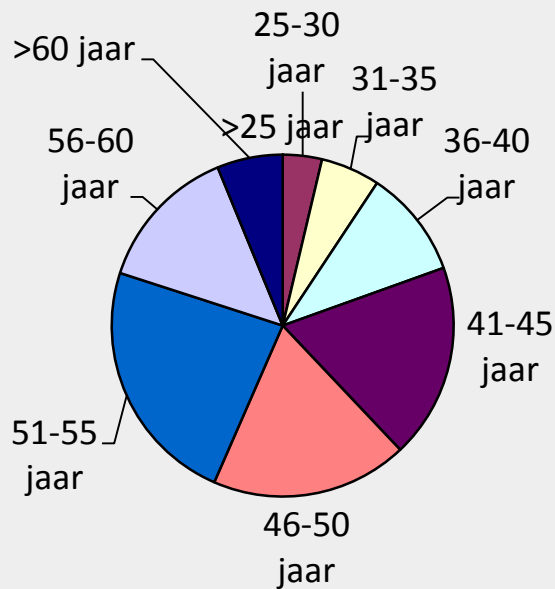


Customer journey: opzet en steekproef

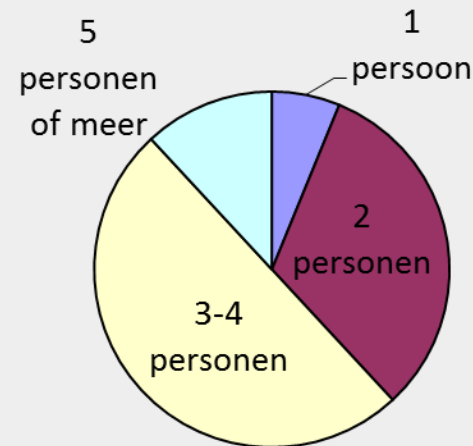
- VMS | Insight in opdracht van VAvdZ en RAI Vereniging, mede gefinancierd door RDC
- 91,3% is werknemer, 95% is man
- 85% geleased, 11% gekocht
- 20% is (mede)verantwoordelijk voor keuzes zakelijke mobiliteit
- (Social) media: 80% LinkedIn, 57% Facebook, 56% Youtube, 28% Twitter, 26% Netflix

Customer journey: opzet en steekproef

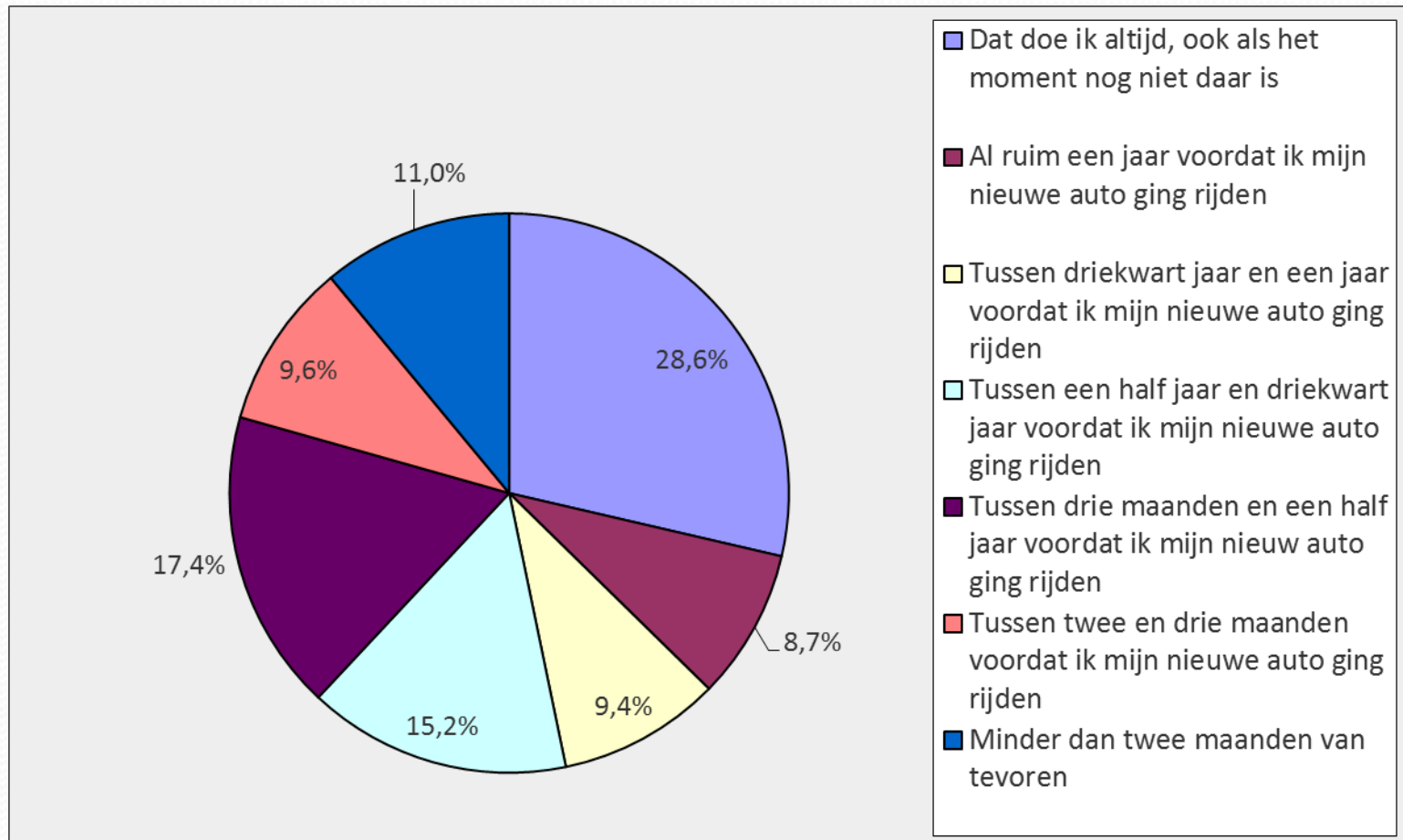
Mijn leeftijd is...



