RODI Personenauto's 2016

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

Naar stellingenlijst

Inhoud

Voorwoord	3	Ford	12	Mitsubishi	21	Toyota/Lexus	30
Samenvatting	4-5	Honda	13	Nissan	22	Volkswagen	31
Rangorde waarderingscijfers	6	Hyundai	14	Opel	23	Volvo	32
Verschil 2016 t.o.v. 2015	6	Jaguar	15	Peugeot	24	Alle Merken	33
Alfa Romeo	7	Jeep	16	Renault/Dacia	25	Rangorde waarderingscijfers	34
Audi	8	Kia	17	SEAT	26	Respons	35
BMW/MINI	9	Landrover	18	Škoda	27	Ontwikkeling standards sales	36
Citroën	10	Mazda	19	Subaru	28	Ontwikkeling standards aftersales	36
Fiat	11	Mercedes-Benz	20	Suzuki	29	Stellingenlijst RODI Personenauto's	37

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 2016 en 2015.
Dit kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie.

Colofon

Uitgave

BOVAG Autodealers

Onderzoek

BOVAG Onderzoek

Vormgeving & projectbegeleiding

Sabel Communicatie, sabelcommunicatie.nl

Eindredactie

BOVAG Autodealers

RODI Personenauto's 2016

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

Voorwoord

Hoogste respons ooit

BOVAG heeft het Relatie Onderzoek Dealer Importeur (RODI) voor de dertigste keer uitgevoerd. De respons lag met bijna 52 procent op het hoogste niveau ooit en is zelfs twee keer zo hoog als drie jaar geleden. Dat onderstreept het belang van dit onderzoek en de resultaten winnen ermee aan betrouwbaarheid. Vooral nu zonder uitzondering alle dealernetwerken flink worden opgeschud, is het belangrijk dat dealers hun stem laten horen, zodat BOVAG en de dealerverenigingen aan de slag kunnen met concrete verbeterpunten richting de importeurs.

Die verbeterpunten blijken vooral op het vlak te liggen van de afspraken die importeurs rechtstreeks maken met grote afnemers. Dealers maken zich zorgen over hun positie in deals die worden gesloten met fleetowners, leasemaatschappijen en verhuurders. Veertig procent van de respondenten geeft aan dat de sales standards in 2016 verder zijn verzwaard. Ruim een kwart zegt dat ook de aftersales standards zijn aangescherpt. Slechts een handjevol dealers meldt een versoepeling van standards. Daar waar importeurs zich meer en meer in het vaarwater van de retail begeven en de consument zich vrijwel volledig online oriënteert, is in de dealercontracten juist meer flexibiliteit op z'n plaats.

Een bemoedigende ontwikkeling is te zien in de be- en afhandeling van garantiezaken. Anno 2017 weet de consument met zijn klachten natuurlijk snel een weg te vinden naar de (sociale) media en laat hij zich niet meer met een kluitje het riet insturen. In dat opzicht is het goed om te constateren dat importeurs duidelijker zijn geworden over de procedures en coulanter na afloop van de formele garantieperiode. Dat helpt dealers om klanten aan zich te binden.

Een grote "chapeau" is op z'n plaats voor de importeur van BMW en MINI als overall winnaar van deze RODI. Afgelopen jaar ontbrak de organisatie nog in de onderzoeksresultaten wegens een te lage respons, maar nu staat BMW/MINI met kop en schouders bovenaan de lijst en scoort de importeur maar liefst twee volle punten hoger dan twee jaar eerder. Daarachter maken Renault/Dacia, Audi en Opel ook mooie sprongen voorwaarts. Het algemene waarderingscijfer voor alle importeurs is in 2016 echter 0,1 punt gedaald ten opzichte van 2015. Er is dus nog veel werk aan de winkel en dit rapport helpt u om de koe bij de horens te vatten.

Bert de Kroon
Voorzitter BOVAG Autodealers

RODI Personenauto's 2016

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

Samenvatting

Voor de 30e keer heeft BOVAG het Relatie Onderzoek Dealer Importeur (RODI) uitgevoerd. Eind 2016 zijn autodealers per e-mail benaderd met het verzoek de digitale vragenlijst in te vullen. Van de 1.266 verstuurde vragenlijsten zijn er 614 volledig ingevuld. Deze 614 ingevulde vragenlijsten vertegenwoordigen 1.245 vestigingen waarmee het responspercentage uitkomt op 51,7 procent. Dat is het hoogste responspercentage sinds de invoering van de digitale vragenlijst. Maar liefst 9,5 procentpunten hoger dan in 2015 (42,2%) en 19,7 procentpunten hoger dan in 2014 (32,0%). Dit responspercentage staat garant voor een representatief beeld. Het RODI-onderzoek is gehouden van december 2016 tot en met half januari 2017.

Net als vorige jaren bestond de stellinglijst uit 49 stellingen, twee vragen over standards en één rapportcijfervraag. Door dezelfde vragen te stellen zijn de uitkomsten gemakkelijker te vergelijken met de voorgaande twee jaren.

In totaal zijn 26 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 resultaten van de merken Jaguar, Jeep, Land Rover en Subaru zijn indicatief. Deze merken zijn wel opgenomen in het rapport, maar krijgen geen algemeen waarderingscijfer en staan daarom niet in de rangorde.

Merken worden alleen opgenomen in de rapportage als de respons aan de volgende criteria voldoet. Als 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, worden opgenomen als indicatief in de rapportage. Bij 14 of minder respondenten: niet opgenomen.
- Merken met een totaal aantal vestigingen van dertig of minder: bij minimaal 80% respons opgenomen als representatief. Bij 50%-80% respons: opgenomen als indicatief. Minder dan 50% respons: niet opgenomen in de rapportage.

Resultaten algemeen

Het algemene waarderingscijfer is ten opzichte van 2015 met 0,1 punt gedaald en komt in 2016 uit op een 6,6.

De drie stellingen met de hoogste rapportcijfers over alle merken:

	2016	2015
1. Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	7,9	7,9
2. Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	7,0	7,1
3. Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	6,7	6,9

De stelling: 'Staat van nieuwe auto's bij aflevering (25)' is net als in voorgaande jaren het hoogst gewaardeerd. Het rapportcijfer voor deze stelling bleef gelijk ten opzichte van 2015. Op de tweede plaats staat 'Bestelprocedure nieuwe auto's (26)'. Het rapportcijfer van deze stelling is met 0,1 punt gedaald naar een 7,0. Op de derde plek staat de 'Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)'. Deze stelling wordt gewaardeerd met een 6,7. Dat is 0,2 punt lager dan vorig jaar.

Top drie verbeterpunten:

	2016	2015
1. Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	5,0	5,2
2. Profijt afspraken importeur met 'rentalmij'. (24)	5,1	5,2
3. Invoering en onderhoud datacommunicatie & automatisering (7)	5,2	5,1

De belangrijkste verbeterpunten hebben te maken met de mate waarin dealers profiteren van afspraken tussen importeurs en fleetowners, leasemaatschappijen en rentalmaatschappijen (23 en 24). Een ander verbeterpunt is de mate waarin de importeur de dealers ondersteunt op het gebied van invoering en onderhoud van datacommunicatie- en automatiseringssystemen (7). Deze stelling wordt gewaardeerd met een 5,2.

De meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van vorig jaar:

Verschil in waarderingscijfer (betreft het rekenkundige verschil tussen de waarderingscijfers van 2016 en 2015, wat kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie)

- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) +0,5
- Coulance na de garantieperiode (47) +0,4
- Kosten technische opleidingen/trainingen (36) +0,3

Samenvatting

In 2016 worden 16 van de 49 stellingen beter gewaardeerd dan in 2015. De grootste sprong voorwaarts wordt gemaakt door de stelling 'Duidelijkheid over de procedure bij garantieafhandeling (44)'. Het waarderingscijfer voor deze stelling stijgt met 0,5 punt van een 5,8 naar een 6,3. De waardering voor 'De wijze waarop de importeur het coulancebeleid na afloop van de garantieperiode heeft ingericht (11)' stijgt met 0,4 punt en komt daarmee uit op een 5,9. De stelling over de kosten van technische opleidingen en trainingen (36) stijgt met 0,3 punt naar een 5,5. Vorig jaar stond deze stelling nog in de top drie verbeterpunten.

De grootste achteruitgang in waardering zien we bij onderstaande punten:
Verschil in waarderingscijfer (betreft het rekenkundige verschil tussen de waarderingscijfers van 2016 en 2015, wat kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie)

- Reclame verkoopondersteuning (18) -0,3
- Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32) -0,3
- Levertijd onderdelen (38) -0,2

26 stellingen krijgen in 2016 een lagere waardering dan in 2015. De waardering voor de reclameondersteuning zakt 0,3 punt van een 7,0 naar 6,7. Het waarderingscijfer voor de wijze waarop medewerkers van de importeur behulpzaam zijn over salesvraagstukken daalt ook met 0,3 punt van een 6,8 naar een 6,5.
De waardering voor de levertijd van onderdelen (38) zakt met 0,2 punt naar een 6,3. In 2014 werd deze stelling nog gewaardeerd met een 7,0.

