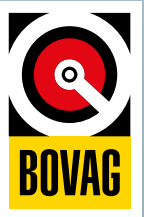




# **RODI Personenauto's 2013**

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



# Inhoud

Voorwoord	3	Ford	12	Opel	21	Volvo	30
Samenvatting	4-5	Honda	13	Peugeot	22	Alle Merken	31
Rangorde waarderingscijfers	6	Hyundai	14	Renault/Dacia	23	Rangorde waarderingscijfers	32
Vershil 2013 t.o.v. 2012	6	Jaguar	15	Seat	24	Respons	33
Alfa Romeo	7	Kia	16	Škoda	25	Ontwikkeling standards sales	34
Audi	8	Land Rover	17	Subaru	26	Ontwikkeling standards after sales	34
BMW/MINI	9	Mazda	18	Suzuki	27	Stellingenlijst RODI Personenauto's	35
Citroën	10	Mitsubishi	19	Toyota/Lexus	28		
Fiat	11	Nissan	20	Volkswagen	29		

## Colofon

### Vershil 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 2013 en 2012.

Dit kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie.

### Uitgave

BOVAG Autodealers

### Onderzoek

BOVAG Onderzoek

### Vormgeving & Projectbegeleiding

Sabel Communicatie, sabelcommunicatie.nl

### Eindredactie

BOVAG Autodealers

# RODI Personenauto's 2013

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



# Voorwoord

Met gepaste trots presenteren wij deze 27e editie van het Relatie Onderzoek Dealer Importeur (RODI). Hiervoor hebben we een iets andere aanpak gekozen dan andere jaren. Voor het eerst hebben we de dealers per e-mail gevraagd om de vragenlijst digitaal in te vullen. Dat heeft een respectabel aantal reacties opgeleverd.

Toch blijft het merkwaardig om te zien dat er nog altijd dealerorganisaties zijn die nauwelijks op onze oproep reageren. Het aantal reacties uit het netwerk van Mercedes-Benz is zo laag dat zelfs geen indicatie kan worden afgegeven, bij Honda, BMW en MINI zijn de onderzoeksresultaten door de lage respons slechts indicatief. Hebben deze dealers niets te bespreken met hun importeur? Loopt alles daar op rolletjes? Ik kan het me nauwelijks voorstellen.

Het op neutrale wijze samengestelde RODI-rapport is voor dealerbedrijven én dealerverenigingen dé gelegenheid om met hun importeur de onderwerpen te benoemen die al helemaal goed gaan. Uitzonderingen daargelaten gaat er ook veel goed tussen de importeur en het dealernetwerk. Dat mag ook wel eens worden gezegd. Toch blijft het essentieel om zaken die beter kunnen bespreekbaar te maken. Dat is een belangrijke functie van dit onderzoek. Gezien de resultaten is een aantal punten best voor verbetering vatbaar. Opleidingen zijn bijvoorbeeld erg belangrijk, maar dealerbedrijven blijken moeite te hebben met de kosten die dat met zich meebrengt. Ook valt op dat bij verschillende merken de standards strenger zijn geworden. Natuurlijk vraagt het bewaken van standards en de merkidentiteit serieuze aandacht. Maar in deze tijden van economische

tegenspoed heeft ook het verdienmodel van het dealerbedrijf die aandacht nodig. Hoe belangrijk het ook is om te voldoen aan allerlei regels die vanuit de importeur of fabrikant worden opgelegd, de primaire aandacht dient uit te gaan naar het verkopen en onderhouden van auto's en daarmee tevreden klanten hebben en behouden. En er is zeker geen direct verband tussen het voldoen aan alle standards en een hoge score op klanttevredenheid.

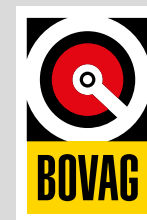
Positief is verder de gestegen waardering voor de ondersteuning die sommige importeurs bieden bij de verkoop van occasions. Daar hebben de teruglopende verkoopaantallen van nieuwe auto's ongetwijfeld iets mee te maken. Maar tegelijkertijd blijkt hieruit dat steeds meer dealers en hun importeurs beseffen dat de verkoop van occasions belangrijk is voor het uiteindelijke bedrijfsresultaat. De winstmogelijkheden op langere termijn worden weliswaar iets beter (+0,4%) gewaardeerd dan vorig jaar, maar de score blijft onvoldoende. We moeten af van het verdienmodel waarbij de omzet uit after sales de kurk is waar de meeste merkdealers op drijven.

Ik roep importeurs en hun dealerverenigingen dan ook op hierover met elkaar in gesprek te blijven. Voor dealerbedrijven biedt dit rapport in elk geval meer dan voldoende houvast om op basis van gedegen informatie de discussie aan te gaan.

Eric Tak  
Voorzitter BOVAG Autodealers

## RODI Personenauto's 2013

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



# Samenvatting

## Uitgangspunten

Eind 2013 is voor de 27ste keer het Relatie Onderzoek Dealer Importeur uitgevoerd. Voor het eerst zijn de dealers benaderd via een e-mail met daarin een link naar de digitale vragenlijst van het RODI. In totaal zijn 1.872 leden aangeschreven met gemiddeld 1,7 merken per vestiging. In totaal is de vragenlijst 833 maal ingevuld, dit komt neer op een responspercentage van 26,9 procent. Dat is 12,6 procentpunten lager dan in 2012 (39,5%) en 11,9 procentpunten lager dan in 2011 (38,9%). Dit responspercentage staat garant voor een representatief beeld. Het RODI-onderzoek is gehouden van december tot en met half januari.

Net als vorig jaar bestaat de stellinglijst uit 49 stellingen, twee vragen over standards en een rapportcijfervraag (zie de stellingenlijst achterin). Twee jaar geleden is de stellinglijst grondig herzien en voor dit jaar is dan ook dezelfde stellinglijst gebruikt. Dit zorgt ervoor dat de cijfers goed vergeleken kunnen worden met de vorige twee jaren.

In totaal zijn vierentwintig merkorganisaties opgenomen in dit rapport en vindt u van elk merk een apart overzicht inclusief een beknopte analyse. Vervolgens zijn er verschillende totaaloverzichten opgenomen. De merken Chevrolet, Jeep, Lancia, Mercedes-Benz en Ssang Yong ontbreken dit jaar in verband met een te lage respons. De resultaten van de merken Alfa Romeo, BMW/MINI, Honda, Jaguar, Land Rover en Subaru zijn indicatief. Ze zijn wel opgenomen in het rapport, maar krijgen geen algemeen waarderingscijfer en staan daardoor niet in de rangorde. Dit jaar zijn de cijfers van Toyota en Lexus samengevoegd. Om een goede vergelijking met voorgaande jaren mogelijk te maken, zijn de cijfers van Toyota en Lexus over 2012 en 2011 opnieuw berekend.

Merken worden alleen opgenomen in de rapportage als de respons aan de volgende criteria voldoet. Indien een merk 25 respondenten (n=25) of meer heeft zijn de resultaten representatief 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, 50%-80% respons: opgenomen als indicatief, minder dan 50% respons: niet opgenomen.

## Resultaten algemeen

Het algemene waarderingscijfer komt in 2013 uit op een 6,3, dat is 0,1 punt hoger dan in 2012. Voor het eerst sinds 2010 is het rapportcijfer weer gestegen. In 2010 scoorden de importeurs gemiddeld nog een 6,6 en in 2011 was dit cijfer gedaald naar een 6,4. In 2012 is het cijfer verder gedaald naar een 6,2.

### De drie stellingen met de hoogste rapportcijfers over alle merken:

	2013	2012
1. Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	7,7	7,6
2. Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	6,9	6,9
3. Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	6,6	6,3

De stelling: 'Staat van nieuwe auto's bij aflevering (25)' is net als in voorgaande jaren het hoogst gewaardeerd. Het rapportcijfer voor deze stelling steeg wederom met 0,1 punt van een 7,6 naar een 7,7 (2011: 7,5). Alle overige stellingen worden aanzienlijk lager gewaardeerd. Zo scoort de nummer twee, van de top-drie hoogst gewaarde stellingen, 0,8 punt lager. Op de tweede plaats staat wederom 'Bestelprocedure nieuwe auto's (26)'. Het rapportcijfer van deze stelling is net als vorig jaar een 6,9. De kwaliteit van technische opleidingen en trainingen (37) is verbeterd en wordt nu beoordeeld met een 6,6 (2012: 6,3) en staat daarmee op de derde plaats.

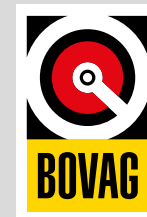
### Top-drie verbeterpunten:

	2013	2012
1. Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	4,4	4,6
2. Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	4,5	4,8
3. Marges/bonussen op speciale uitvoeringen (17)	4,9	5,0

De dealers zijn het meest ontevreden over de kosten van de opleidingen (36). De stelling over de kosten voor de technische opleidingen en trainingen wordt gewaardeerd met een 4,4, dat is 0,2 punt lager dan in 2012. Ook de stelling over de commerciële opleidingen en trainingen (21) wordt lager gewaardeerd (2013: 4,5, 2012: 4,8). Nummer drie in de top-drie van verbeterpunten is de marge/bonussen op speciale uitvoeringen van bestaande modellen (17). Dit punt wordt gewaardeerd met een 4,9 (2012: 5,0).

# RODI Personenauto's 2013

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



# Samenvatting

## De meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van vorig jaar:

	Vershil in waarderingscijfer*
- Gebruikte wagenprogramma (31)	+0,6
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+0,4
- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+0,4

In 2013 worden achttien van de 49 stellingen beter gewaardeerd dan in 2012. Het gebruikte wagenprogramma (31) maakt de grootste sprong voorwaarts. In 2012 werd dit punt met een 5,0 beoordeeld en dit cijfer is in 2013 gestegen naar een 5,6. De winstmogelijkheden op langere termijn (11) zijn ook verbeterd, maar blijft onvoldoende. Vorig jaar kreeg deze stelling de laagste waardering (4,6) en dit jaar stijgt het met 0,4 punten naar een 5,0. De kwaliteit van de technische trainingen is gestegen van een nipte 6,3 naar een ruime 6,6.

## De grootste achteruitgang in waardering zien we bij onderstaande punten:

	Vershil in waarderingscijfer:*
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	-0,3
- Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	-0,3
- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	-0,2

Het waarderingscijfer voor de stelling 'Kosten voor commerciële opleidingen en trainingen (21)' daalt van een 4,8 naar 4,5. De stelling 'Kosten voor technische opleidingen en trainingen (36)' daalt van een 4,6 naar een 4,4. De dealers zijn ook minder tevreden over de voorwaarden die de importeur stelt voor andere activiteiten naast het merkdealerschap. In 2012 was de waardering voor deze stelling een 5,9, maar in 2013 is dit gedaald naar een 5,7.

In totaal zijn er achttien stellingen die hoger scoren, elf stellingen die gelijk scoren en twintig stellingen die lager scoren vergeleken met vorig jaar. Dit is aanzienlijk beter dan in 2012, toen kregen maar liefst 30 stellingen een lagere waardering dan in 2011.