Mijn huishouden bestaat uit....



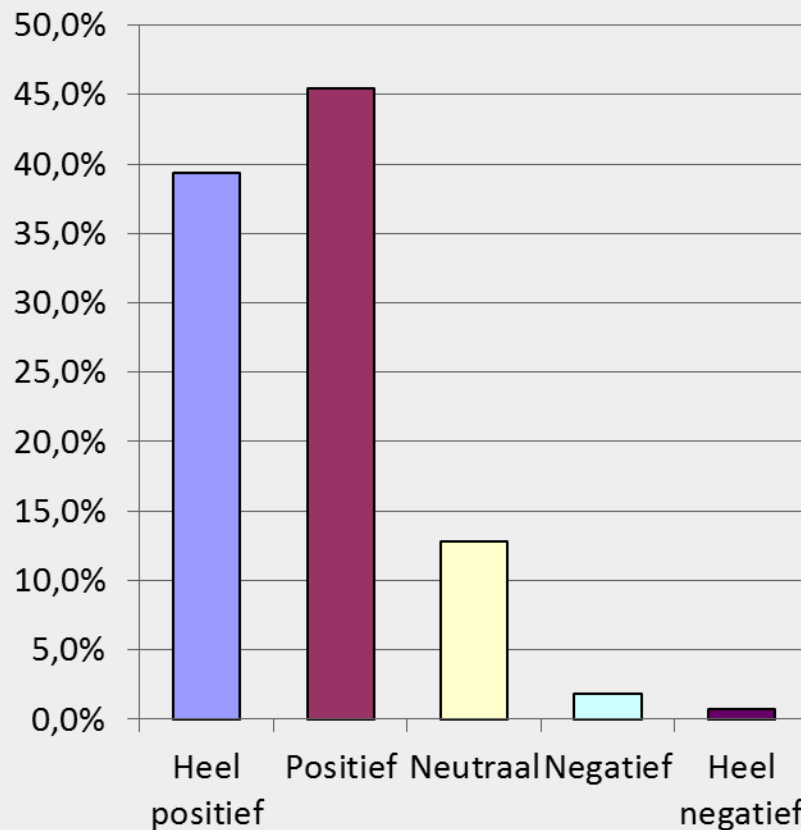
Wat was het eerste moment dat u zich voor uw nieuwe auto begon te interesseren?



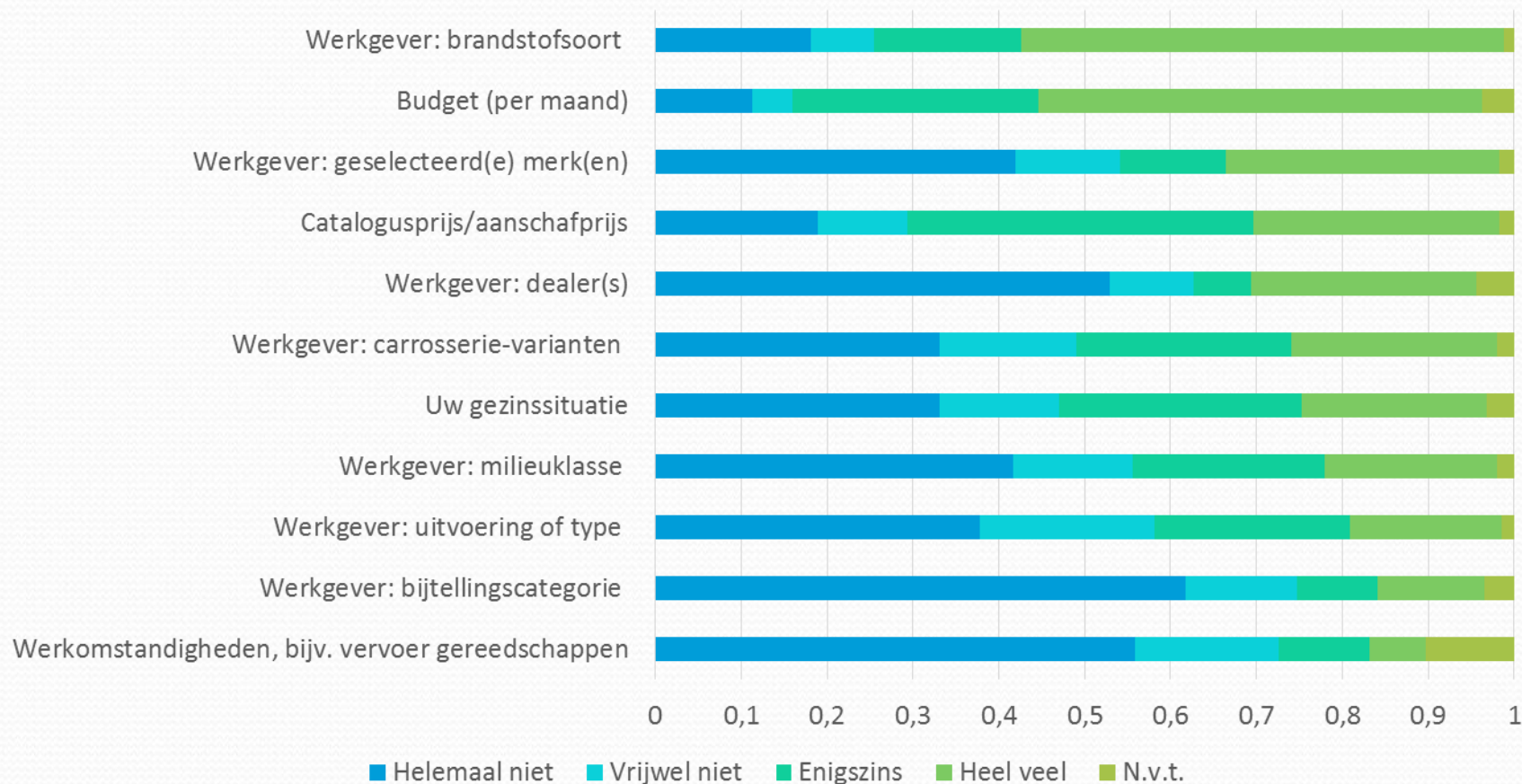
Wat was de belangrijkste reden om u te gaan oriënteren op een nieuwe zakenauto?