In totaal zijn er 16 stellingen die hoger scoren, 7 stellingen die gelijk scoren en 26 stellingen die lager 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 overzicht standards totaal en de merken). Volgens bijna 40 procent van de dealers zijn de sales standards in 2016 verzwaard, slechts 2 procent geeft aan dat ze versoepeld zijn en volgens 58 procent zijn ze gelijk gebleven. De aftersales standards zijn volgens 26 procent van de dealers verzwaard. Bijna driekwart (73%) van de dealers geeft aan dat de aftersales standards gelijk zijn gebleven en volgens een procent zijn ze versoepeld. De drie merken waarvoor het grootste percentage dealers aangeeft dat de sales standards zijn verzwaard, zijn: Alfa Romeo (91%), Land Rover (79%) en Jaguar (71%). Ook bij de aftersales standards zijn dat dezelfde merken: Land Rover (73%), Alfa Romeo (69%) en Jaguar (55%).

Resultaten merken

Dit jaar zijn 22 merken opgenomen in de rangorde. Ten opzichte van vorig jaar zijn Alfa Romeo en BMW/MINI teruggekeerd in de lijst. De resultaten van de merken Jaguar, Jeep, Land Rover en Subaru zijn niet opgenomen in de rangorde door een te lage respons. BMW/MINI krijgt dit jaar het hoogste waarderingscijfer (8,8). Dat is maar liefst twee volle punten hoger dan twee jaar geleden. De tweede plaats wordt dit jaar gedeeld door Renault/Dacia en Audi. Het rapportcijfer voor Renault/Dacia steeg van een 7,7 naar een 8,0. En het cijfer van Audi steeg van een 7,3 naar een 8,0. Volvo, dat de voorgaande jaren nog op de eerste plaats stond, is afgezakt naar de vijfde plaats, vlak achter Opel. Het waarderingscijfers van Volvo is gedaald van een 8,8 naar een 7,8.
De grootste sprong voorwaarts is gezet door Opel. Het rapportcijfer van Opel steeg met 0,9 punt van een 7,0 naar een 7,9. Peugeot is het hardst gekelderd. Het rapportcijfer van Peugeot is gezakt van een 7,3 naar een 5,9 en komt daarmee uit op de zestiende plaats. Nissan, Citroën, Honda, Alfa Romeo en Fiat werden gewaardeerd met een onvoldoende. Fiat krijgt dit jaar de laagste waardering (3,7), maar liefst 1,3 punt lager dan vorig jaar.

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.

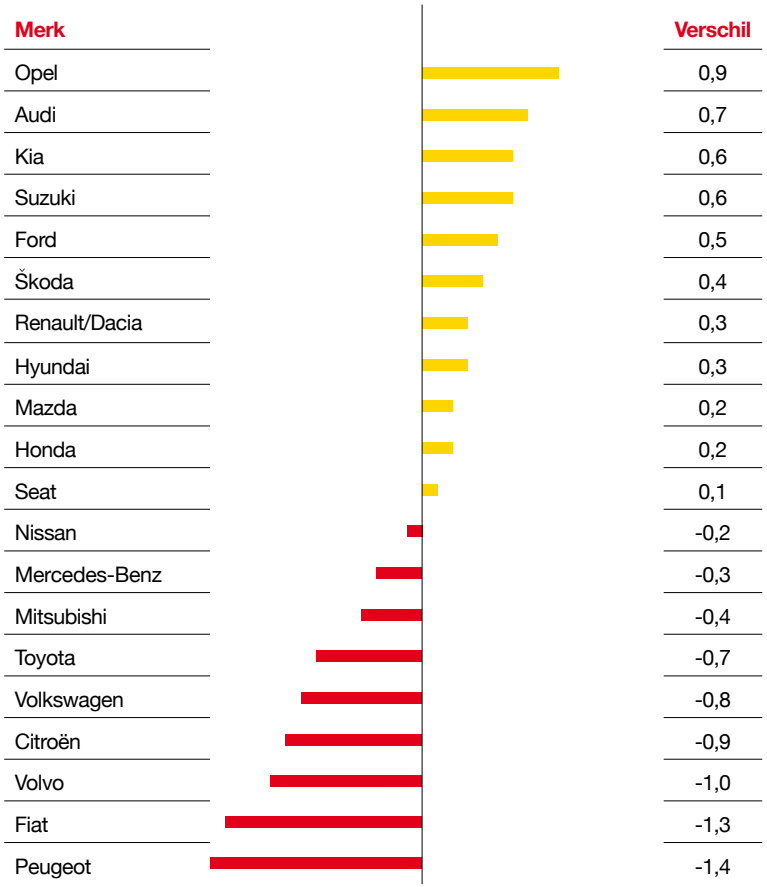
Rangorde

waarderingscijfers 2016

Merk	Cijfer	Positie
BMW/MINI	8,8	1
Renault/Dacia*	8,0	2
Audi	8,0	2
Opel	7,9	4
Volvo	7,8	5
Suzuki	7,7	6
Volkswagen	7,1	7
Škoda	7,0	8
Mercedes-Benz*	6,9	9
SEAT	6,9	9
Toyota*	6,8	11
Mazda	6,8	11
Mitsubishi*	6,6	13
Hyundai	6,6	13
KIA	6,2	15
Peugeot	5,9	16
Ford	5,5	17
Nissan	5,3	18
Citroën	4,7	19
Honda	4,3	20
Alfa Romeo	4,2	21
Fiat	3,7	22
Alle merken	**6,6**	

* Eerstgenoemde in de ranglijst scoort op decimalen hoger.

verschil 2016 t.o.v. 2015



Merk	Verschil
Opel	0,9
Audi	0,7
Kia	0,6
Suzuki	0,6
Ford	0,5
Škoda	0,4
Renault/Dacia	0,3
Hyundai	0,3
Mazda	0,2
Honda	0,2
Seat	0,1
Nissan	-0,2
Mercedes-Benz	-0,3
Mitsubishi	-0,4
Toyota	-0,7
Volkswagen	-0,8
Citroën	-0,9
Volvo	-1,0
Fiat	-1,3
Peugeot	-1,4

RODI Personenauto's 2016

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

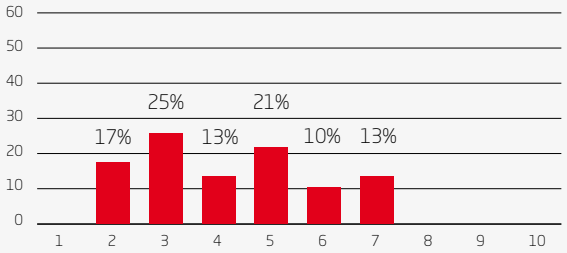
Jaguar, Jeep, Land Rover en Subaru zijn in verband met een te lage respons niet opgenomen in de rangorde.

BOVAG

Alfa Romeo

4,2

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



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 4,2

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken
Niet van toepassing.

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

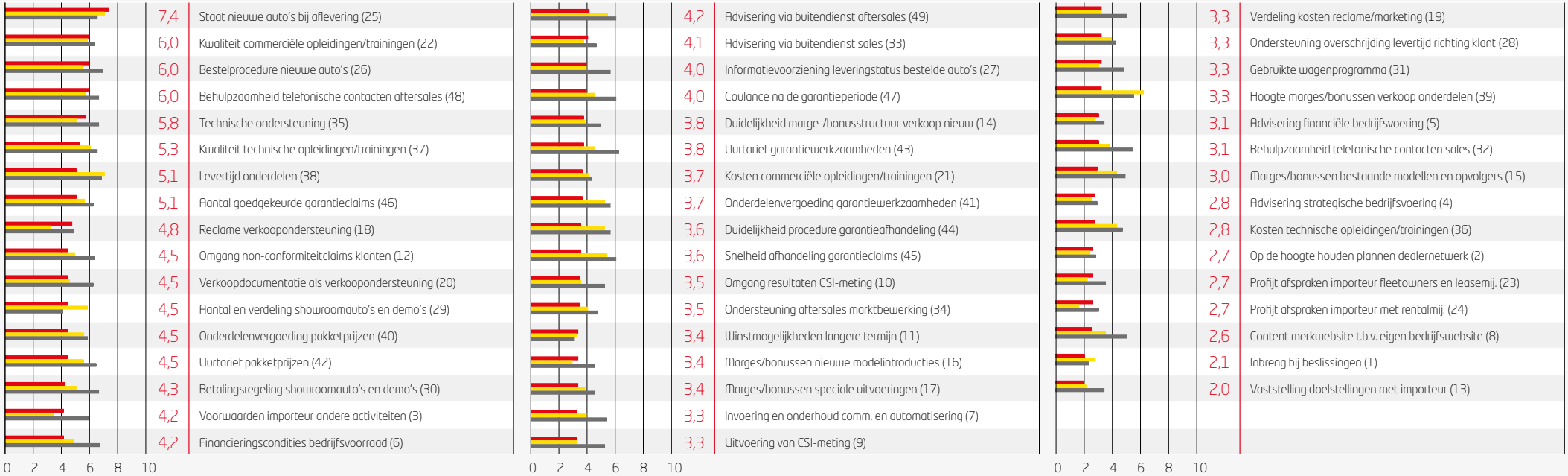
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-3,5
Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	-3,4
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-3,3