## Standards

Ieder jaar wordt in het RODI gevraagd of de sales en de after sales standards zijn verzaamd, versoepeld of gelijk zijn gebleven. Dit wordt altijd vergeleken met het voorgaande jaar (zie overzicht standards totaal en de merken). Volgens 26 procent van de dealers zijn de sales standards in 2013 verzaamd, 8 procent geeft aan dat ze versoepeld zijn en volgens 67 procent zijn ze gelijk gebleven. De after sales standards zijn volgens 21 procent van de dealers verzaamd en volgens 3 procent versoepeld. Meer dan driekwart (76%) van de dealers geeft aan dat de after sales standards gelijk zijn gebleven. De drie merken, waarvan het grootste percentage dealers aangeeft dat de sales standards zijn verzaamd, zijn: BMW/MINI (69%), Land Rover (60%) en Ford (54%). Bij de after sales standards zijn dat: Land Rover (60%), Škoda (50%) en BMW/MINI (44%).

## Resultaten merken

Zoals eerder aangegeven zijn er dit jaar 18 merken opgenomen in de rangorde. De resultaten van de merken Alfa Romeo, BMW/MINI, Honda, Jaguar, Land Rover en Subaru zijn niet opgenomen in de rangorde in verband met een te lage respons. Volvo staat in 2013 met een ruime voorsprong op de eerste plaats. Volvo wordt gewaardeerd met een 8,7, dat is maar liefst 0,7 punt hoger dan in 2012. In 2011 stond Volvo ook op de eerste plaats. De tweede plaats is voor Audi, met een 7,6 behalen zij dezelfde score als in 2012. De derde plaats op het podium is voor Volkswagen. Ook Volkswagen krijgt hetzelfde waarderingscijfers als in 2012 (7,5). De grootste sprong voorwaarts wordt gemaakt door Mitsubishi. Het waarderingscijfer van Mitsubishi stijgt van een 5,7 naar 7,2. Ook Opel wordt met een 6,9 aanzienlijk beter gewaardeerd dan in 2012 (+0,9 punt).

De grootste sprong achterwaarts wordt gemaakt door Fiat. In 2012 kreeg Fiat nog net een voldoende (5,5), maar in 2013 is het waarderingscijfers gezakt naar een 4,3. Daarmee eindigen zij op de één na laatste plaats. Net als in 2012 staat Nissan op de laatste plaats. Nissan wordt gewaardeerd met een 4,2, dit is 0,2 punt hoger dan in 2012. Naast Fiat en Nissan krijgt Mazda (5,4) ook een onvoldoende van de dealers. In totaal gaan tien merken in algemene waardering erop vooruit, vijf merken krijgen hetzelfde waarderingscijfer en drie merken scoren lager dan in 2012.

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

# Rangorde waarderingscijfers 2013

Merk	Cijfer	Positie
Volvo	8,7	1
Audi	7,6	2
Volkswagen	7,5	3
Toyota/Lexus	7,4	4
Mitsubishi	7,2	5
Opel	6,9	6
Hyundai	6,6	7
Peugeot*	6,5	8
Citroën	6,5	8
Suzuki*	6,4	10
Škoda	6,4	10
Kia*	6,3	12
Renault/Dacia	6,3	12
Ford	6,2	14
Seat	5,9	15
Mazda	5,4	16
Fiat	4,3	17
Nissan	4,2	18
<b>Alle Merken</b>	<b>6,3</b>	

\* Eerstgenoemde in de ranglijst scoort op decimalen hoger.

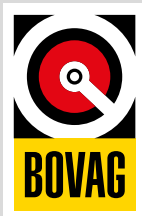
## Vershil 2013 t.o.v. 2012

Merk	Vershil
Mitsubishi	1,5
Opel	0,9
Volvo	0,7
Škoda	0,6
Toyota/Lexus	0,4
Nissan	0,2
Kia	0,2
Seat	0,2
Ford	0,2
Citroën	0,1
Peugeot	0,0
Renault/Dacia	0,0
Volkswagen	0,0
Hyundai	0,0
Audi	0,0
Mazda	-0,1
Suzuki	-0,4
Fiat	-1,2

# RODI Personenauto's 2013

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

De merken Alfa Romeo, BMW/MINI, Honda, Jaguar, Land Rover en Subaru zijn in verband met een te lage respons niet opgenomen in de rangorde.





# Alfa Romeo\*

Verskil in rapportcijfer punten

Naar inhoud

Naar stellingenlijst

## Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+0,6
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+0,5
Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	+0,5

## Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-2,6
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-2,5
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-2,5

## Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+0,7
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	+0,7
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+0,6

## Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Inbreng bij beslissingen (1)	-2,5
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-2,2
Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)	-2,2

\* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



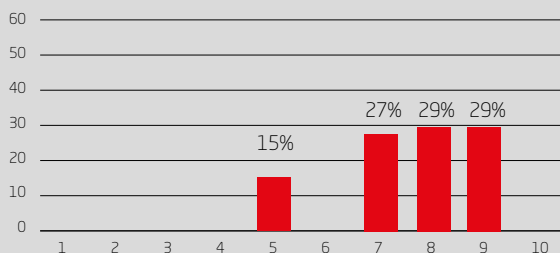
2013 2012 2011

# Audi

# 7,6

## Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondententen dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 7,6

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Vaststelling doelstellingen met importeur (1.3) +2,3  
 Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) +2,0  
 Winstmogelijkheden langere termijn (1.1) +1,8

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Behulpzaamheid telefonische contacten after sales (48) -0,4  
 Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) 0,0  
 Uurtarief garantiewerkzaamheden (43) 0,0

Naar inhoud

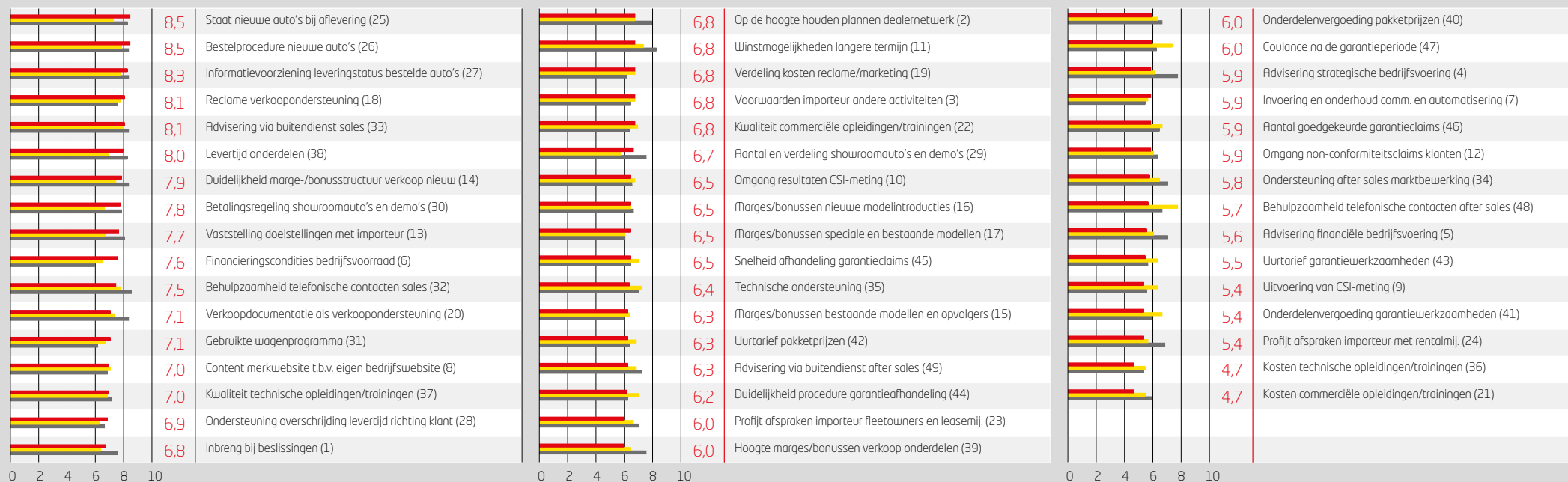
Naar stellingenlijst

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Staat nieuwe auto's bij aflevering (25) +1,2  
 Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6) +1,1  
 Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) +1,0

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Behulpzaamheid telefonische contacten after sales (48) -2,1  
 Coulonce na de garantieperiode (47) -1,4  
 Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41) -1,3



2013 2012 2011



### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+3,5
Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	+2,4
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+2,3

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Levertijd onderdelen (38)	-2,9
Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)	-1,2
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-0,6

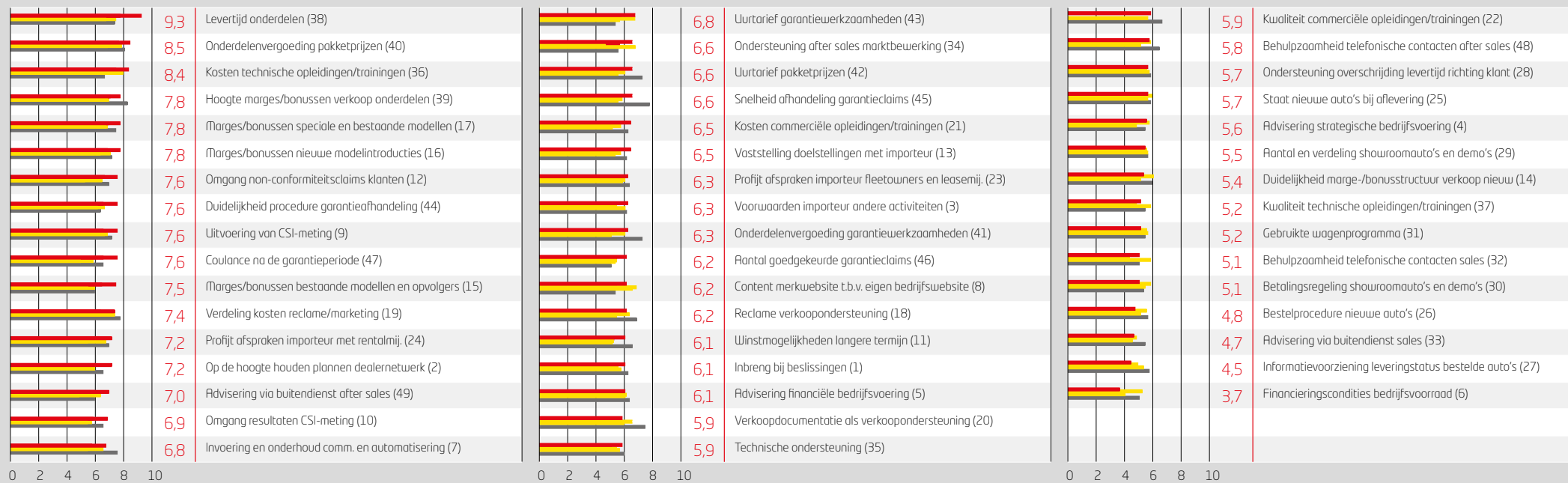
### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	+2,6
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+2,5
Gebruikte wagenprogramma (31)	+2,4