Einde leasecontract	68,2%
Nieuwe werkgever	9,6%
Anders:	4,9%
Wilde nog graag gebruik maken van gunstiger fiscale bijtelling	4,7%
Nieuwe functie bij huidige werkgever	3,1%
Ik had gewoon zin in iets nieuws	2,9%
Oplopende kosten (economische levensduur)	2,5%
Mijn auto voldeed niet meer aan mijn behoeften, bijvoorbeeld vanwege gezinsuitbreiding	1,3%
Technische staat van de auto	1,1%
Grote schade/total loss	0,9%
Diefstal auto	0,4%
Eigen bedrijf begonnen	0,2%

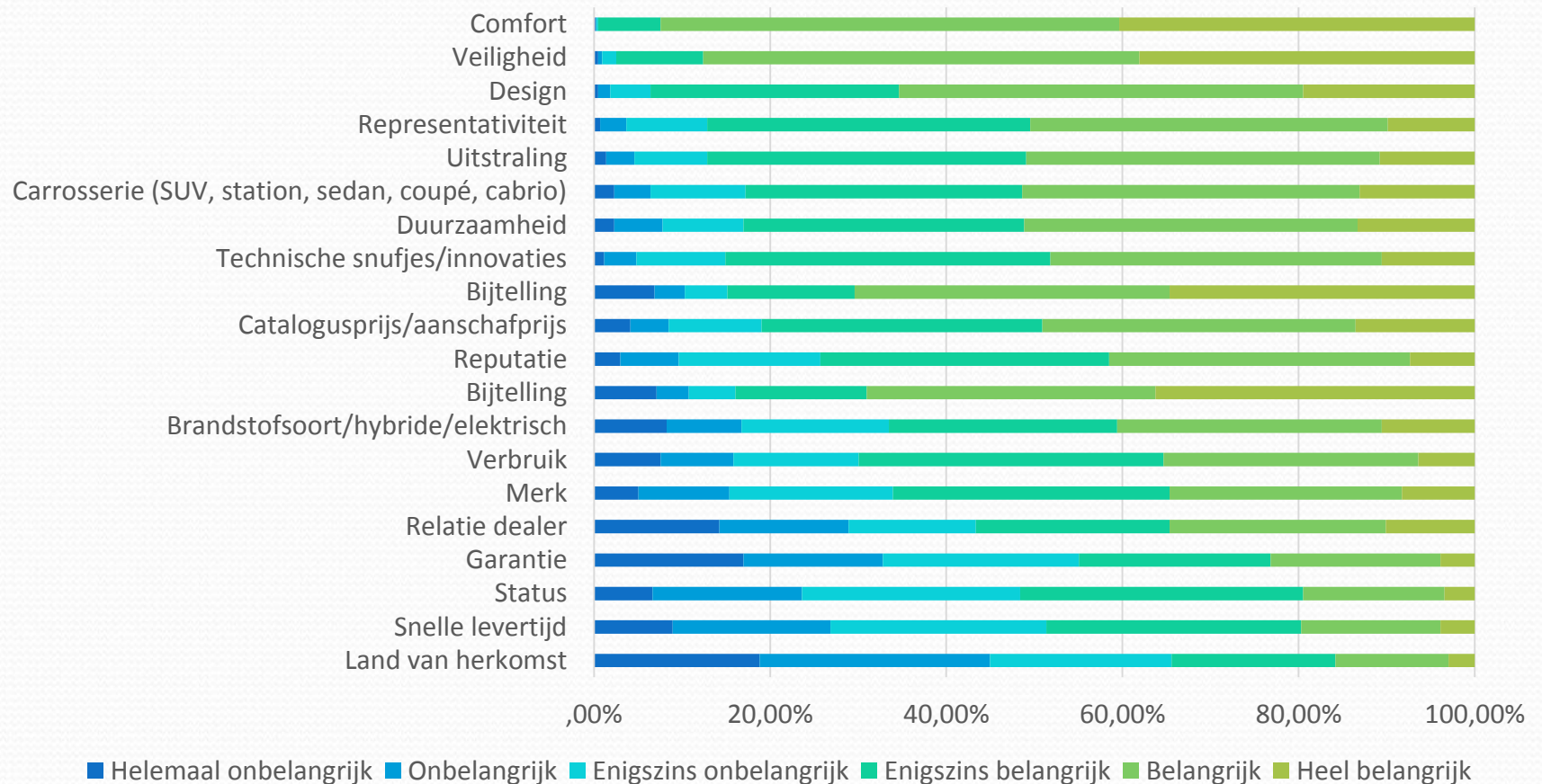
Hoe ervaarde u het dat u zich moest gaan oriënteren op een nieuwe auto?



