my business sufficient profit-making opportunities over the long term.
- 12 I am satisfied with the way in which my importer handles the non-conformity claims of my customers.

Sales-Related Statements

- 13 I am satisfied with the way in which my importer establishes objectives in consultation with me.
- 14 The margin and bonus structures used by my importer for new sales are sufficiently clear.
- 15 I am satisfied with the level of margins and bonuses on existing models and their successors.
- 16 I am satisfied with the level of margins and bonuses on entirely new model introductions.
- 17 I am satisfied with the level of margins and bonuses on special versions of existing models (business edition, etc).
- 18 The advertising for new cars by my importer constitutes excellent sales support.
- 19 I am satisfied with the distribution of costs for advertising/marketing between importer and dealer.
- 20 The sales documentation provided by my importer constitutes an excellent sales support tool.
- 21 I am satisfied with the costs charged back for commercial education/training courses organised by my importer.
- 22 I am satisfied with the quality of the commercial education/training courses organised by my importer.
- 23 I am satisfied with the degree to which my business benefits from the arrangements made by my importer with fleet owners and leasing companies.
- 24 I am satisfied with the degree to which my business benefits from the arrangements made by my importer with rental companies.
- 25 I am satisfied with the condition in which new cars are delivered to me by my importer.

- 26 I am satisfied with the procedure for ordering new cars.
- 27 I am satisfied with the information provided to me by my importer about the delivery status of the cars ordered.
- 28 I am satisfied with the support provided to me by my importer in relation to my customers when delivery terms are exceeded (dissolution of the purchase by the consumer, loss of value of the trade-in vehicle and/or additional maintenance costs).
- 29 I am satisfied about the agreements with my importer concerning the number and distribution of models in the showroom and demos.
- 30 I am satisfied about the agreements with my importer concerning the payment scheme for showroom and demo cars.
- 31 I am satisfied with the used car programme of my importer.
- 32 I am satisfied with the way in which my importer's employees assist us during contacts by telephone concerning sales-related issues.
- 33 I am satisfied with the way in which my importer provides me with sales-related advice through its field service.

After-Sales-Related Statements

- 34 I am satisfied with the support/cooperation I receive from my importer for my after-sales marketing.
- 35 I am satisfied with the technical support I receive from my importer.
- 36 I am satisfied with the costs charged back for the technical education/training courses organised by my importer.
- 37 I am satisfied with the quality of the technical education/training courses organised by my importer.
- 38 I am satisfied with the parts delivery lead times.
- 39 I am satisfied with the level of margins and bonuses provided by my importer on the sale of parts.
- 40 I am satisfied with the compensation of parts for package pricing.
- 41 I am satisfied with the compensation of parts for work carried out under guarantee.
- 42 I am satisfied with the established hourly rate for package pricing.
- 43 I am satisfied with the established hourly rate for work carried out under guarantee.
- 44 I am satisfied with the clarity of the procedure used by my importer for handling guarantees.
- 45 I am satisfied with the speed with which my importer deals with guarantee claims.
- 46 I am satisfied with the number of approved guarantee claims.
- 47 I am satisfied with the way my importer has designed the goodwill policy following the expiry of the guarantee.
- 48 I am satisfied with the way in which my importer's employees assist us during contacts by telephone concerning after-sales-related issues.
- 49 I am satisfied with the way in which my importer provides me with after-sales-related advice through its field service.
- 50 I am satisfied with the measures taken by the importer regarding corona.