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)	-1,3
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-1,2
Levertijd onderdelen (38)	-1,0

\* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

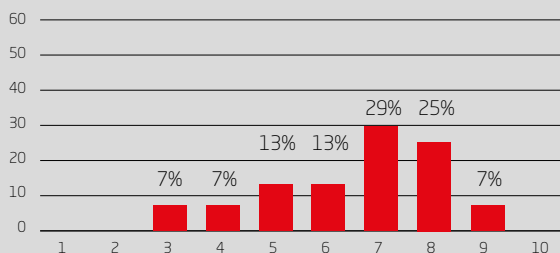


# Citroën

# 6,5

## Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Vershil in rapportcijfer punten

## Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur

6,5

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	+1,3
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	+1,1
Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	+1,1

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

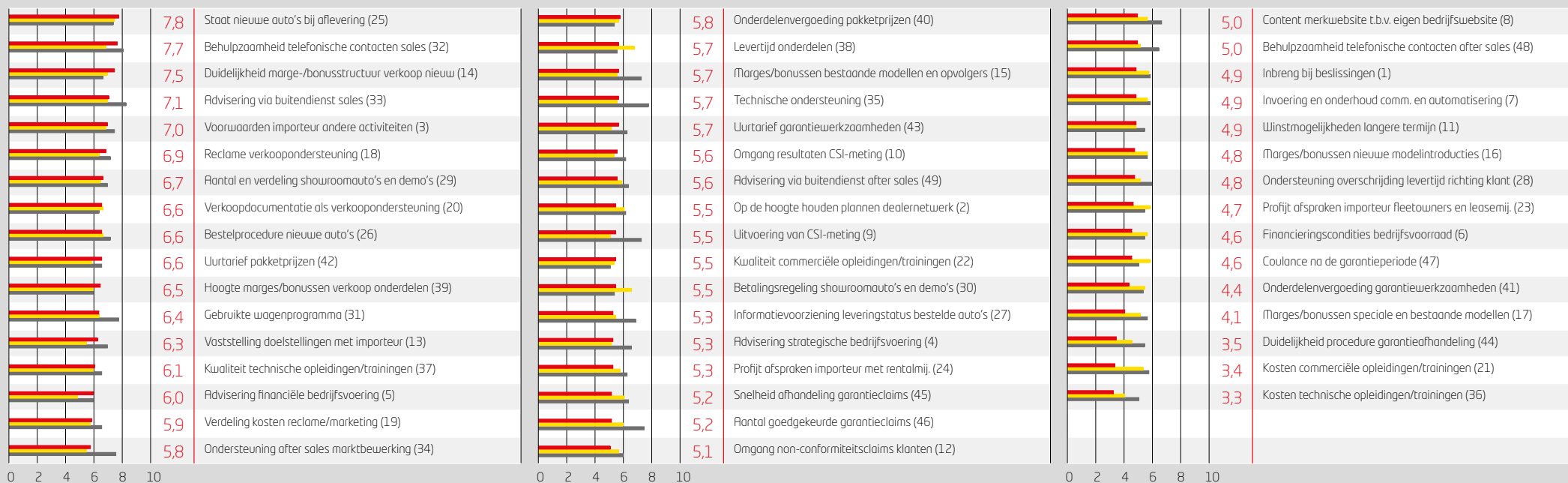
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	-1,8
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	-1,2
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Adviesing financiële bedrijfsvoering (5)	+1,0
Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	+0,8
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	-1,9
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,3
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	-1,2

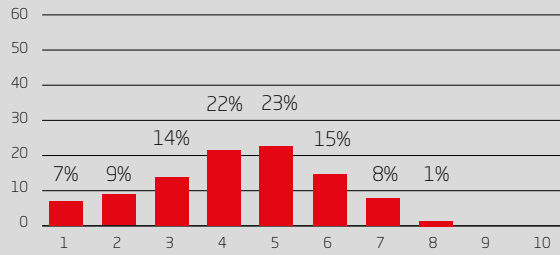


2013 2012 2011

# Fiat

# 4,3

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



Vershil in rapportcijfer punten

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

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 4,3

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	+0,7
Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)	+0,4
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+0,3

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

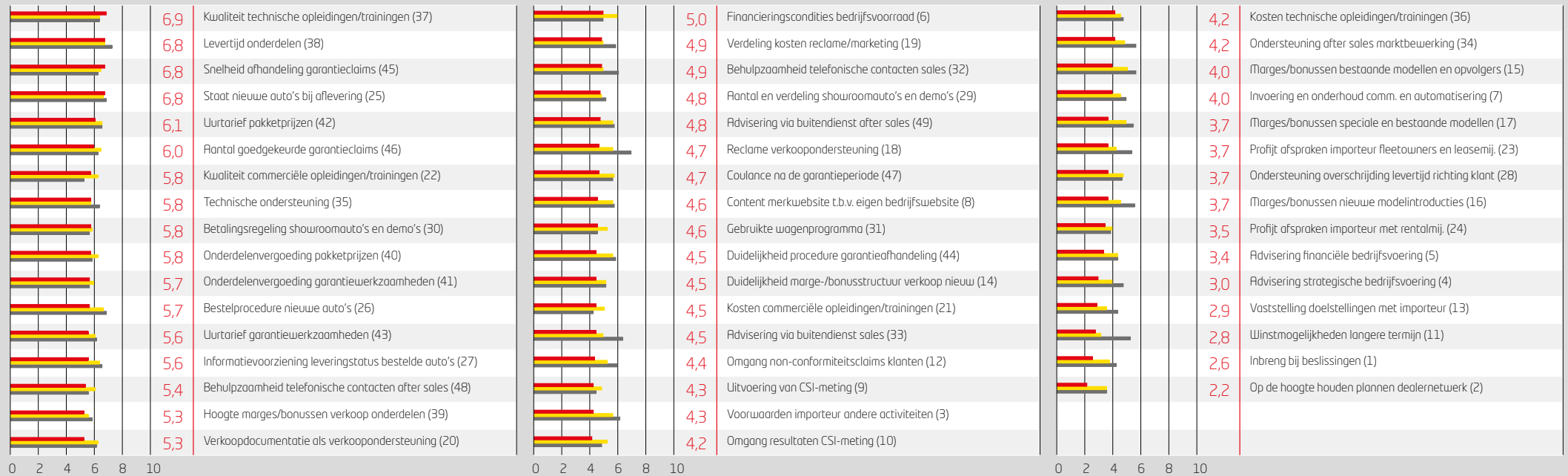
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-3,0
Inbreng bij beslissingen (1)	-2,5
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-2,5

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+0,5
Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	+0,3
Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	+0,1

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-1,4
Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	-1,4
Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17)	-1,3



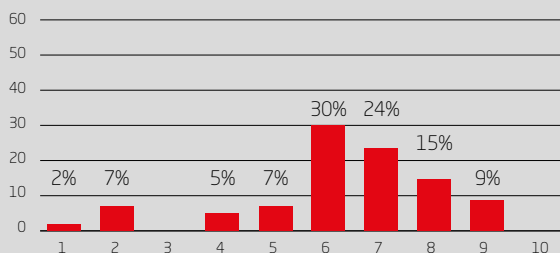
2013 2012 2011

# Ford

# 6,2

### Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

### Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur

6,2

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	+0,9
Advisering via buitendienst sales (33)	+0,8
Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24)	+0,7

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	-2,3
Levertijd onderdelen (38)	-1,6
Gebruikte wagenprogramma (31)	-1,6

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24)	+1,0
Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	+0,9
Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41)	+0,8

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-0,8
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	-0,8
Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	-0,6



2013 2012 2011



**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Coulance na de garantieperiode (47)	+1,8
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	+1,4
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+1,3

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Gebruikte wagenprogramma (31)	+2,2
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	+1,7
Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17)	+1,7

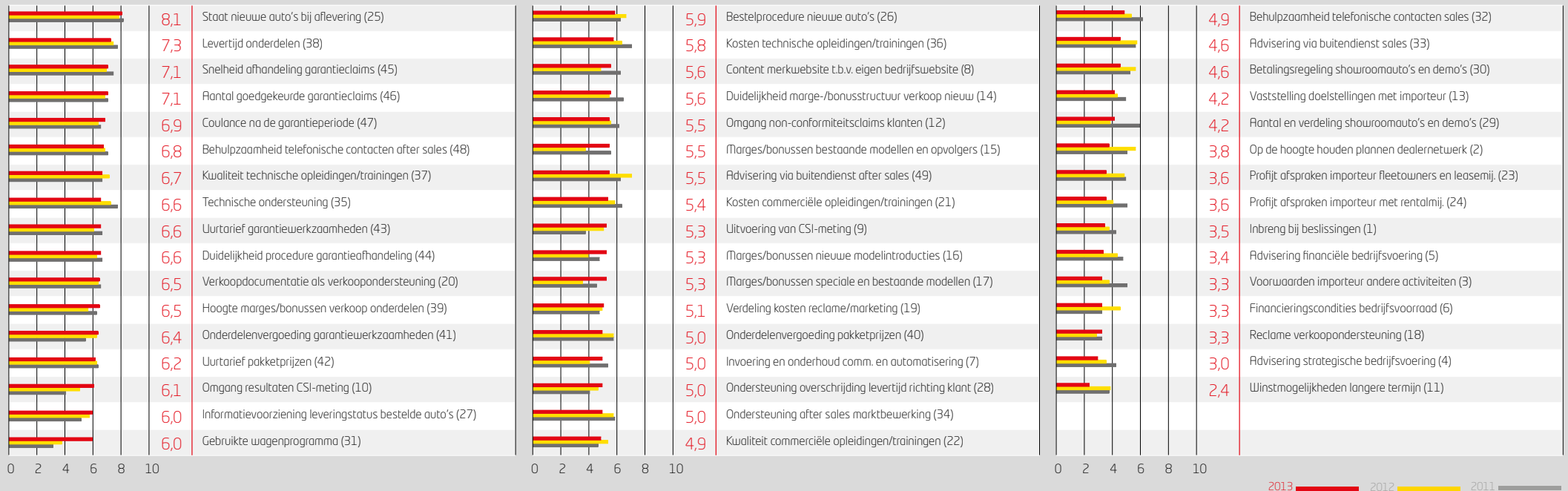
**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

Reclame verkoopondersteuning (18)	-3,0
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-2,6
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-2,5

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Advisering via buitendienst after sales (49)	-1,6
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-1,5
Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	-1,4

\* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

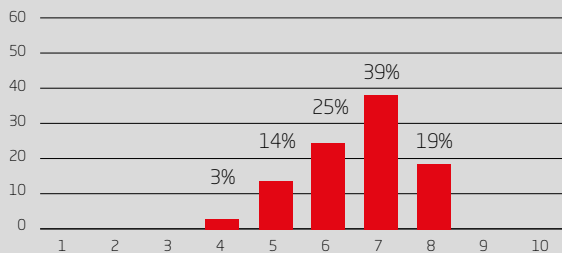


# Hyundai

# 6,6

### Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 6,6

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Advisering via buitendienst after sales (49)	+1,4
Ondersteuning after sales marktwerking (34)	+1,2
Technische ondersteuning (35)	+1,1