In welke mate moest u rekening houden met.....



Wat bepaalt de keuze?

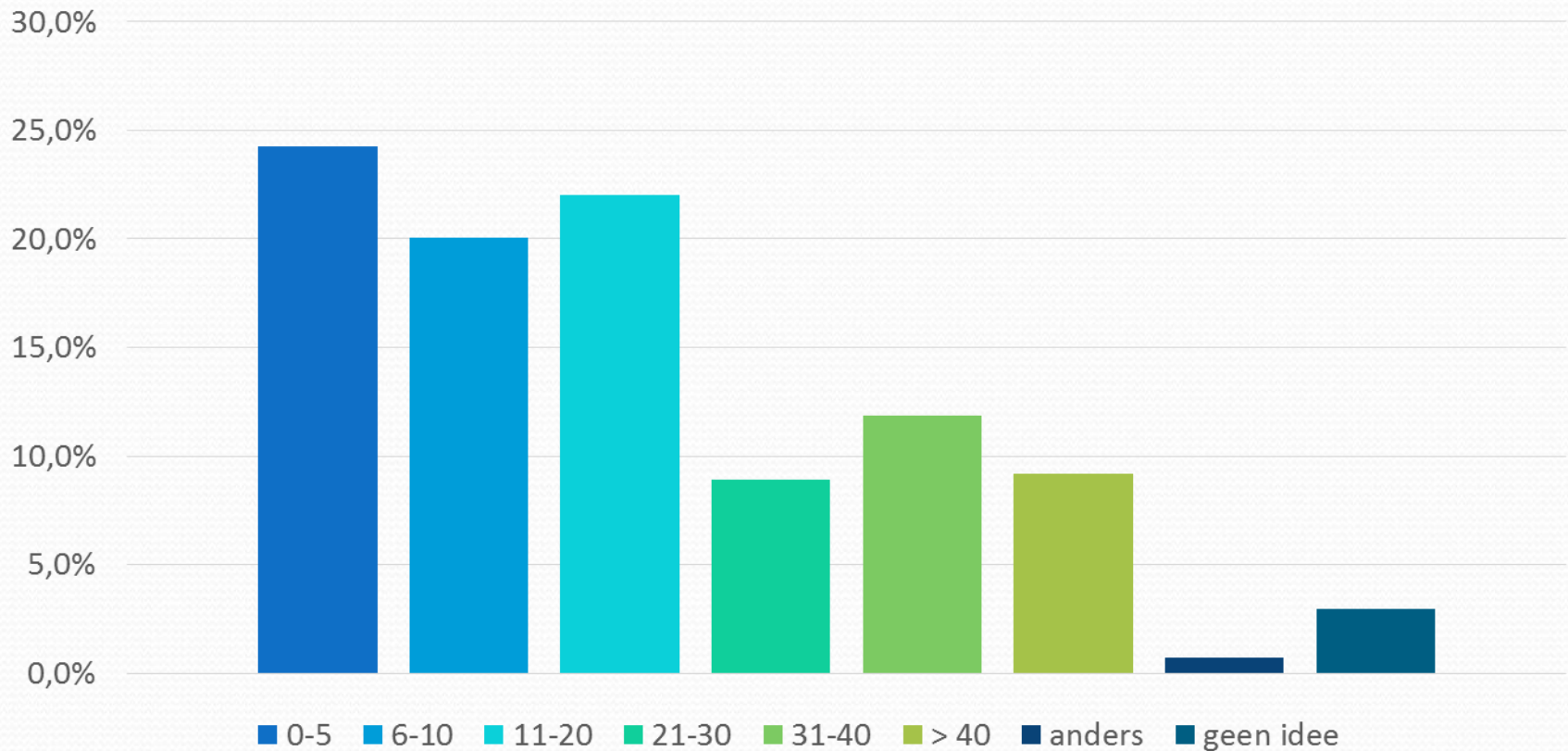


Welke informatiebronnen?

