

Afpingelen taboe

24-10-2008 10:08 | Gert de Looze



Bezoekers van Autoborg in Groningen hebben vanaf een loopbrug zicht op de auto's

Hij ontketent een revolutie in autoland, zegt Robert Nienhuis, algemeen directeur van Noordlease. Aan het prijskaartje van de modellen in zijn Groningse showroom Autoborg valt niet te tornen. En klanten blijken dat bijzonder te waarderen.

„Goedemiddag. Welkom in Autoborg.” De gastvrouw die bij de ingang van de showroom staat, heet elke nieuwkomer welkom en vraagt naar het doel van zijn komst. Ze knoopt ook een gesprekje aan met mensen die het pand verlaten. Blijkbaar weet ze de goede toon te vinden, want geen van de klanten vertoont enige irritatie als hij wordt aangeklampt.

Er zijn zes gastvrouwen en -heren aanwezig. Verkopers ontbreken. Al proberen eerstgenoemden er via het scheppen van een plezierig klimaat natuurlijk wel voor te zorgen dat bezoekers bij Autoborg hun slag slaan.

Het bedrijf hield autoverkopers bewust buiten de deur. „Verkoopdruk is taboe, Onze medewerkers mogen klanten niet een bepaalde kant op sturen. Auto's moeten zichzelf verkopen.”

Er zijn grofweg twee categorieën klanten, meent de directeur. „De technisch geïnteresseerde groep maak je niets wijs. De andere categorie heeft weinig met techniek. Dergelijke mensen stappen binnen met de mededeling dat ze een ruime auto zoeken en het liefst een rode willen hebben. Voor beide segmenten biedt een autoverkoper geen toegevoegde waarde.”

De gastvrouwen en -heren in Autoborg hebben volgens Nienhuis geen verstand van auto's. „Ze werkten voorheen in winkels en in de horeca. Het enige wat voor mij telt, is dat ze het fijn vinden om met mensen om te gaan. Bezoekers kunnen alle technische informatie van de occasions desgewenst vinden op een van de tien computerschermen die in de hal staan opgesteld.”

Knalgele Ka

Autoborg, onderdeel van de Groningse leasemaatschappij Noordlease, opende vorige maand zijn deuren. Het pand ligt langs de A7. Wie Groningen over deze snelweg nadert, kan niet om de forse glazen pui van de showroom heen. Binnen staan op een vloeroppervlak van 7000 vierkante meter circa 250 auto's te glimmen, het complete aanbod van Autoborg. Een houten loopbrug doorbreekt de hal. Vanaf deze brug hebben bezoekers zicht op het aanbod, een zee van vooral grijze, zwarte en donkerblauwe bolides. De enkele rode en witte modellen en de knalgele Ford Ka vallen uit de toon.

Het aanbod is divers. Klanten hebben de keus uit zo'n twintig merken, modellen uit het middensegment overheersen. De auto's zijn niet ouder dan vier jaar. De meeste komen uit het leasepark of uit de huurvloot van Noordlease. Enkele vrijwel nieuwe wagens zijn elders aangeschaft. De Groningse leasemaatschappij verkocht zijn gebruikte leasewagens tot voor kort aan handelaren, maar brengt ze inmiddels zelf via Autoborg aan de man.

Volgens Nienhuis hoeft niemand bang te zijn dat hij met een afgeragde leasebak komt te zitten. „Leaserijders gaan tegenwoordig zorgvuldiger met hun wagen om. Auto's die desondanks niet aan onze criteria voldoen, komen de showroom niet in.”

Transparantie

Het ontbreken van autoverkopers is niet het enige afwijkende in Autoborg. De auto's staan maximaal dertig dagen in de showroom. Nienhuis wil „een frisse partij” modellen presenteren. Onverkochte wagens gaan richting handelaren.

Een computer berekent aan de hand van internet het prijskaartje van de occasions. Op die manier wil Autoborg op de vierde of vijfde plaats van internetsites als Autotrack en Autotrader terecht komen. „Iedereen die op internet naar een bepaald model zoekt, kan zodoende niet om ons heen.”

Kopers die hun eigen auto willen inruilen, kunnen zelf de gegevens van hun wagen invoeren in een van de computers in de showroom. Die stelt aan de hand van drie databases een vaste inruilprijs vast. Vervolgens rolt er uit de printer een vel waarop de klant ziet welk bedrag hij bij moet leggen om zijn nieuwe auto mee te mogen nemen. Afpingelen is taboe.

„Transparantie staat hoog in ons vaandel”, vertelt Nienhuis. Hij liet vooraf marktonderzoek doen naar het concept dat „nog nergens in Nederland en Europa te vinden is.” Dat leverde volgens hem positieve reacties op. Desondanks toont hij zich verrast door de respons in de showroom zelf. „Het gros van de klanten vindt het plezierig niet te hoeven onderhandelen met een geroutineerde verkoper. Een enkeling probeert er nog iets als een gratis trekhaak uit te slepen, maar daar gaan we niet op in.”

Nienhuis gelooft in zijn aanpak. „De autobranche boekt al jaren nauwelijks winst, maar vernieuwt vreemd genoeg niet. Ik geloof dat het anders moet. Autoborg is een soort outletcenter. Een IKEA of Media Markt waar auto's bekeken, bevoeld en besnuffeld kunnen worden, nadat mensen op internet een voorselectie hebben gemaakt.”

Deze middag schuifelen voornamelijk senioren langs het blik. Het is veel kijken en weinig kopen. Het economische tij zit Autoborg niet mee. Nienhuis ziet dat vooral als uitdaging. „We krijgen de kans om keihard het vak te leren.”

Bron) Reformatorisch, Nederlands en Friesch Dagblad en dit artikel staat tevens op internet (<http://www.refdag.nl/artikel/1369125/Afpingelen+taboe.html>)