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

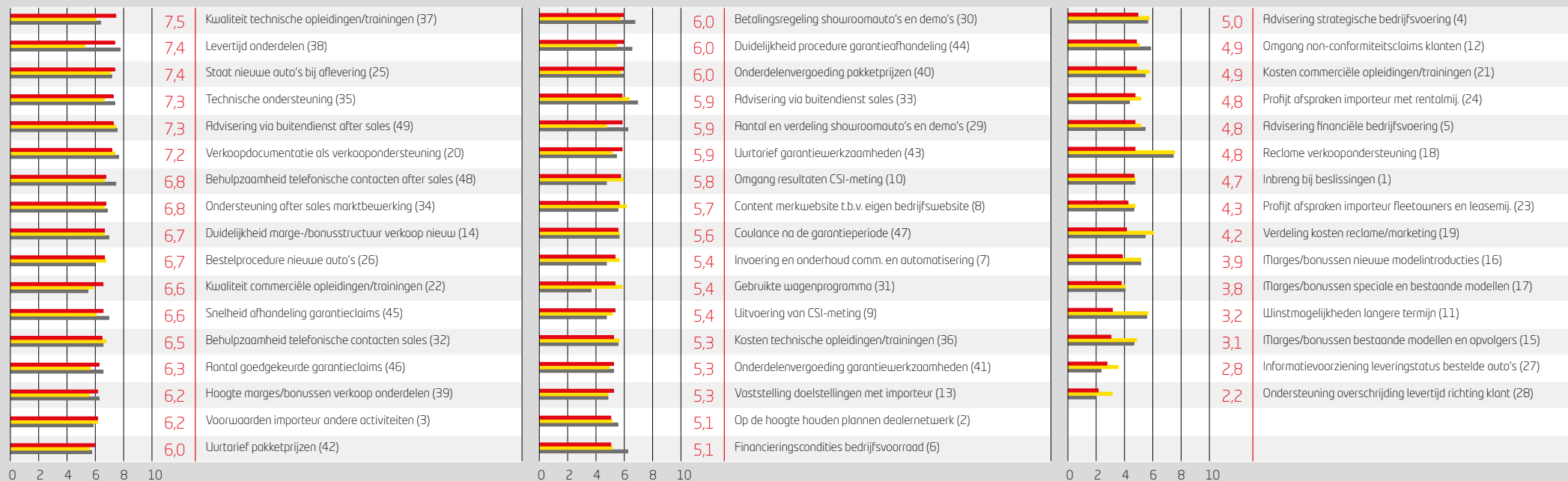
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	-3,6
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	-2,7
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	-1,9

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Levertijd onderdelen (38)	+2,1
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+1,4
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	+1,1

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Reclame verkoopondersteuning (18)	-2,9
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-2,5
Verdeling kosten reclame/marketing (19)	-1,9



2013 2012 2011



### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)	+2,7
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+2,0
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+2,0

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)	+1,7
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,5
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+1,4

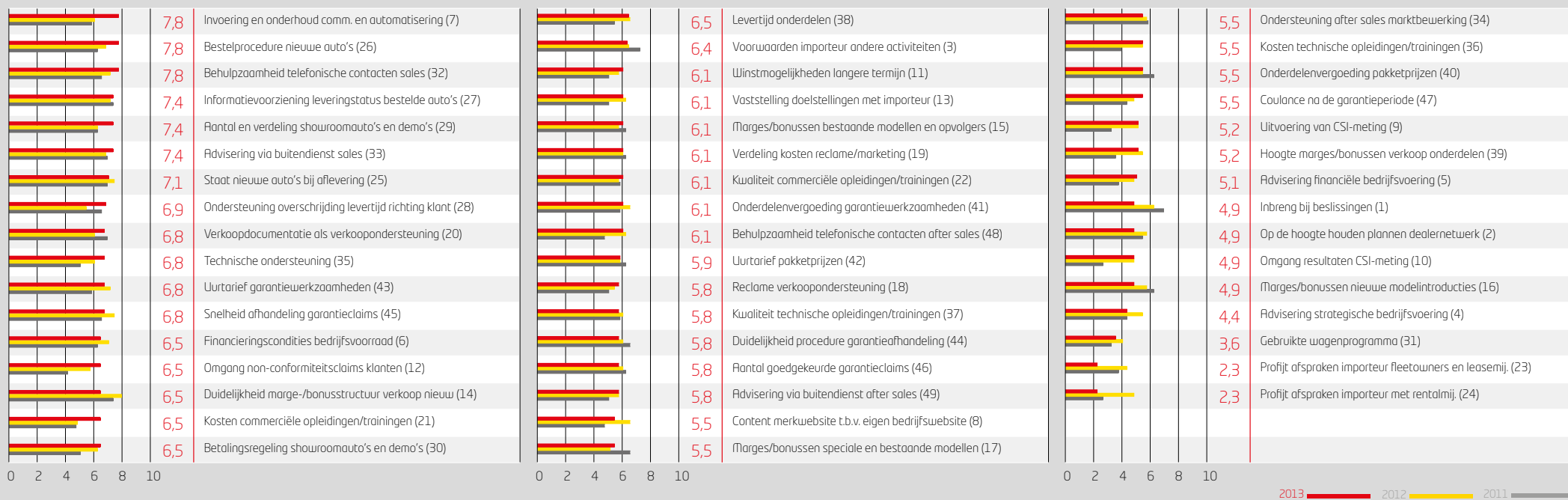
### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-2,9
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	-2,7
Gebruikte wagenprogramma (31)	-2,0

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	-2,6
Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-2,1
Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	-1,6

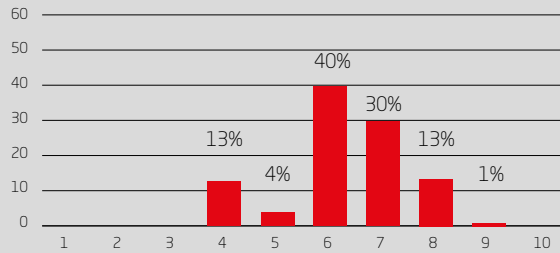
\* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



# Kia

# 6,3

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



Verskil in rapportcijfer punten

[Naar inhoud](#)

[Naar stellingenlijst](#)

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 6,3

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Reclame verkoopondersteuning (18)	+2,0
Gebruikte wagenprogramma (31)	+1,1
Advisering via buitendienst after sales (49)	+0,8

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

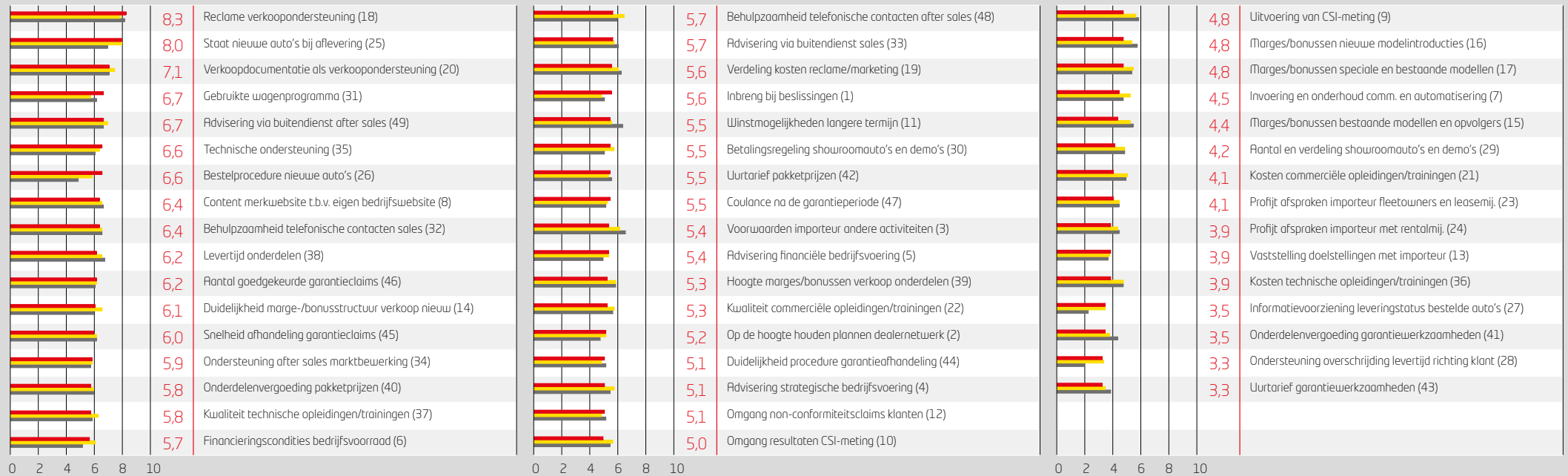
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	-2,9
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	-2,3
Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)	-1,8

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Gebruikte wagenprogramma (31)	+0,9
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	+0,7
Inbreng bij beslissingen (1)	+0,7

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	-1,0
Uitvoering van CSI-meting (9)	-0,9
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	-0,9



2013 2012 2011

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+2,1
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	+1,7
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,7

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Niet van toepassing

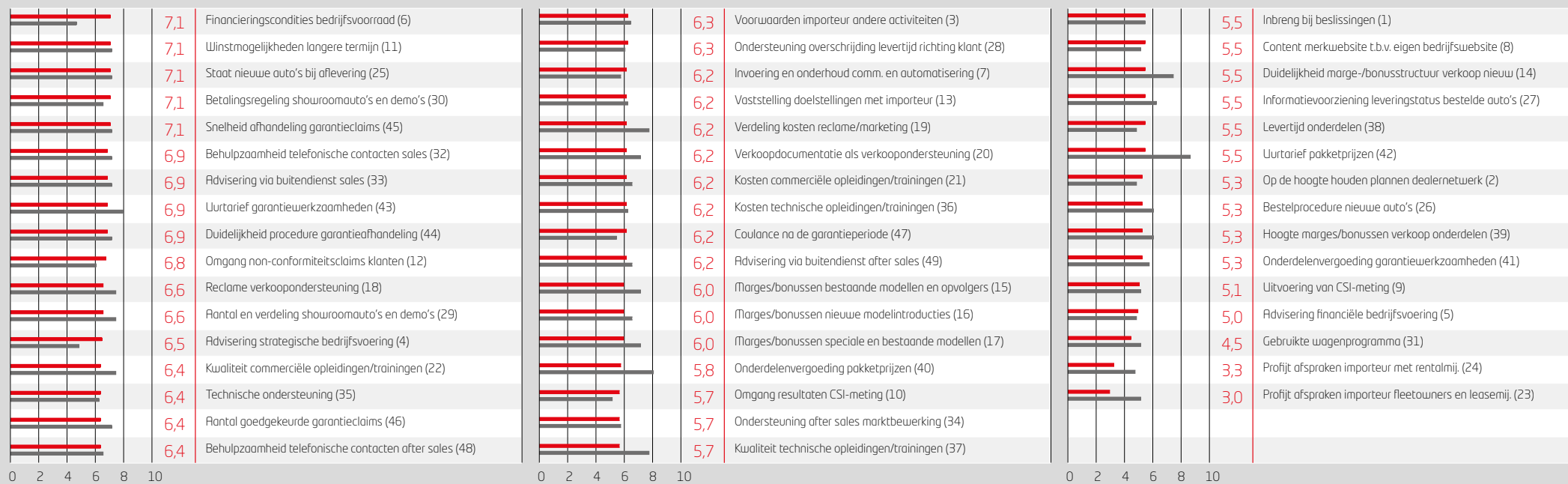
**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-2,2
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	-1,7
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	-1,6