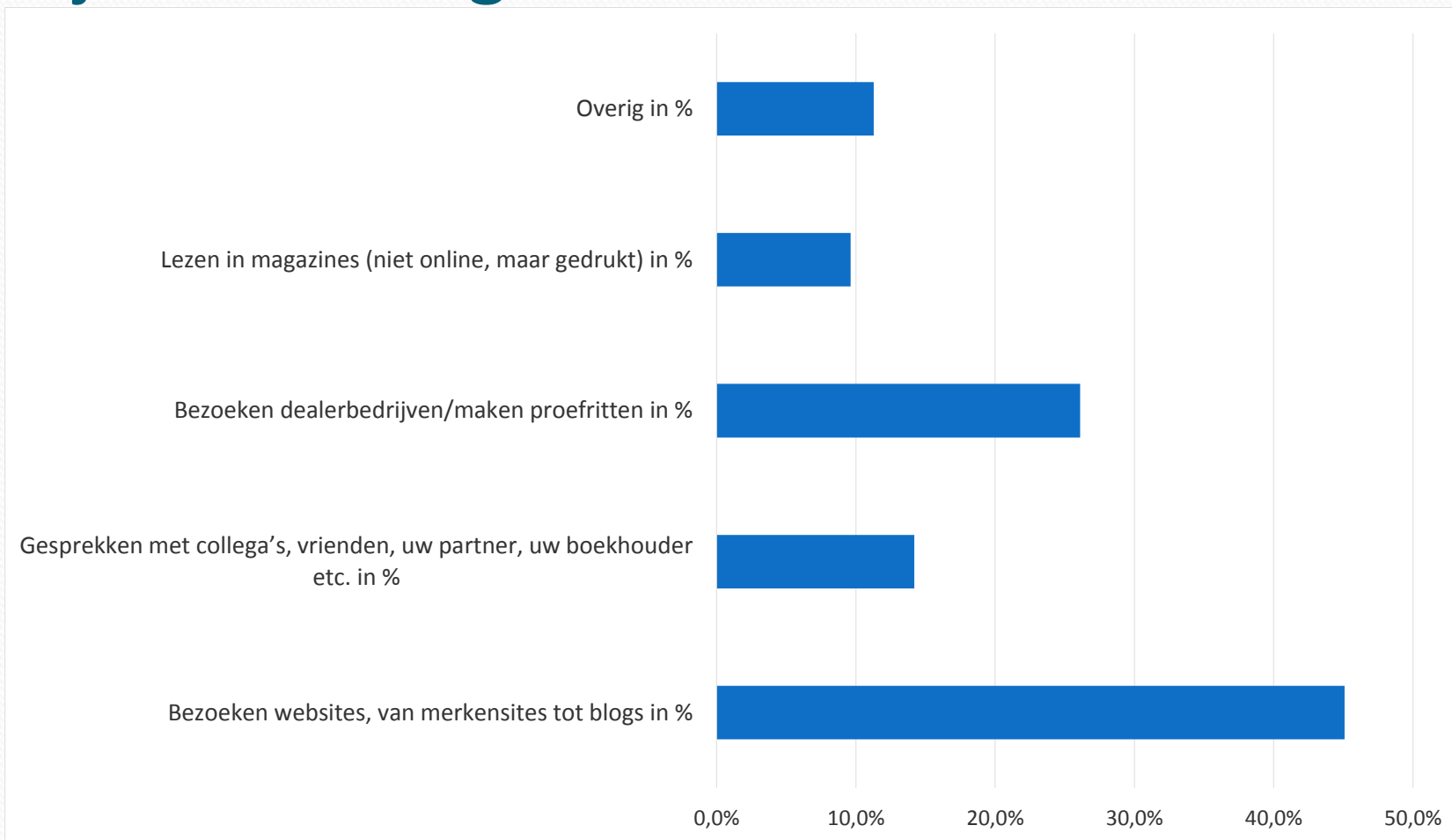
	Niet, of nauwelijks	Een beetje	Redelijk veel/intensief
Internetsites automerken	12,4%	20,8%	66,7%
Bezoeken dealerbedrijven voor informatie/vragen	18,7%	34,2%	47,1%
Brochures	20,8%	37,7%	41,5%
Autotests van autojournalisten	35,8%	31,4%	32,8%
Dealersites	40,0%	29,7%	30,2%
Autoweek online of andere online automagazines	43,3%	26,9%	29,7%
Internetsite leasemaatschappij	50,4%	21,5%	28,1%
Partner	40,0%	32,6%	27,4%
Online reviews van andere consumenten	42,9%	31,1%	26,0%
Autobladen als Autoweek, Autovisie, Carros, Topgear	52,0%	28,1%	19,9%
Blogs/internetfora	59,0%	24,8%	16,2%
Autoportalen, denk aan Autotrack, Autotrader, Marktplaats, Autokopen, Autoscout, Gaspedaal	63,2%	21,1%	15,7%
Collega's	54,8%	29,7%	15,5%
Youtube	67,9%	18,5%	13,6%
Werkgever	67,9%	18,7%	13,3%
Familielid	71,4%	18,5%	10,1%
Vrienden/kennissen	64,9%	27,2%	8,0%
Advertenties/reclame op radio en tv	63,9%	28,8%	7,3%
Bezoeken beurzen/grotere autoshow's (niet bijv de Paasshow bij de dealer)	84,8%	10,8%	4,4%
Boekhouder/accountant	90,9%	6,8%	2,3%

Tijdsbesteding

Hoeveel uur?



Tijdsbesteding naar activiteit in %



Merk: keuze en voorkeur

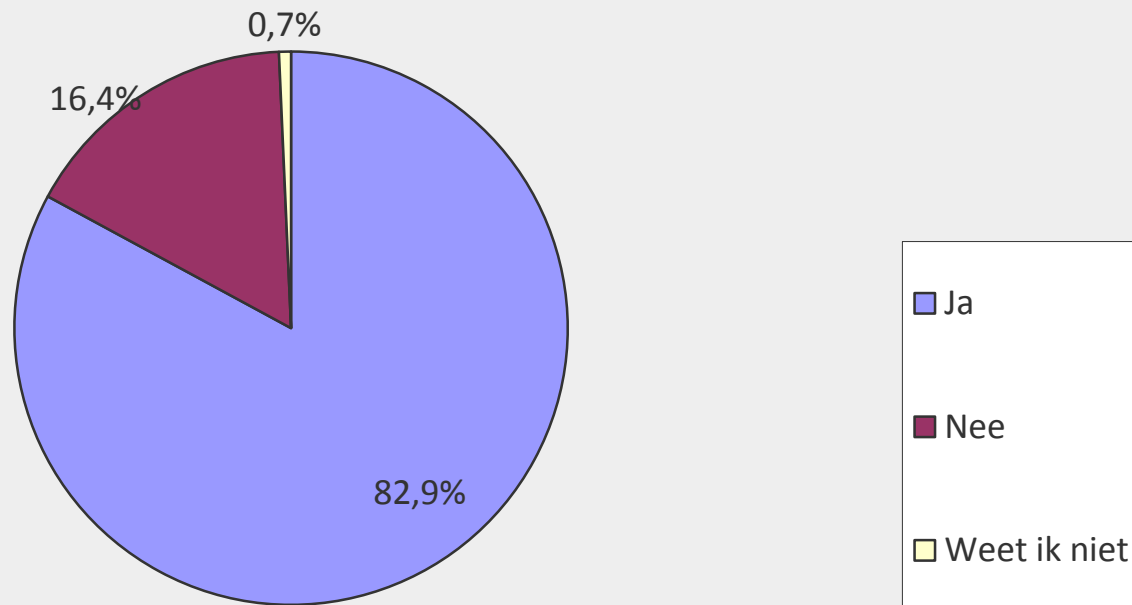
10% heeft maar 1
merk in overweging
genomen