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Reclame verkoopondersteuning (18)	+1,5
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	+1,1
Technische ondersteuning (35)	+0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-2,9
Levertijd onderdelen (38)	-2,0
Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	-1,8

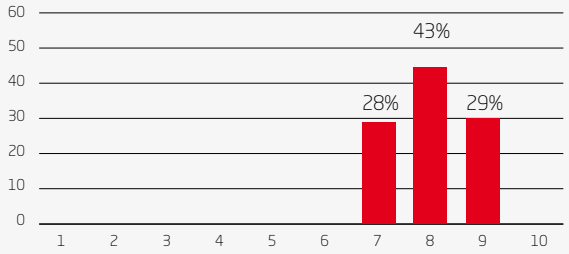


Audi

8,0

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	8,0

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	+2,7
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+2,7
Advisering financiële bedrijfsvoering (5)	+2,6

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

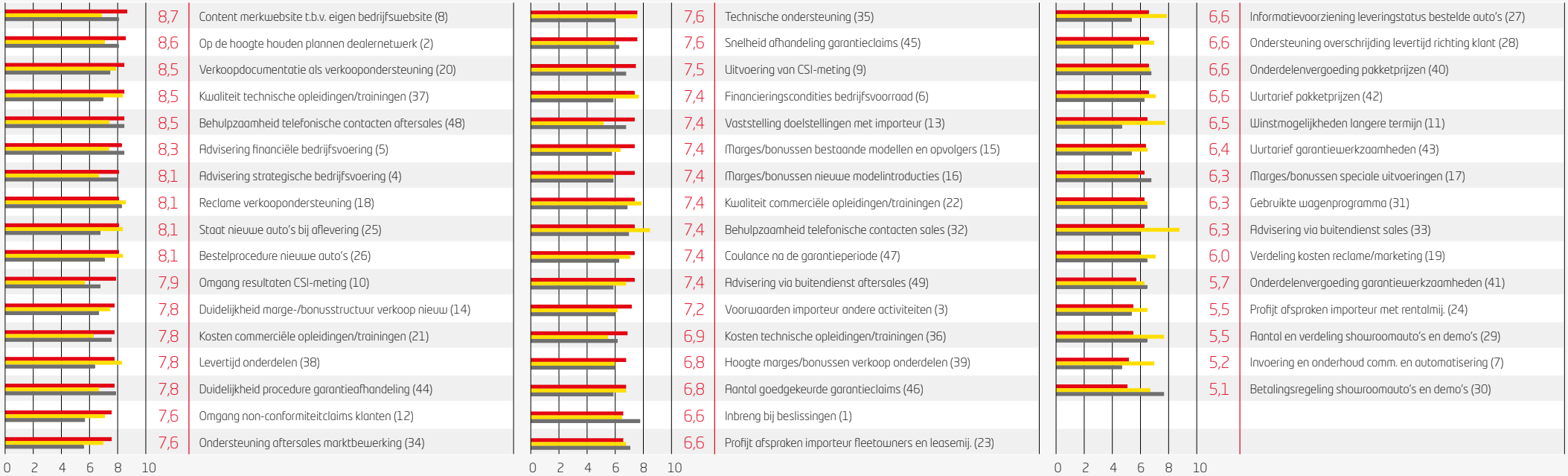
Omgang resultaten CSI-meting (10)	+2,2
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+2,2
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	+1,8

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	-1,3
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-0,6
Advisering via buitendienst sales (33)	-0,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Advisering via buitendienst sales (33)	-2,6
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-2,2
Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)	-1,8

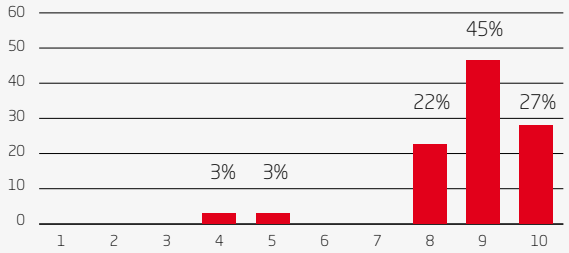


BMW/MINI

8,8

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 8,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+3,7
Gebruikte wagenprogramma (31)	+3,3
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+3,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

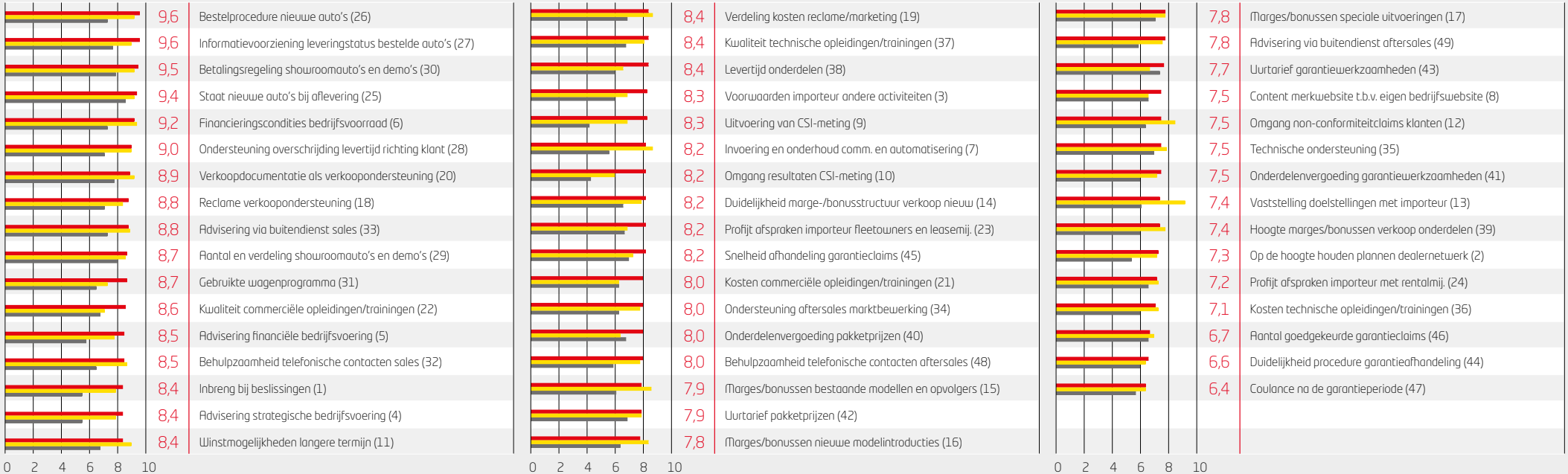
Niet van toepassing

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Omgang resultaten CSI-meting (10)	+2,3
Levertijd onderdelen (38)	+1,8
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,7

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-1,8
Omgang non-conformiteitclaims klanten (12)	-1,0
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	-0,7

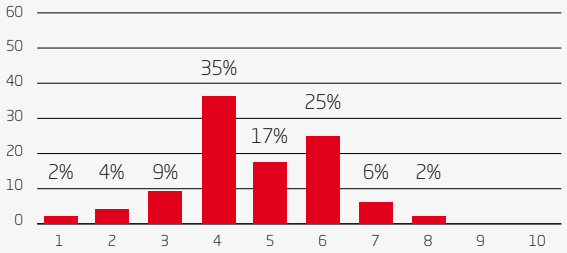


Citroën

4,7

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	4,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	+0,5
Uitvoering van CSI-meting (9)	+0,3
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	+0,3

