

Leve de upgrading

Carlo Brantsen, 14/09/2006

Je loopt er af en toe rond en vindt de auto's mooi... of niet. Showrooms beste lezer, dealersshowrooms, dáár gaan we het over hebben. Want het is malheur in de dealerwereld, omdat auto-importeurs (c.q. de fabrikanten) maar al te vaak vinden dat de dealerbedrijven bij u en mij op de hoek niet genoeg doen om de zorgvuldig gekozen 'brand-values' van het merk te ondersteunen. Terwijl de dealerbazen juist vinden dat auto-importeurs niet telkens weer zulke rare en vooral dure eisen moeten stellen.

Maar... het is ook niet makkelijk allemaal. Want stel dat je als dealer een merk vertegenwoordigt dat ergens héél ver weg, in een hoofdkantoor ver buiten Nederland, heeft bedacht dat het merk hoognodig geupgrade moet worden. Er komen héél snel allerlei geupgrade modellen voor geupgrade mensen met geupgrade portemonnees, en dus moeten de dealerbedrijven ook upgraden. Er ploffen dikke manuals op de dealertafels met prachtige showrooms erin, met voorbeelden van hoe te adverteren, met tekeningen van hoe de naam op de geupgrade gevel moet en met ontwerpen voor van die leuke totempalen met het geupgrade merklogo voor de deur.

Nou, daar sta je dan als dealer. Je hebt net voor een zacht prijsje een strak grintvloertje laten leggen, moeder de vrouw heeft wat schilderijen voor aan de muur gemaakt, terwijl het bedrijfslogo heilig is, want dat werd nog door opa getekend. En dan moet ineens in het kader van de upgrading alles op de schop, hoe verzinnen ze het daar, in dat verre fabriekshoofdkantoor, denk je dan als dealer. Ze kunnen de pot...

In dit licht is de move die Fiat onlangs maakte briljant. Fiat gaat voor de aankleding van de showrooms samenwerken met Ikea. Dáár kunnen de dealers voortaan hun spullen met korting kopen, om hun showroom vriendelijk, designachtig en kleurrijk in te richten. Dat nieuws zorgde in het begin natuurlijk voor nogal wat grapjes, bijvoorbeeld over dealerpersoneel tot diep in de nacht zit te puzzelen over het in elkaar zetten van de nieuwe Smeulebreu-stoel. Maar als je er over nadenkt is de combi Fiat/Ikea superslim. De showrooms worden er leuker door, tegen naar verwachting 200 euro per vierkante meter aan kosten, terwijl de gemiddelde Peugeot-dealer minstens drie keer zoveel- en de gemiddelde BMW-dealer zelfs vijf keer zoveel kwijt zou zijn.

Fiat-dealers, sla dus toe en race naar de Ikea. En vergeet daar niet ook meteen de ijsmachine uit het restaurant te bestellen. Ik geef u op een briefje: met dat ding in uw geupgrade zaak, stromen de klanten toe!