Bijna driekwart
overweegt 2-3 merken

10% heeft wel 4-6
merken overwogen

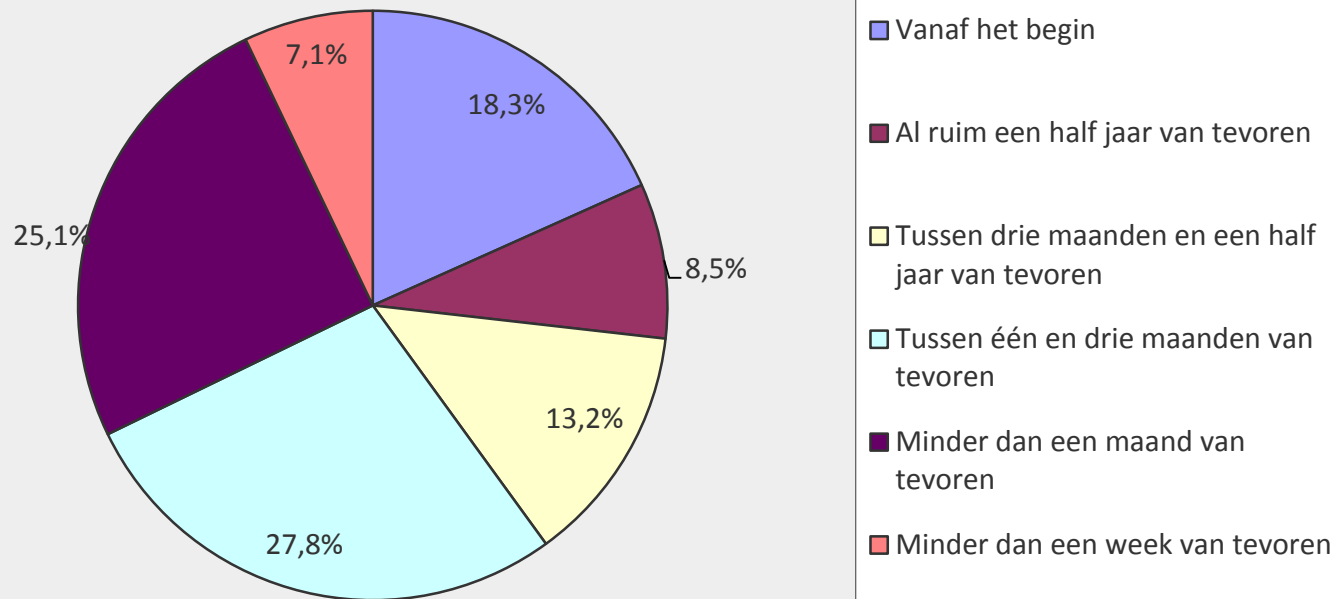
Merk: keuze en voorkeur

Behoorde het merk/model vanaf het begin van uw oriëntatie tot de mogelijkheden?



Merk: keuze en voorkeur

Hoeveel tijd voor de uiteindelijke beslissing wist u al bijna zeker dat het de huidige auto zou worden?