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

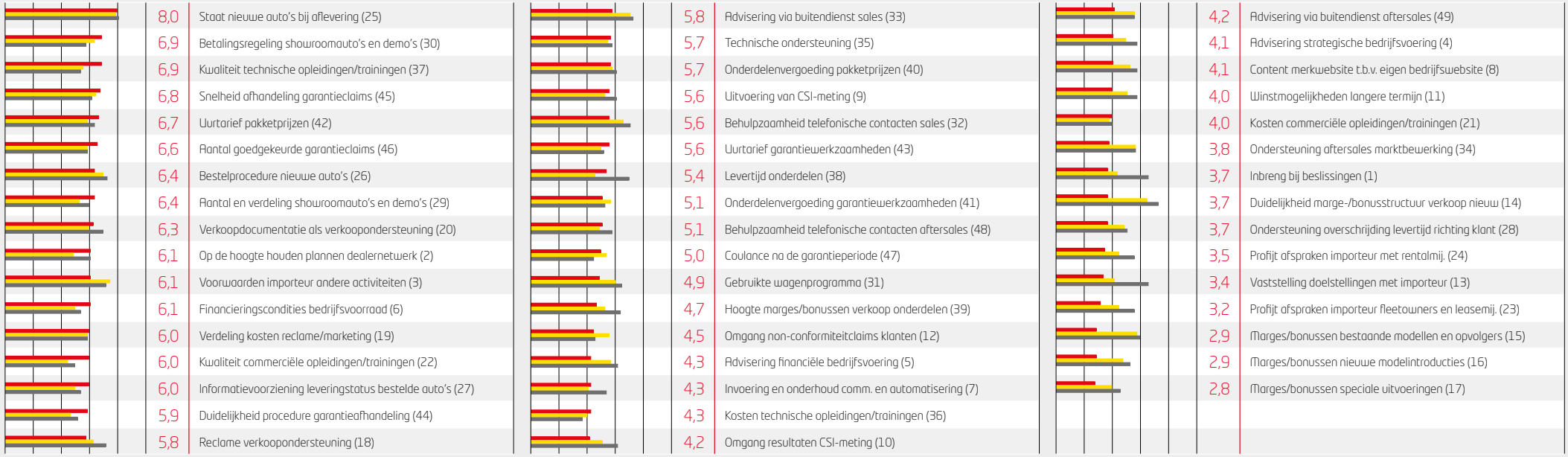
Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	+1,5
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	+1,3
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+1,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	-3,0
Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)	-2,8
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	-2,7

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

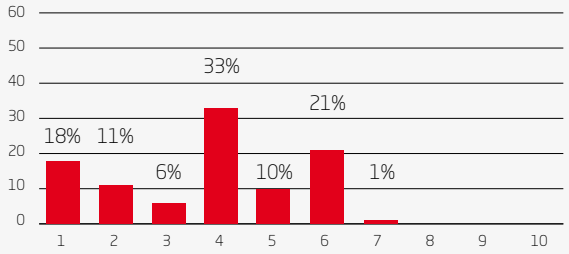
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	-2,9
Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	-2,8
Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)	-1,9



Fiat

3,7

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



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	3,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken
Niet van toepassing

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

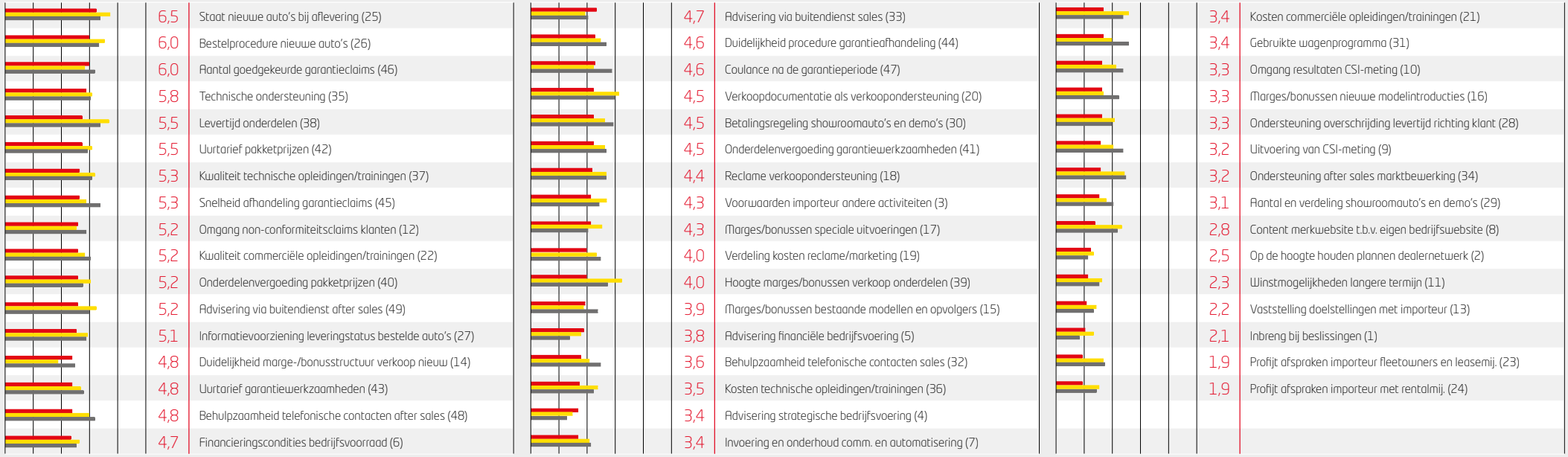
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-3,5
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-3,4
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-3,3

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	+1,0
Advisering via buitendienst sales (33)	+0,8
Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	+0,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-2,5
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-1,9
Levertijd onderdelen (38)	-1,8

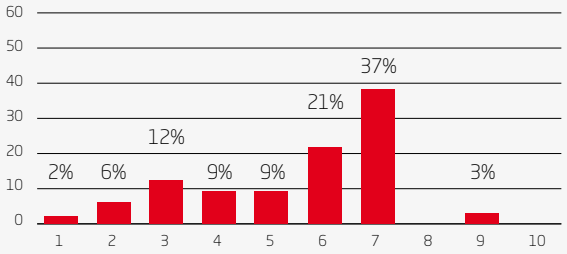


Ford

5,5

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	5,5

Meest positieve punt ten opzichte van alle merken

Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,1
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	+0,5
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+0,4

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

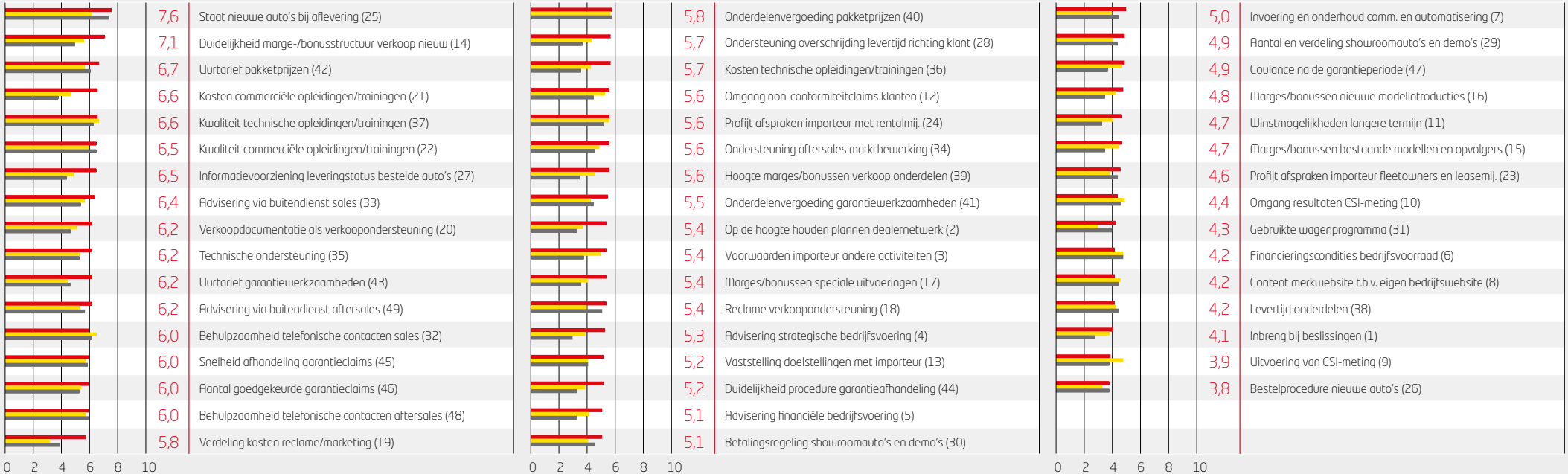
Verdeling kosten reclame/marketing (19)	+2,6
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,9
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	+1,7

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	-3,2
Levertijd onderdelen (38)	-2,0
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,7

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Uitvoering van CSI-meting (9)	-1,0
Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	-0,6
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-0,5

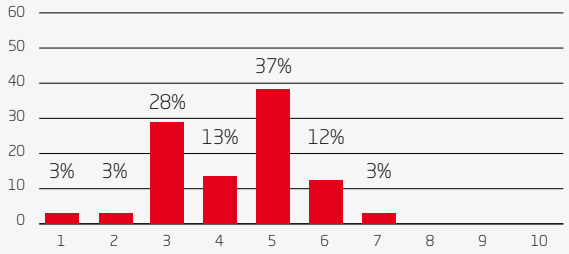


Honda

4,3

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	4,3

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Levertijd onderdelen (38)	+0,9
Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)	+0,7
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	+0,5