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Niet van toepassing

\* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

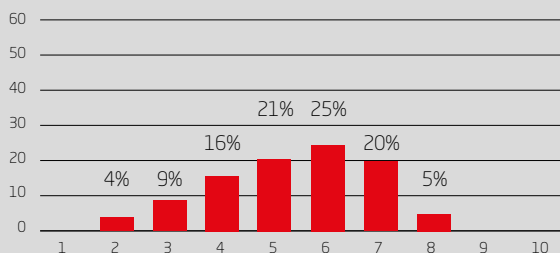


# Mazda

# 5,4

## Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

[Naar inhoud](#)

[Naar stellingenlijst](#)

## Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur

5,4

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Voorwaarden importeur andere activiteiten (3) +0,0  
 Staat nieuwe auto's bij aflevering (25) +0,0

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

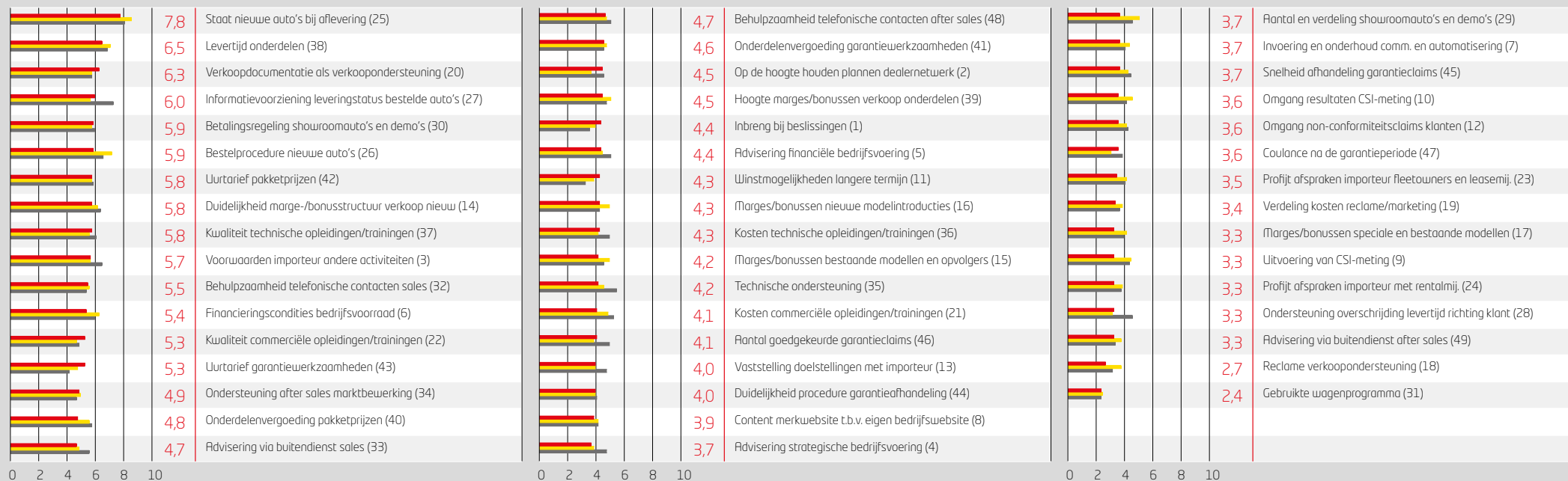
Reclame verkoopondersteuning (18) -3,6  
 Gebruikte wagenprogramma (31) -3,2  
 Advisering via buitendienst after sales (49) -2,6

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) +0,8  
 Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) +0,5  
 Coulonce na de garantieperiode (47) +0,5

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) -1,4  
 Bestelprocedure nieuwe auto's (26) -1,3  
 Uitvoering van CSI-meting (9) -1,3



2013 2012 2011



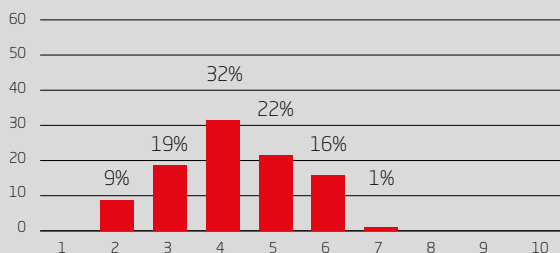


# Nissan

# 4,2

### Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondentent dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

Naar inhoud

Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 4,2

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +0,5  
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) +0,1

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

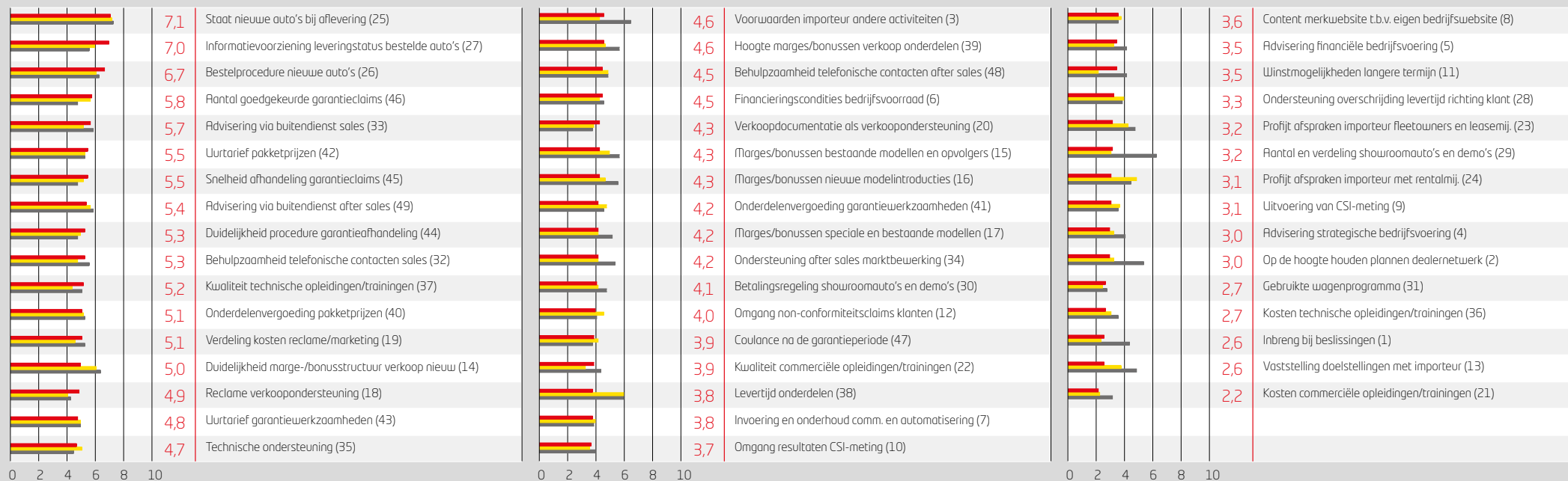
Gebruikte wagenprogramma (31) -2,9  
Vaststelling doelstellingen met importeur (13) -2,8  
Levertijd onderdelen (38) -2,8

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Winstmogelijkheden langere termijn (11) +1,3  
Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) +1,0  
Reclame verkoopondersteuning (18) +0,8

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Levertijd onderdelen (38) -2,2  
Profijt afspraken importeur met rentalmaatschappij (24) -1,8  
Vaststelling doelstellingen met importeur (13) -1,3



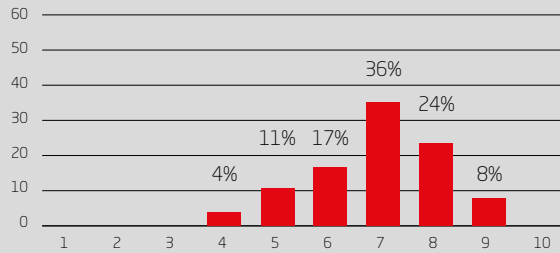
2013 2012 2011



# Opel

# 6,9

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



Verskil in rapportcijfer punten

Naar inhoud

Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 6,9

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

- Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17) +1,6
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) +1,5
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) +1,5

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

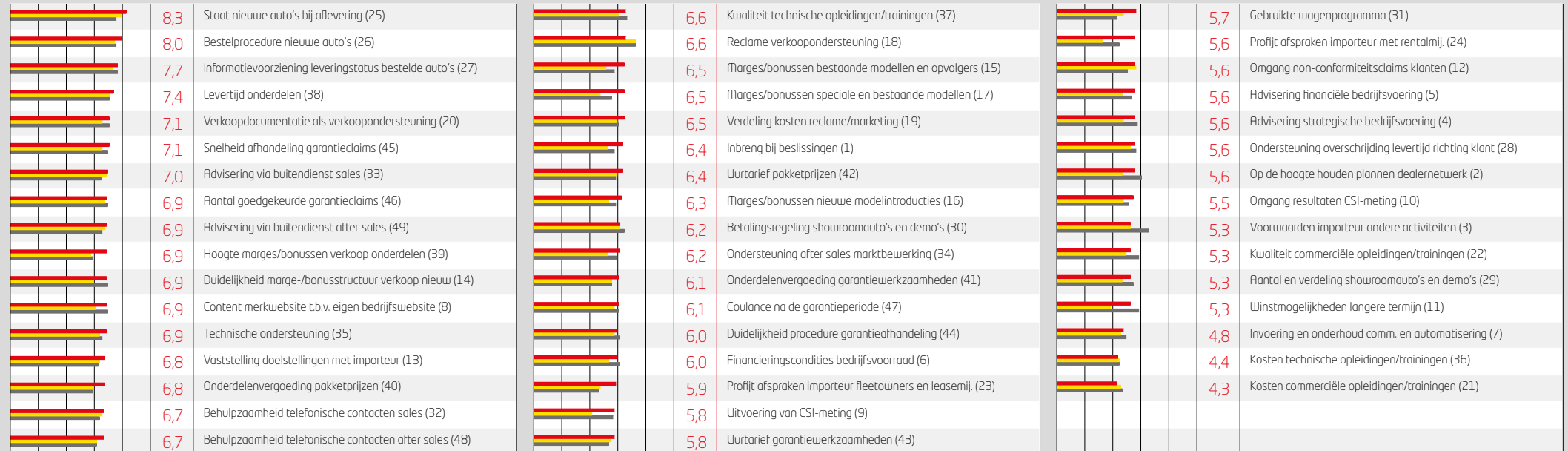
- Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) -0,6
- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) -0,5
- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3) -0,3

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

- Profijt afspraken importeur met rentalrij (24) +2,4
- Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17) +1,7
- Uitvoering van CSI-meting (9) +1,6