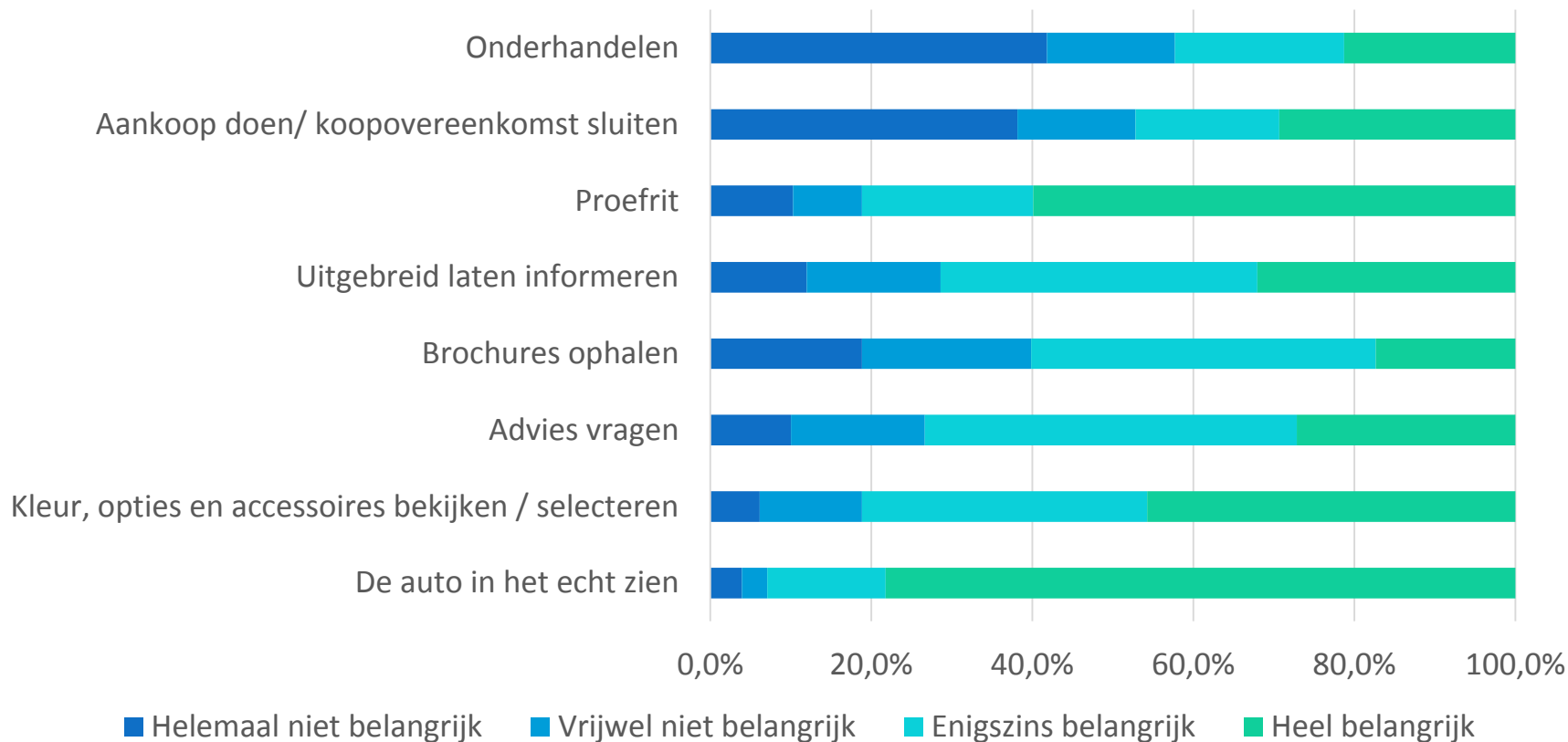


De dealer

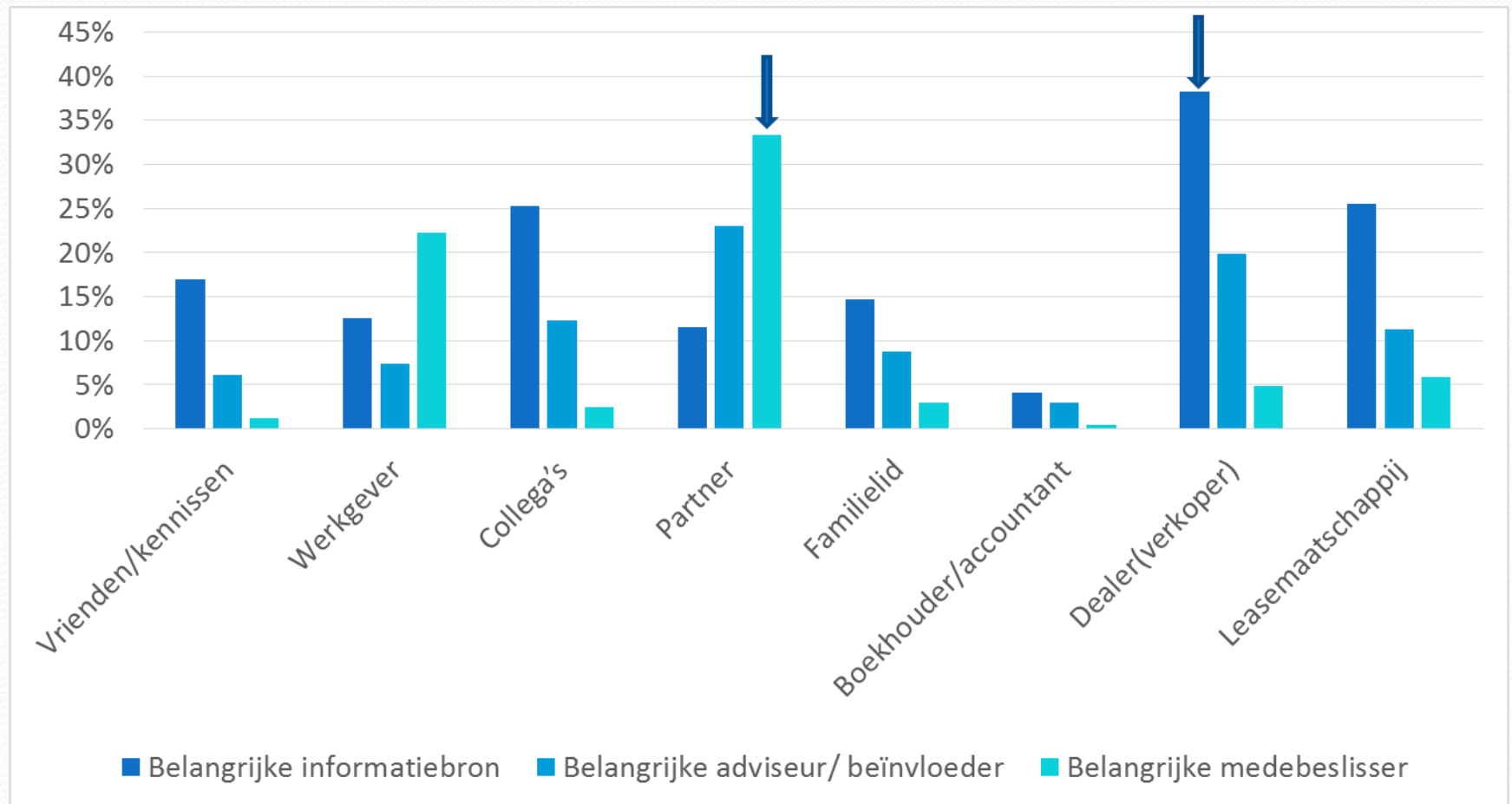
	Hoeveel dealerbedrijven heeft u bezocht?	Van hoeveel merken heeft u dealerbedrijven bezocht?	Hoeveel proefritten heeft u gemaakt?	In hoeveel verschillende merken heeft u een proefrit gemaakt?
0	8,1%	7,6%	25,2%	25,4%
1	29,6%	31,3%	31,1%	33,7%
2 - 3	47,4%	49,1%	37,9%	36,4%
4 - 6	12,0%	10,0%	5,1%	3,4%
Meer dan 6	2,9%	1,7%	0,7%	1,0%
Weet ik niet	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%