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

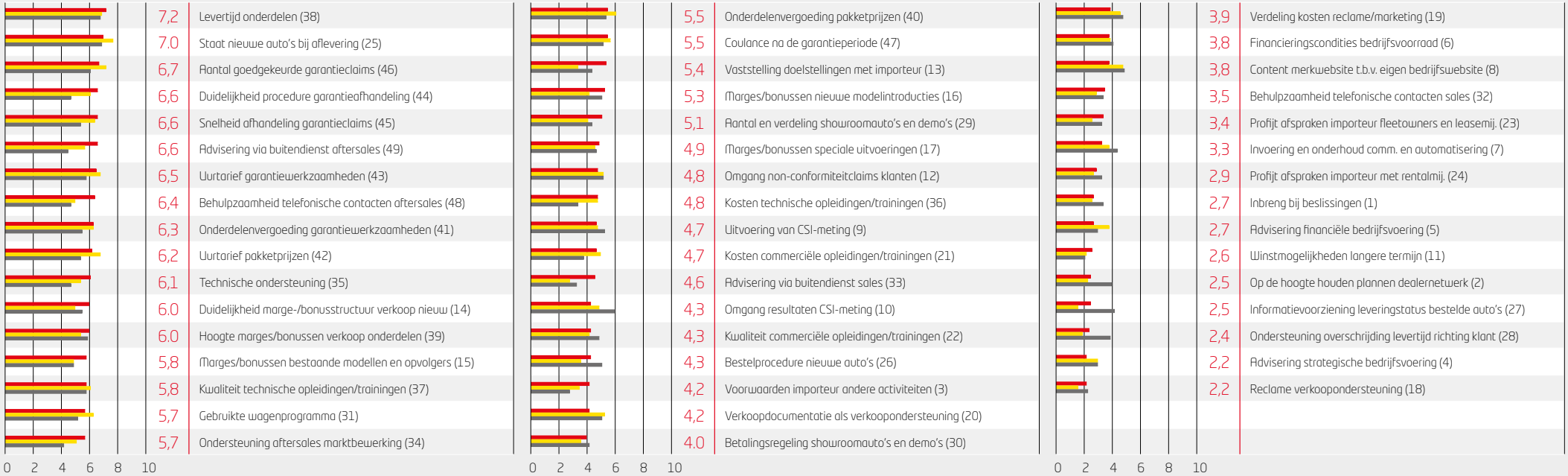
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+2.0
Advisering via buitendienst sales (33)	+1,8
Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)	+1,4

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Reclame verkoopondersteuning (18)	-4,5
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	-4.0
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-3,5

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Advisering financiële bedrijfsvoering (5)	-1,1
Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	-1,1
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-1.0

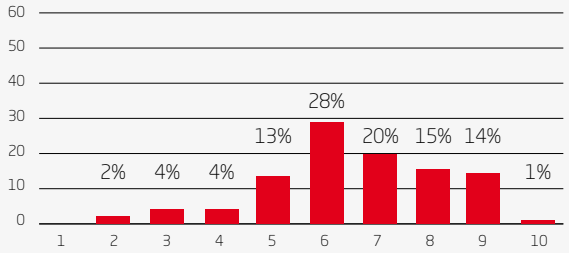


Hyundai

6,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,5
Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)	+1,0
Levertijd onderdelen (38)	+0,9

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

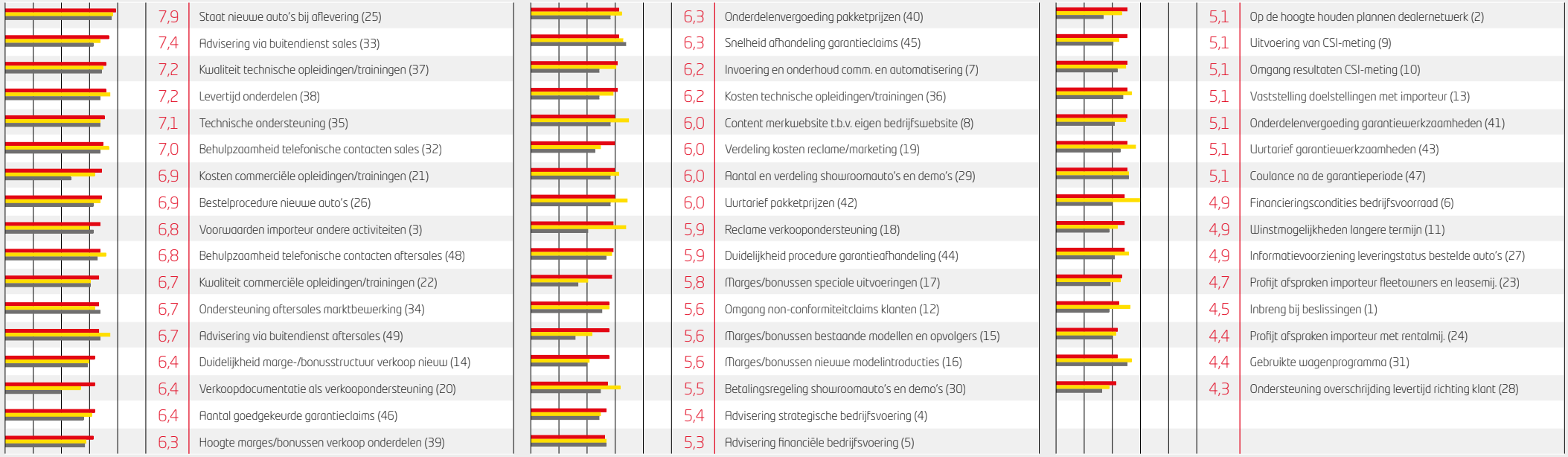
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	-1,6
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,0
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	-0,9

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)	+1,7
Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)	+1,5
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	+1,1

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

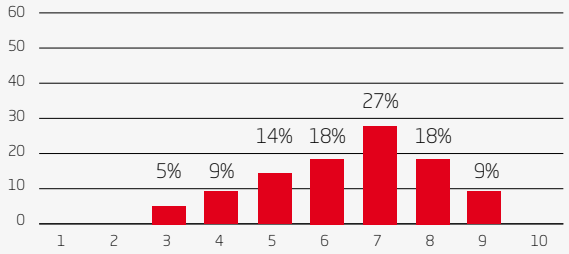
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,1
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-1,0
Gebruikte wagenprogramma (31)	-0,9



Jaguar *

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Coulance na de garantieperiode (47)	+2,1
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+1,5
Advisering via buitendienst sales (33)	+1,4

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	-1,7
Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	-1,4
Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	-1,2

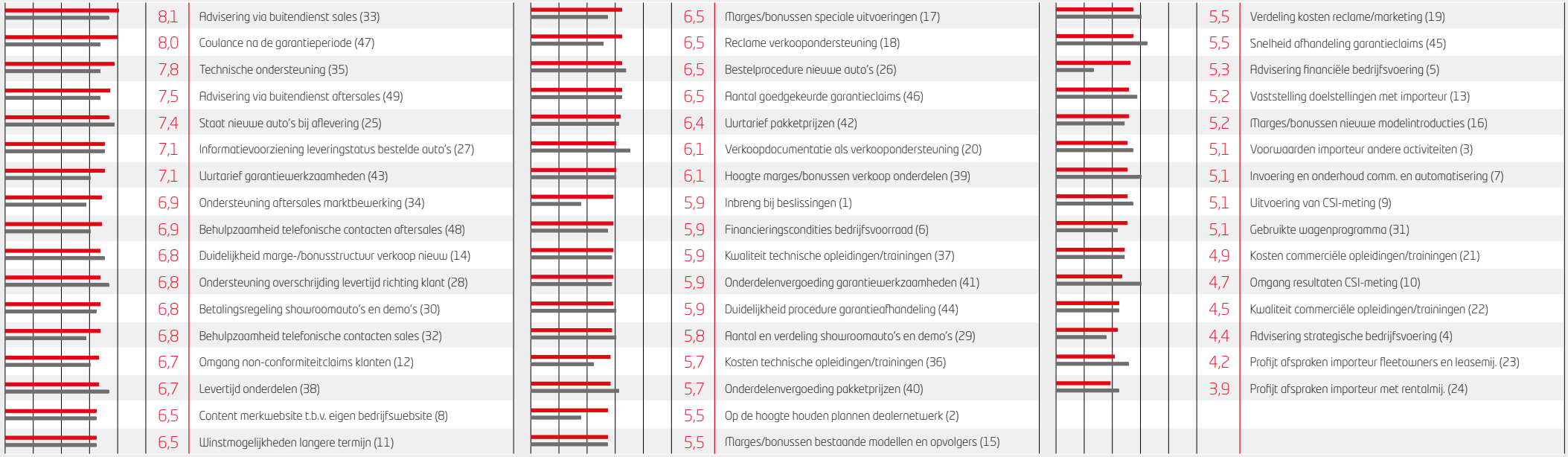
Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Niet van toepassing.