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

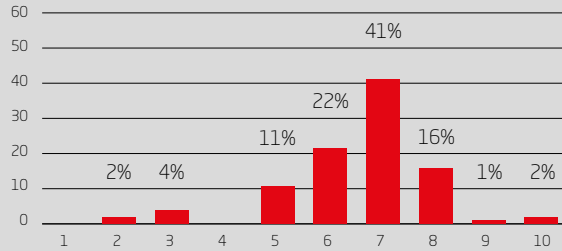
- Reclame verkoopondersteuning (18) -0,7
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) -0,3
- Kosten technische opleidingen/trainingen (36) -0,1



# Peugeot

# 6,5

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



Verskil in rapportcijfer punten

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 6,5

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Levertijd onderdelen (38)	+1,3
Reclame verkoopondersteuning (18)	+1,3
Inbreng bij beslissingen (1)	+1,0

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

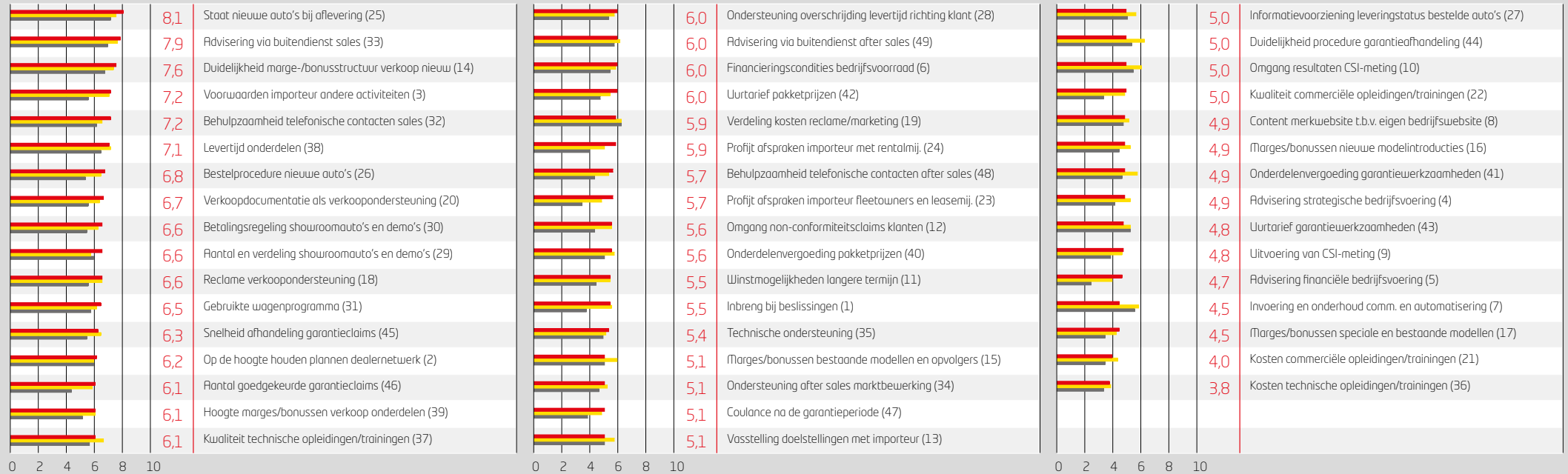
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-0,9
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-0,8
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	-0,8

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	+0,8
Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	+0,8
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+0,8

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)	-1,4
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,3
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	-1,1

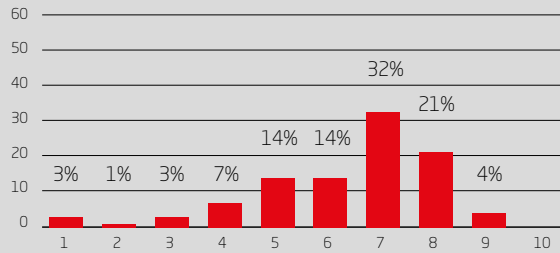


2013 2012 2011

# Renault/Dacia

# 6,3

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



Verskil in rapportcijfer punten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 6,3

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

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

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

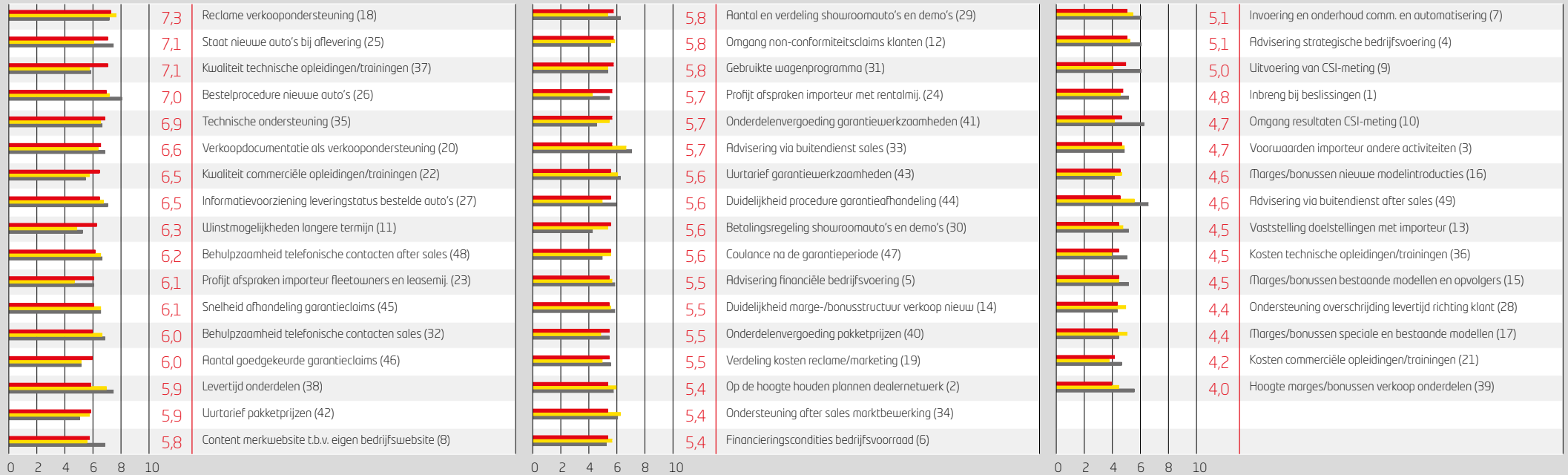
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-1,4
Advisering via buitendienst after sales (49)	-1,3
Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	-1,0

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij (23)	+1,5
Profijt afspraken importeur met rentalmij (24)	+1,4
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+1,3

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Levertijd onderdelen (38)	-1,0
Advisering via buitendienst after sales (49)	-1,0
Advisering via buitendienst sales (33)	-1,0

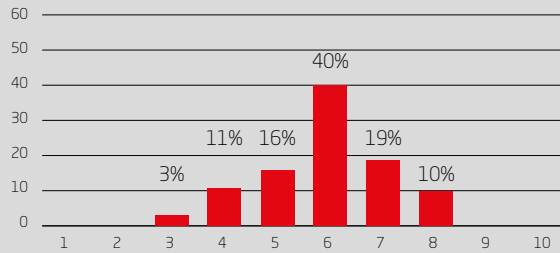


2013 2012 2011

# Seat

# 5,9

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



Verskil in rapportcijfer punten

**Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur** 5,9

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Levertijd onderdelen (38) +1,3  
Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +1,2  
Vaststelling doelstellingen met importeur (13) +1,0

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

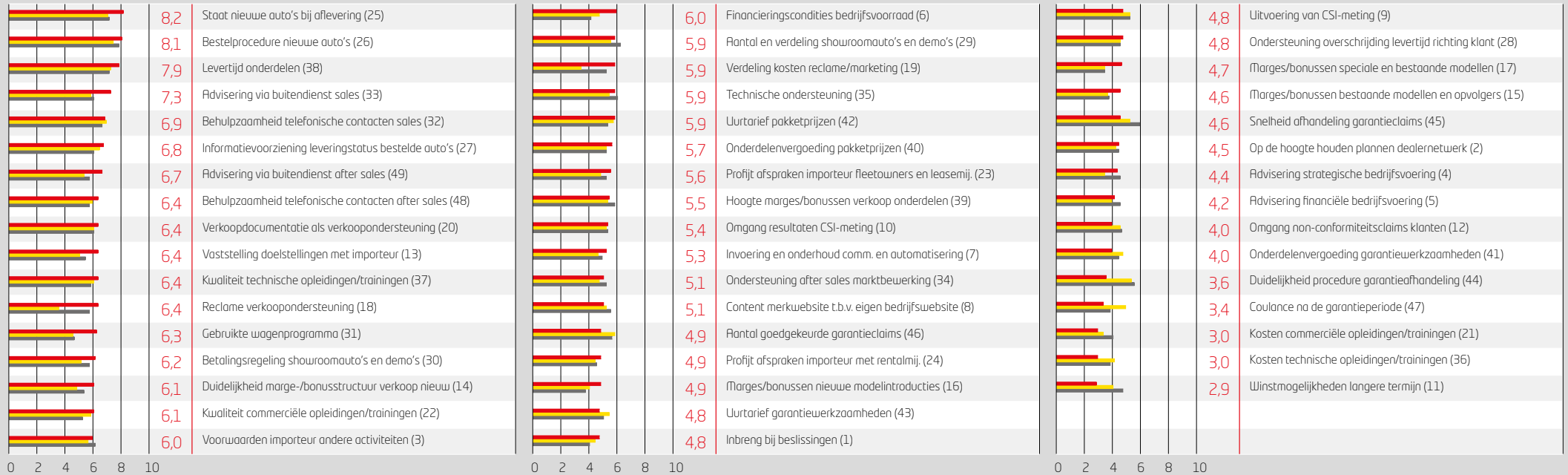
Winstmogelijkheden langere termijn (11) -2,1  
Coulance na de garantieperiode (47) -1,7  
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -1,6

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Reclame verkoopondersteuning (18) +2,8  
Verdeling kosten reclame/marketing (19) +2,4  
Gebruikte wagenprogramma (31) +1,6

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -1,8  
Coulance na de garantieperiode (47) -1,6  
Kosten technische opleidingen/trainingen (36) -1,3



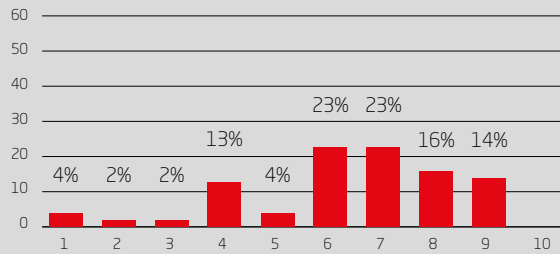
2013 2012 2011



# Škoda

# 6,4

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



Verskil in rapportcijfer punten

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 6,4

**Meest positieve punten ten opzichte van alle merken**

Reclame verkoopondersteuning (18)	+1,0
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+0,7
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+0,5

**Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken**

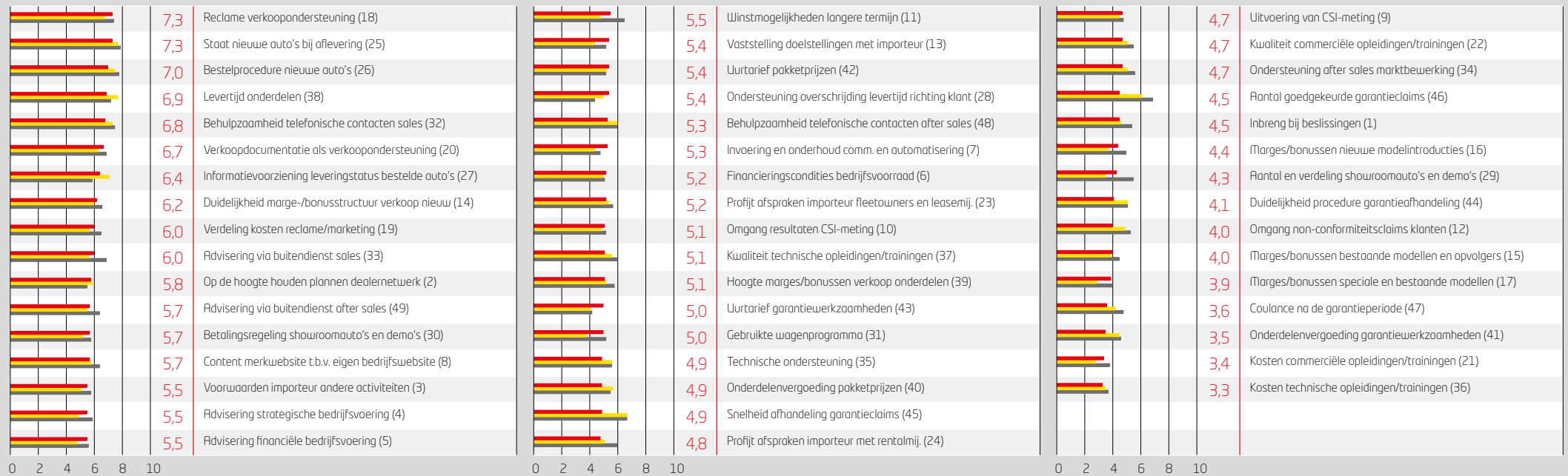
Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41)	-1,8
Coulance na de garantieperiode (47)	-1,6
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	-1,5

**Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Gebruikte wagenprogramma (31)	+1,1
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+1,0
Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17)	+1,0

**Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012**

Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	-1,8
Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	-1,6
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	-1,0



2013 2012 2011

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	+1,3
Ondersteuning after sales marktwerking (34)	+0,9
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+0,8

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Reclame verkoopondersteuning (18)	+2,2
Adviesing via buitendienst after sales (49)	+1,8
Levertijd onderdelen (38)	+1,6

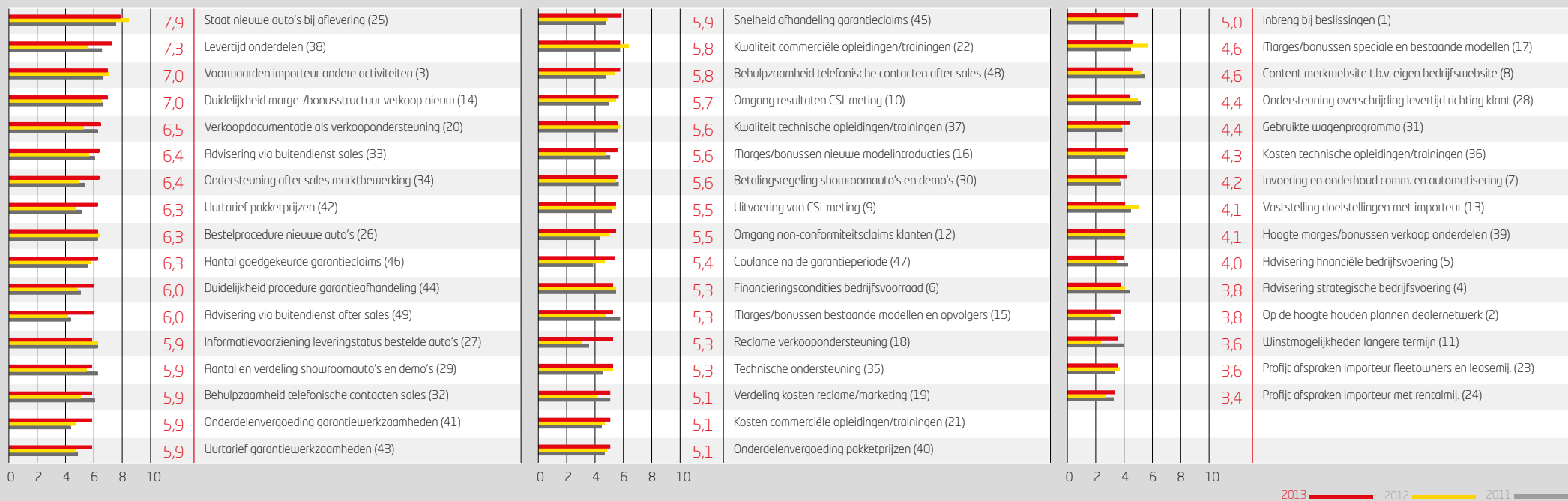
### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-1,6
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	-1,6
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-1,4

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17)	-1,1
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-1,0
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-0,7

\* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



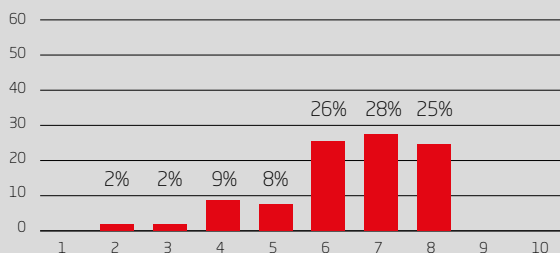


# Suzuki

# 6,4

### Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Vershil in rapportcijfer punten

[Naar inhoud](#)

[Naar stellingenlijst](#)

### Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur

6,4

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	+1,0
Omgang resultaten CSI-meting (10)	+0,9
Technische ondersteuning (35)	+0,9

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

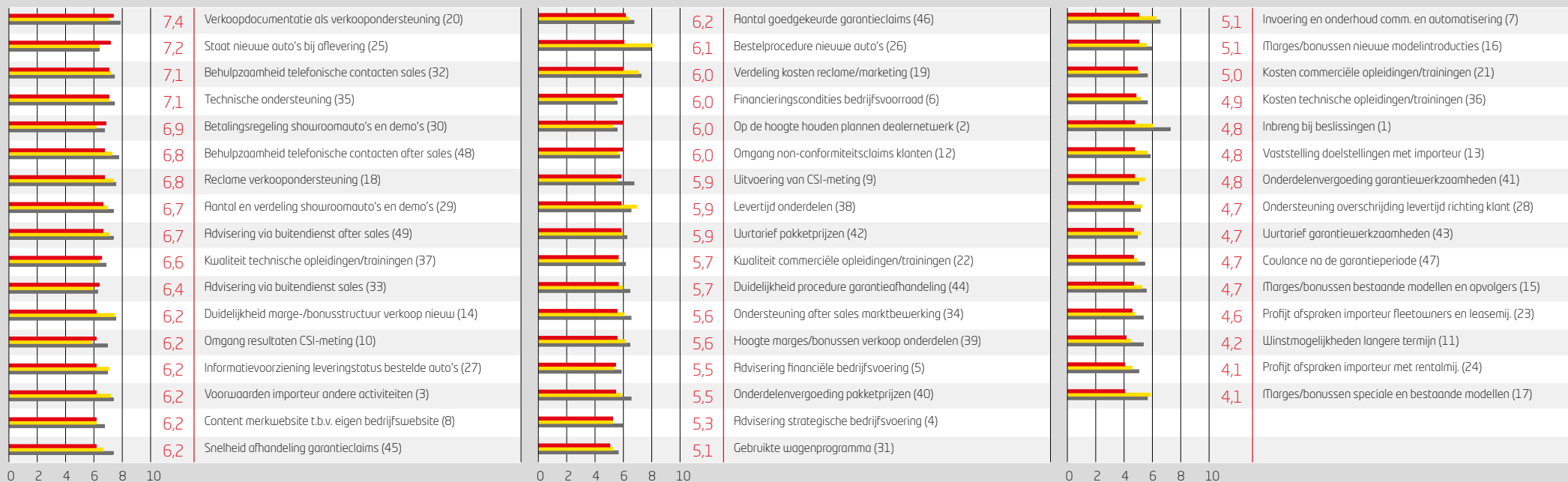
Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24)	-0,9
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	-0,9
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	-0,8

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	+0,8
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+0,7
Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	+0,7

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	-2,0
Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17)	-1,8
Inbreng bij beslissingen (1)	-1,3



2013 2012 2011

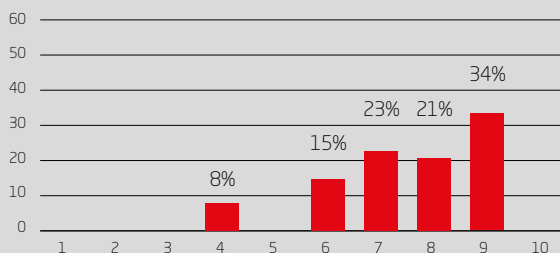


# Volkswagen

# 7,5

## Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 7,5

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+2,3
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+2,1
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+2,0

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	-0,7
Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)	-0,4
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	-0,4

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+1,1
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+1,0
Marges/bonussen speciale en bestaande modellen (17)	+0,8

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	-1,8
Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)	-1,5
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	-1,5



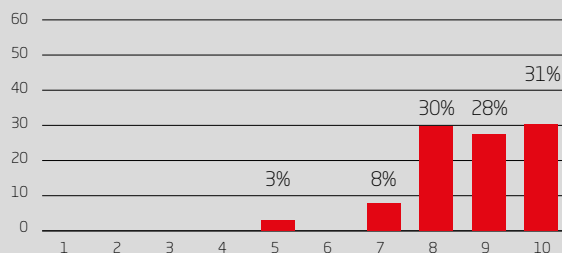
2013 2012 2011

# Volvo

# 8,7

### Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verskil in rapportcijfer punten

Naar inhoud

Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met importeur 8,7

### Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Inbreng bij beslissingen (1)	+3,4
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+3,3
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+3,2

### Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

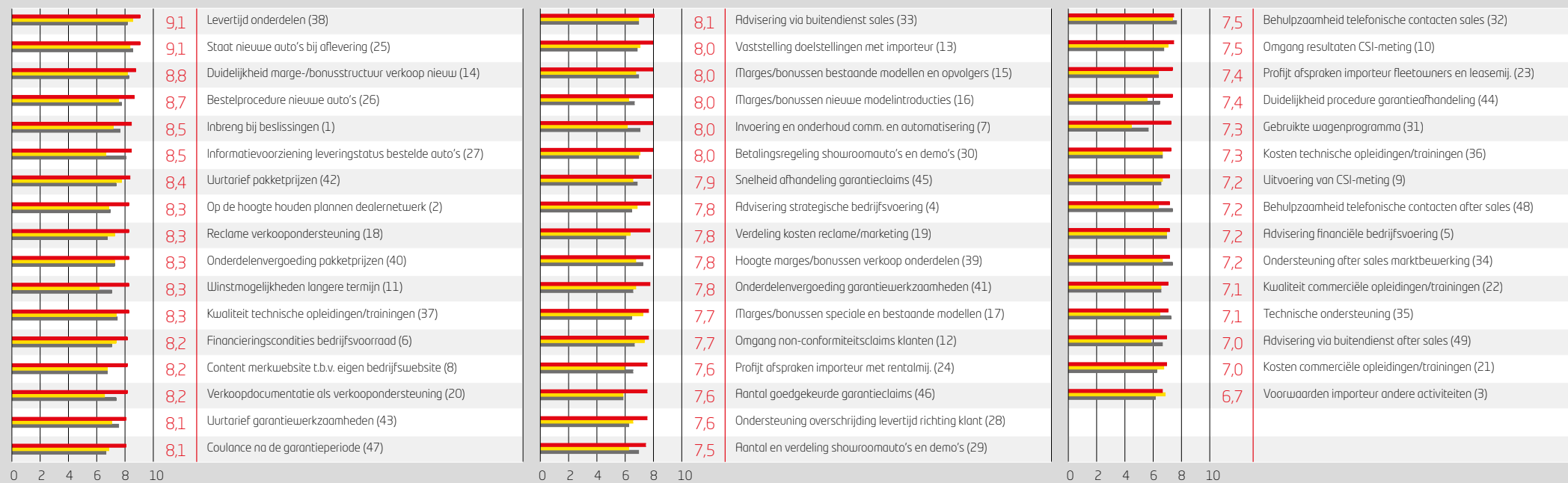
Niet van toepassing

### Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Gebruikte wagenprogramma (31)	+2,8
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+2,1
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+1,8

### Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2012

Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	-0,2
---	------



2013 2012 2011





# Rangorde waarderingscijfers

Merk	Cijfer 2013	Positie 2013
Volvo	8,7	1
Audi	7,6	2
Volkswagen	7,5	3
Toyota/Lexus	7,4	4
Mitsubishi	7,2	5
Opel	6,9	6
Hyundai	6,6	7
Peugeot	6,5	8
Citroën	6,5	8
Suzuki	6,4	10
Škoda	6,4	10
Kia	6,3	12
Renault/Dacia	6,3	12
Ford	6,2	14
Seat	5,9	15
Mazda	5,4	16
Fiat	4,3	17
Nissan	4,2	18
<b>Alle Merken</b>	<b>6,3</b>	

Cijfer 2012	Positie 2012
8,0	2
7,6	3
7,5	4
7,0	6/1
5,7	17
6,0	13
6,6	8
6,5	9
6,4	10
6,8	6
5,8	16
6,1	12
6,3	11
6,0	13
5,7	17
5,5	19
5,5	19
4,0	22
<b>6,2</b>	

Cijfer 2011	Positie 2011
7,9	1
7,4	2
7,3	3
7,0	6/-
6,2	14
6,7	8
6,5	9
5,7	19
6,3	12
7,3	3
6,5	9
6,2	14
6,5	9
5,6	21
5,9	18
5,5	22
6,1	16
5,5	22
<b>6,4</b>	

De merken Alfa Romeo, BMW/MINI, Honda, Jaguar, Land Rover en Subaru zijn in verband met een te lage respons niet opgenomen in de rangorde.

## RODI Personenauto's 2013

Relatie Onderzoek Dealer Importeur





# Respons

Merk	2013			2012	2011
	Verzonden	Respons	Respons %	Respons %	Respons %
Alfa Romeo*	67	15	22,4%	34,4%	32,8%
Audi	86	26	30,2%	32,6%	25,6%
BMW/MINI*	110	16	14,5%	33,3%	31,7%
Chevrolet**	108	11	10,2%	28,7%	24,5%
Citroën	135	28	20,7%	35,8%	33,1%
Fiat	112	43	38,4%	45,7%	42,3%
Ford	201	41	20,4%	24,5%	26,7%
Honda*	57	21	36,8%	39,7%	50,0%
Hyundai	119	32	26,9%	36,4%	49,6%
Jaguar*	13	7	53,8%	61,5%	50,0%
Jeep**	25	10	40,0%	32,1%	42,9%
Kia	119	40	33,6%	46,0%	51,1%
Lancia**	28	9	32,1%	38,5%	35,7%
Land Rover*	20	10	50,0%	41,2%	47,1%
Mazda	107	28	26,2%	37,0%	39,8%

Merk	2013			2012	2011
	Verzonden	Respons	Respons %	Respons %	Respons %
Mercedes-Benz**	67	10	14,9%	39,4%	43,7%
Mitsubishi	102	26	25,5%	52,9%	46,6%
Nissan	108	34	31,5%	59,4%	52,9%
Opel	184	36	19,6%	22,8%	24,9%
Peugeot	173	46	26,6%	37,3%	34,1%
Renault/Dacia	381	70	18,4%	40,8%	36,7%
Seat	107	31	29,0%	39,6%	42,1%
Škoda	90	28	31,1%	45,9%	46,6%
Ssang Yong**	23	7	30,4%	28,6%	55,9%
Subaru*	46	18	39,1%	51,4%	
Suzuki	106	51	48,1%	64,5%	61,2%
Toyota/Lexus	148	67	45,3%	45,5%	44,1%
Volkswagen	153	40	26,1%	18,9%	25,3%
Volvo	107	32	29,9%	68,2%	55,7%
<b>Totaal</b>	<b>3.102</b>	<b>833</b>	<b>26,9%</b>	<b>39,5%</b>	<b>38,8%</b>

\*De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief \*\*Dit merk is niet opgenomen in de rapportage in verband met een te lage respons

## RODI Personenauto's 2013

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



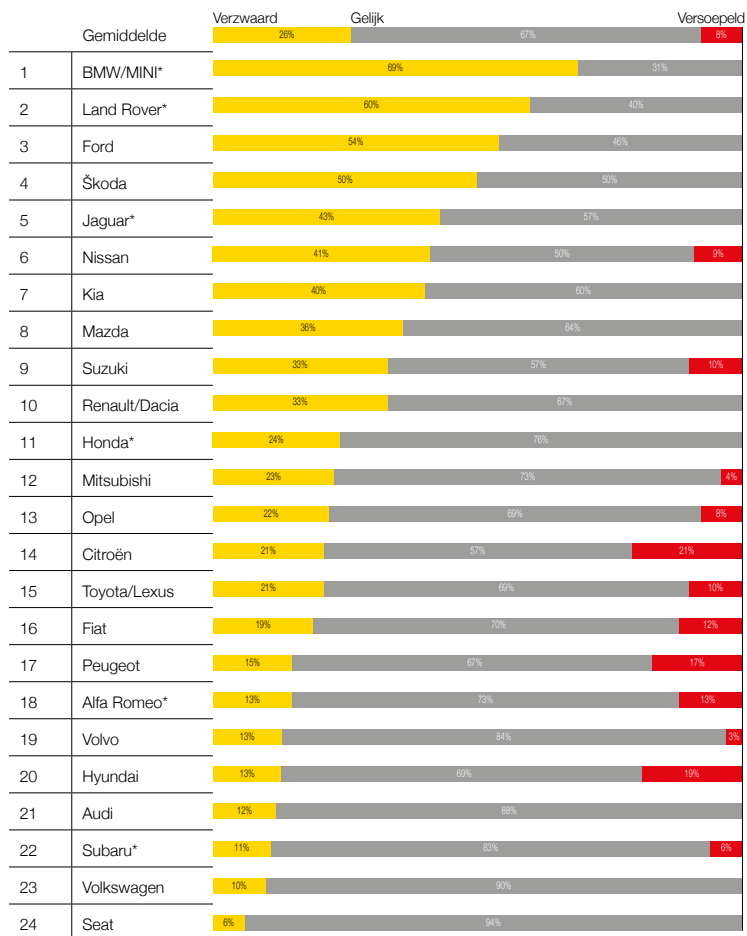
# Ontwikkeling standards sales

Naar inhoud

Naar stellingenlijst

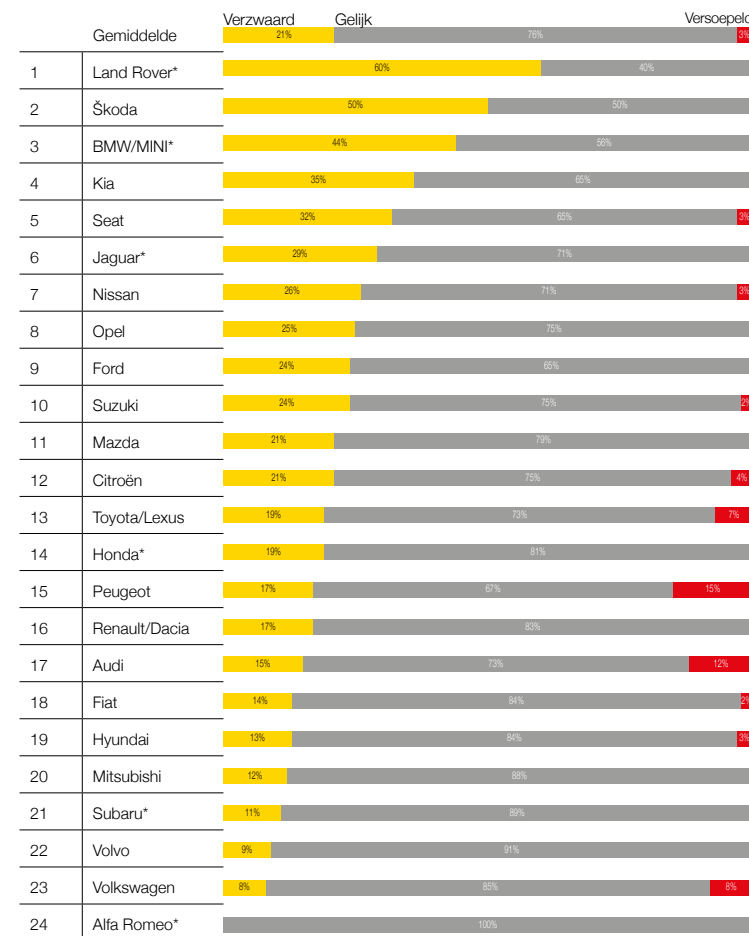
# standards after sales

Ontwikkeling standards m.b.t. sales (2013 t.o.v. 2012)



\*De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief

Ontwikkeling standards m.b.t. after sales (2013 t.o.v. 2012)



\*De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief

# RODI Personenauto's 2013

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-conformiteitsclaims 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 after sales

- 34 Ik ben tevreden over de ondersteuning/medewerking die ik krijg van mijn importeur bij mijn after sales 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 after sales gerelateerde vraagstukken.
- 49 Ik ben tevreden over de wijze waarop de importeur mij via de buitendienst op gebied van after sales adviseert.