De dealer

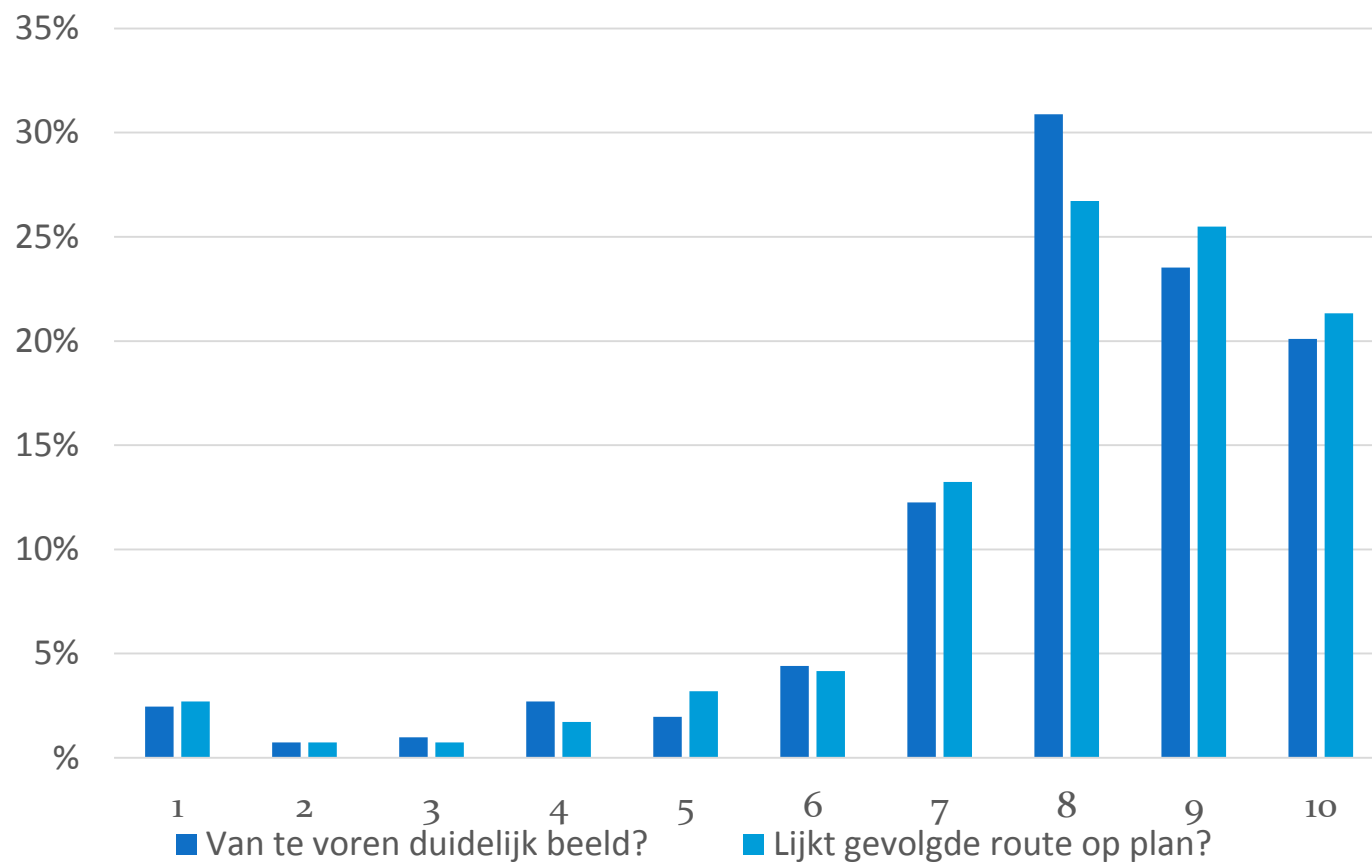
Waarom de dealer?



Wie speelt een belangrijke rol?



Evaluatie



Evaluatie

Wat was het leukste?



Evaluatie

30% weet niets te noemen dat niet leuk was, maar bijna 20% noemt de levertijd,
16% de *"administratieve rompslomp"*
11% *"discussies"*, *"gedoe"* en *"gezeur"* met de leasemaatschappij en/of de werkgever
en nog eens 10% ziet *"arrogante"*, *"opdringerige"* of juist *"ongeïnteresseerde"* verkopers als stoorzender in het proces

Conclusies en aanbevelingen

- Een nieuwe auto kiezen is overwegend FUN
- Oriëntatieproces is vaak continu proces, vereist continue communicatie
- Vlak voor definitieve besluit kan nog verschil gemaakt worden!
- Oriëntatie/informatie hoofdzakelijk online, vooral merkensites
- Goede configurator en direct/snel leverbaar cruciaal!
- Persoonlijke invloed van partner én van dealer

Conclusies en aanbevelingen

- Dealer heeft uitstekende kansen - merkvoorkeur bestaat reeds, proefrit is leuk en slechts 2-3 proefritten/dealerbezoeken - maar nut kansen onvoldoende uit
- Leasemaatschappij heeft veel te winnen met duidelijkere informatie - wat kan wel en wat kan niet - en (faciliteren) betere administratieve afwikkeling
- Wilt u meer diepte/inzicht -> maak een afspraak met ons!