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Niet van toepassing.

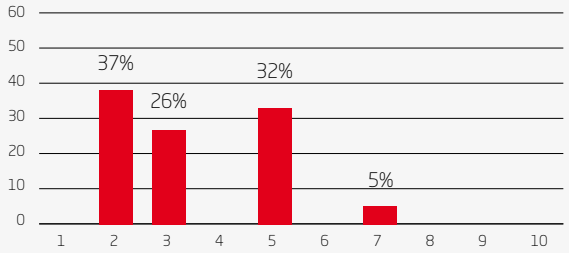
* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



Jeep*

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Niet van toepassing.

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-4,4
Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	-4,2
Inbreng bij beslissingen (1)	-3,9

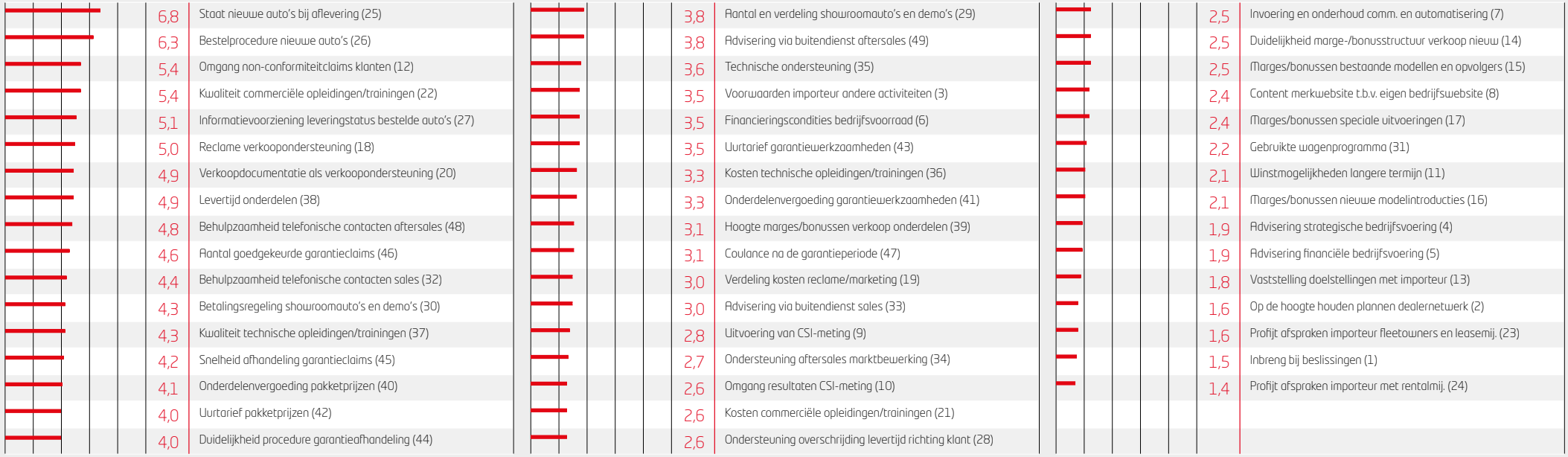
Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Niet van toepassing.

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Niet van toepassing.

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



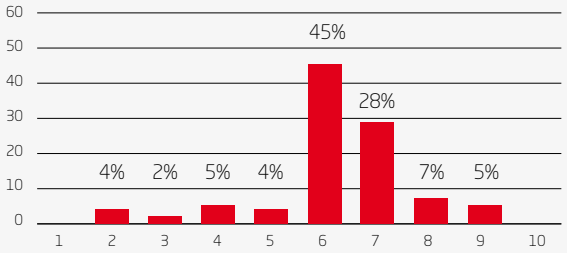
Kia

6,2

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,2

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Reclame verkoopondersteuning (18)	+1,6
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	+1,3
Advisering via buitendienst aftersales (49)	+1,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

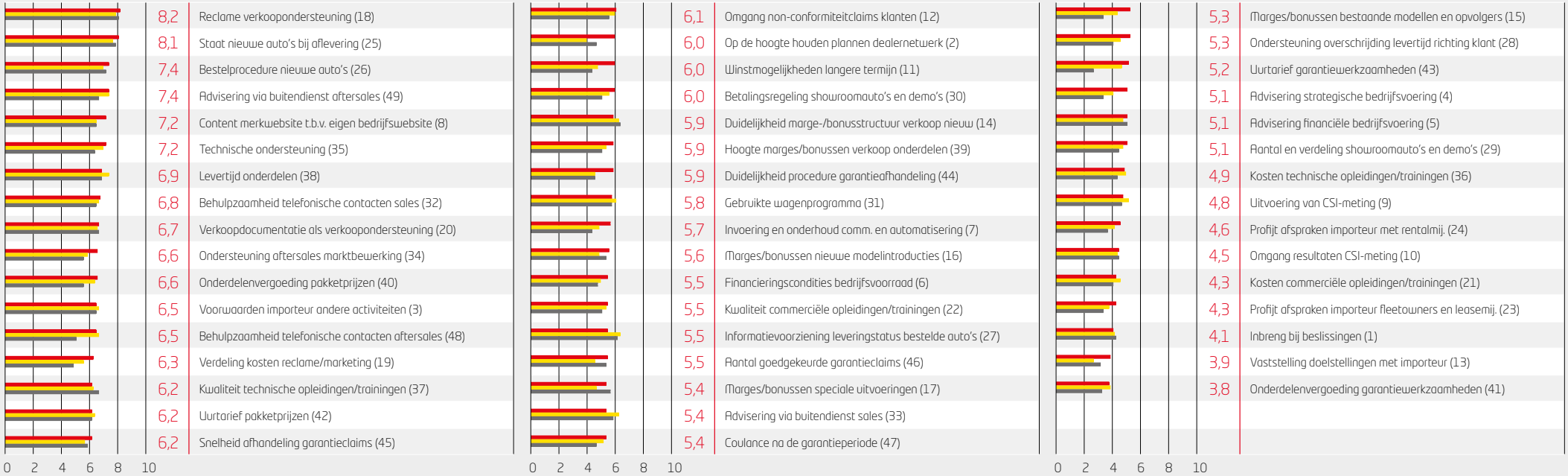
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+1,9
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	+1,3
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+1,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)	-1,8
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-1,6
Advisering via buitendienst sales (33)	-1,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

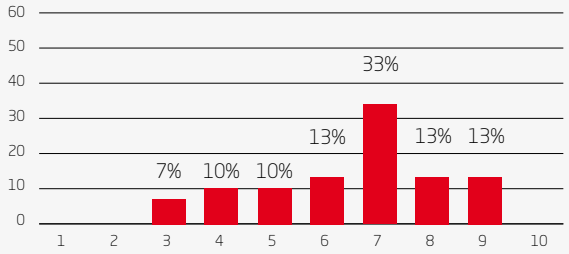
Coulance na de garantieperiode (47)	-0,9
Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	-0,9
Levertijd onderdelen (38)	-0,5



Landrover*

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Coulance na de garantieperiode (47)	+1,6
Technische ondersteuning (35)	+1,5
Advisering via buitendienst aftersales (49)	+1,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	-1,4
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	-1,1
Gebruikte wagenprogramma (31)	-1,0

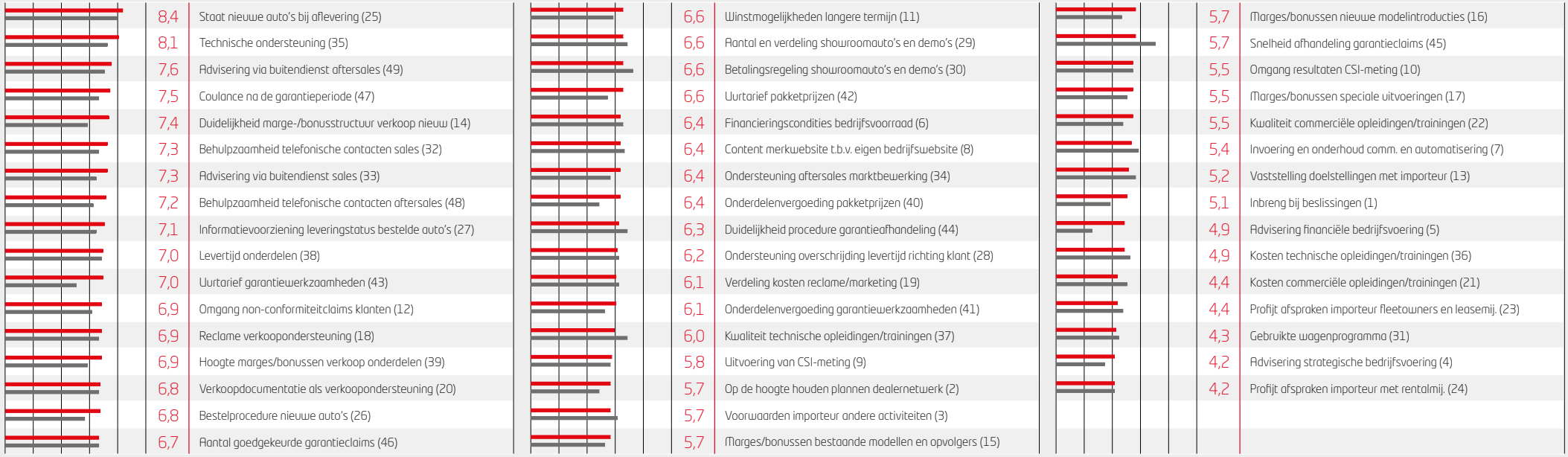
Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Niet van toepassing.

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Niet van toepassing.

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



8,4	Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
8,1	Technische ondersteuning (35)
7,6	Advisering via buitendienst aftersales (49)
7,5	Coulance na de garantieperiode (47)
7,4	Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
7,3	Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)
7,3	Advisering via buitendienst sales (33)
7,2	Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)
7,1	Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)
7,0	Levertijd onderdelen (38)
7,0	Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)
6,9	Omgang non-conformiteitclaims klanten (12)
6,9	Reclame verkoopondersteuning (18)
6,9	Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)
6,8	Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)
6,8	Bestelprocedure nieuwe auto's (26)
6,7	Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)

0 2 4 6 8 10

6,6	Winstmogelijkheden langere termijn (11)
6,6	Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)
6,6	Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)
6,6	Uurtarief pakketprijzen (42)
6,4	Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
6,4	Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
6,4	Ondersteuning aftersales marktbewerking (34)
6,4	Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)
6,3	Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
6,2	Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)
6,1	Verdeling kosten reclame/marketing (19)
6,1	Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)
6,0	Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)
5,8	Uitvoering van CSI-meting (9)
5,7	Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)
5,7	Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)
5,7	Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)

0 2 4 6 8 10

5,7	Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)
5,7	Snelheid afhandeling garantieclaims (45)
5,5	Omgang resultaten CSI-meting (10)
5,5	Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
5,5	Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)
5,4	Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)
5,2	Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
5,1	Inbreng bij beslissingen (1)
4,9	Advisering financiële bedrijfsvoering (5)
4,9	Kosten technische opleidingen/trainingen (36)
4,4	Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
4,4	Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)
4,3	Gebruikte wagenprogramma (31)
4,2	Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
4,2	Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)

0 2 4 6 8 10

2016 2015 2014

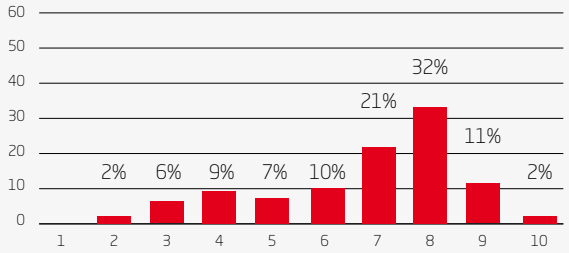
Mazda

6,8

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 6,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+1,6
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	+1,3
Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)	+1,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

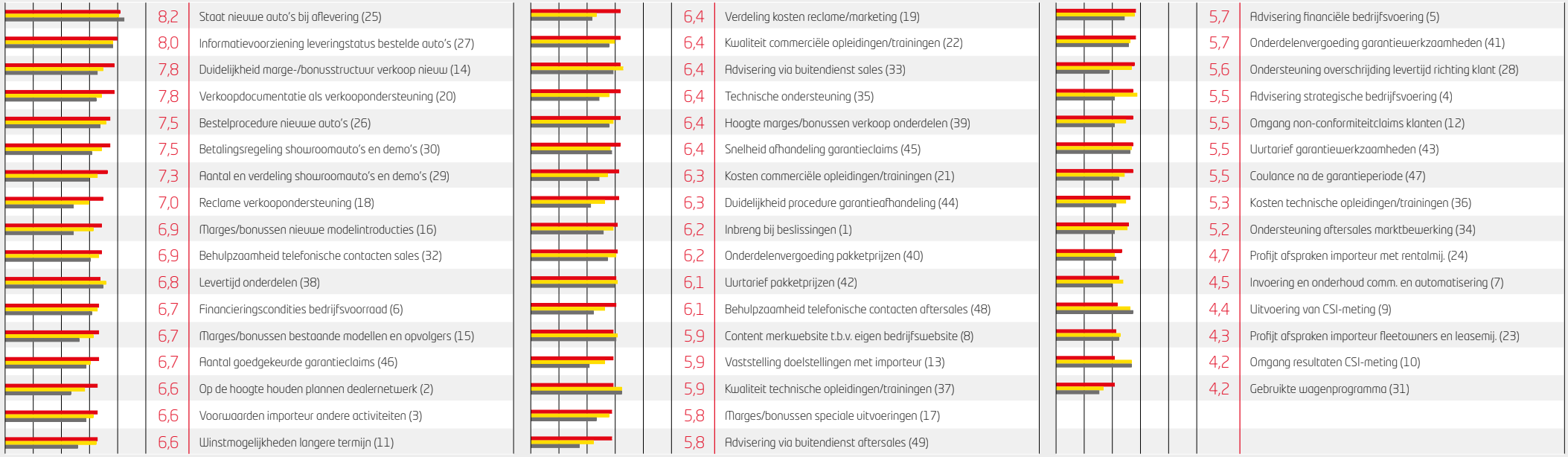
Omgang resultaten CSI-meting (10)	-1,2
Gebruikte wagenprogramma (31)	-1,1
Uitvoering van CSI-meting (9)	-0,8

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Verdeling kosten reclame/marketing (19)	+1,7
Advisering via buitendienst aftersales (49)	+1,3
Reclame verkoopondersteuning (18)	+1,0

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Omgang resultaten CSI-meting (10)	-1,2
Uitvoering van CSI-meting (9)	-0,9
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	-0,6

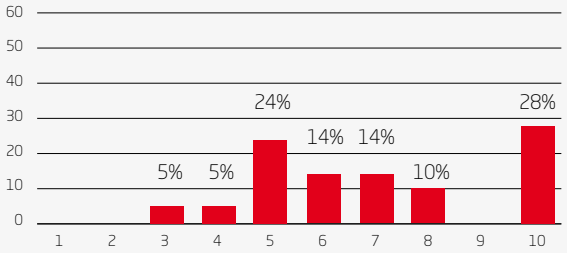


Mercedes-Benz

6,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+2,5
Ondersteuning aftersales marktbewerking (34)	+1,9
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+1,6

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+2,4
Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	+1,8
Advisering financiële bedrijfsvoering (5)	+1,1

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	-1,9
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	-1,5
Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	-0,7

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

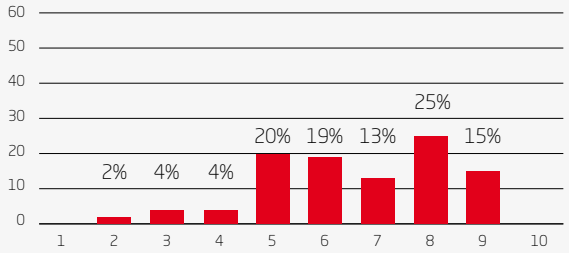
Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	-2,3
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-1,7
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	-1,7

Mitsubishi

6,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+1,8
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	+1,3
Levertijd onderdelen (38)	+1,1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

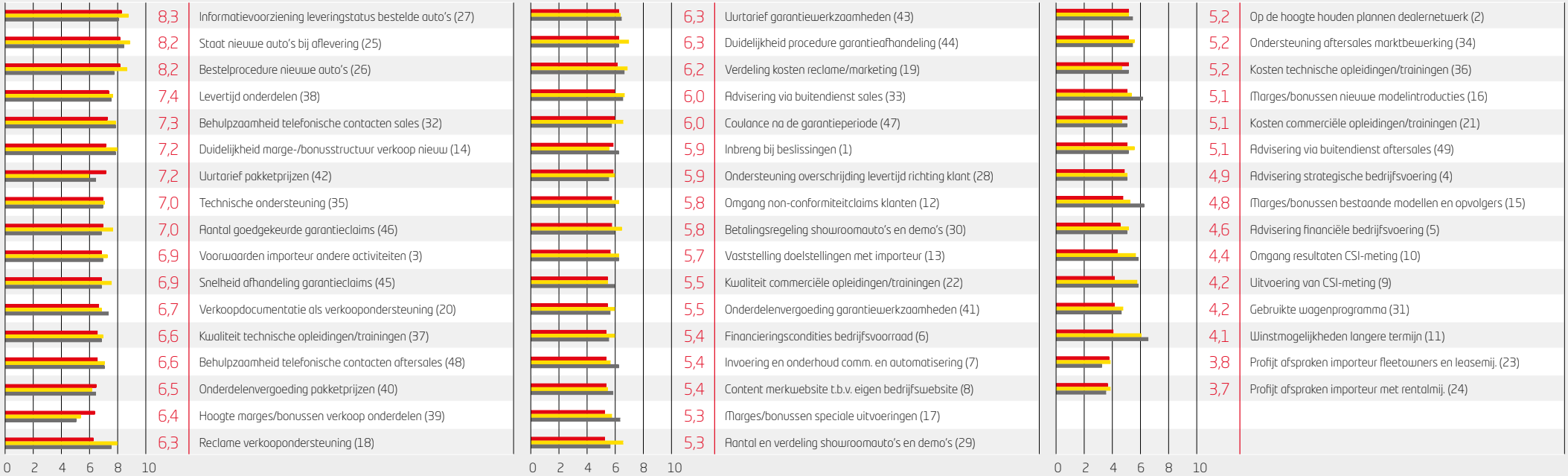
Uurtarief pakketprijzen (42)	+1,1
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	+0,9
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	+0,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-1,6
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	-1,4
Advisering via buitendienst aftersales (49)	-1,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-1,9
Reclame verkoopondersteuning (18)	-1,7
Uitvoering van CSI-meting (9)	-1,6

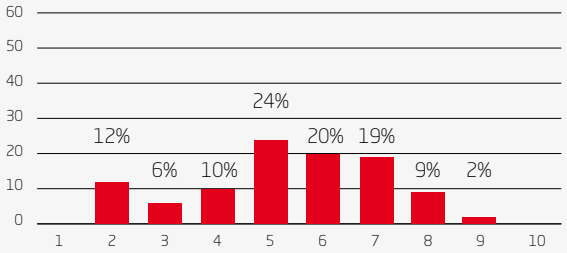


Nissan

5,3

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	5,3

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Niet van toepassing.

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

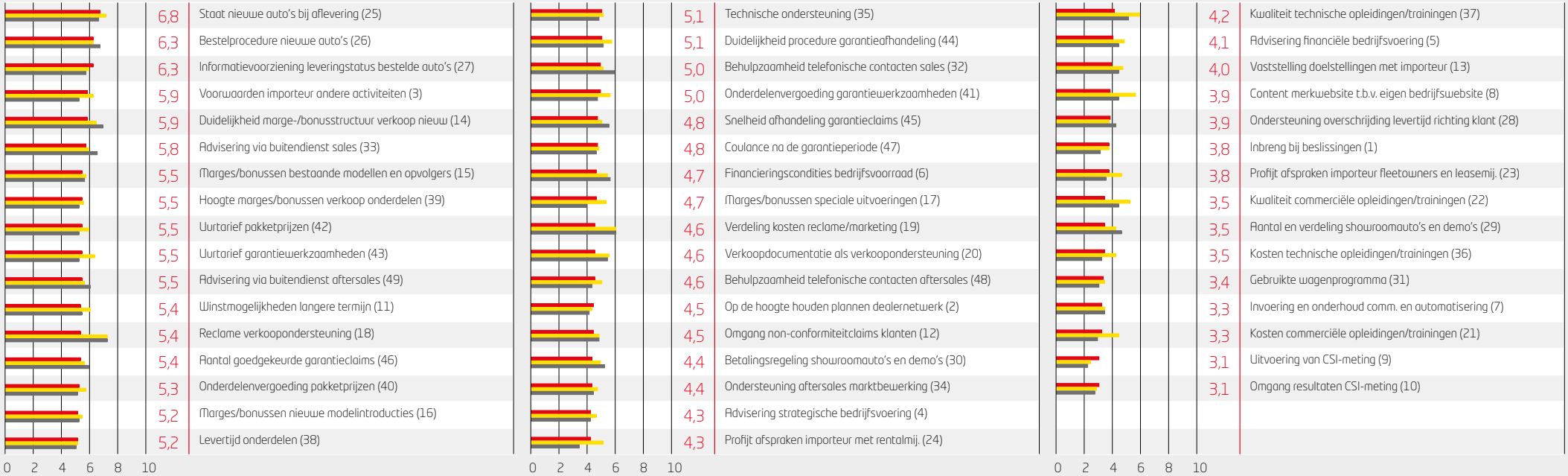
Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	-2,7
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-2,6
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	-2,4

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Uitvoering van CSI-meting (9)	+0,6
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+0,3
Omgang resultaten CSI-meting (10)	+0,2

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Reclame verkoopondersteuning (18)	-1,9
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-1,8
Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)	-1,7

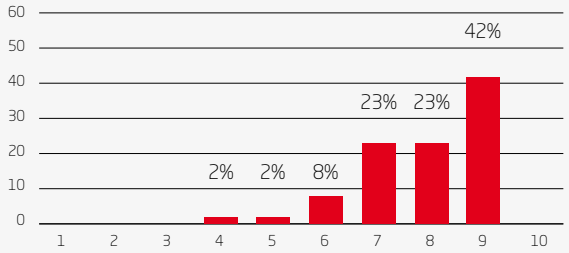


Opel 7,9

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	7,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+2,5
Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	+2,5
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+2,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

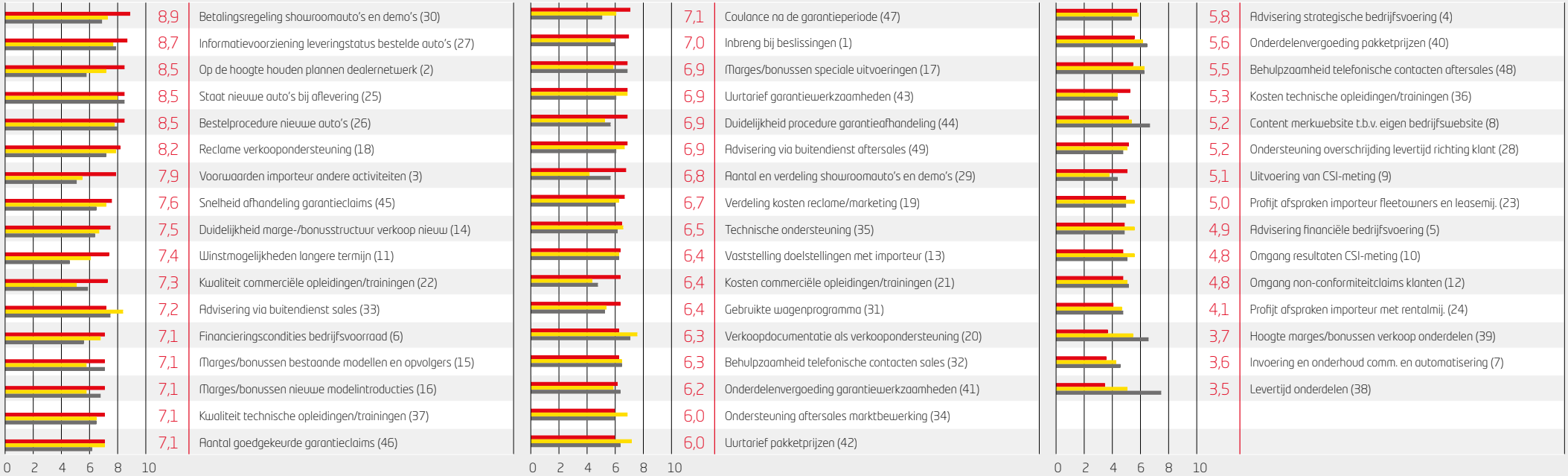
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	+2,6
Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	+2,5
Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	+2,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Levertijd onderdelen (38)	-2,8
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-2,0
Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)	-1,5

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-1,7
Levertijd onderdelen (38)	-1,6
Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	-1,3

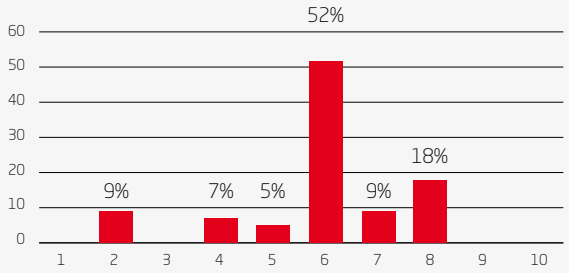


Peugeot

5,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	5,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Advisering via buitendienst sales (33)	+2,6
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	+1,4
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	+1,0

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

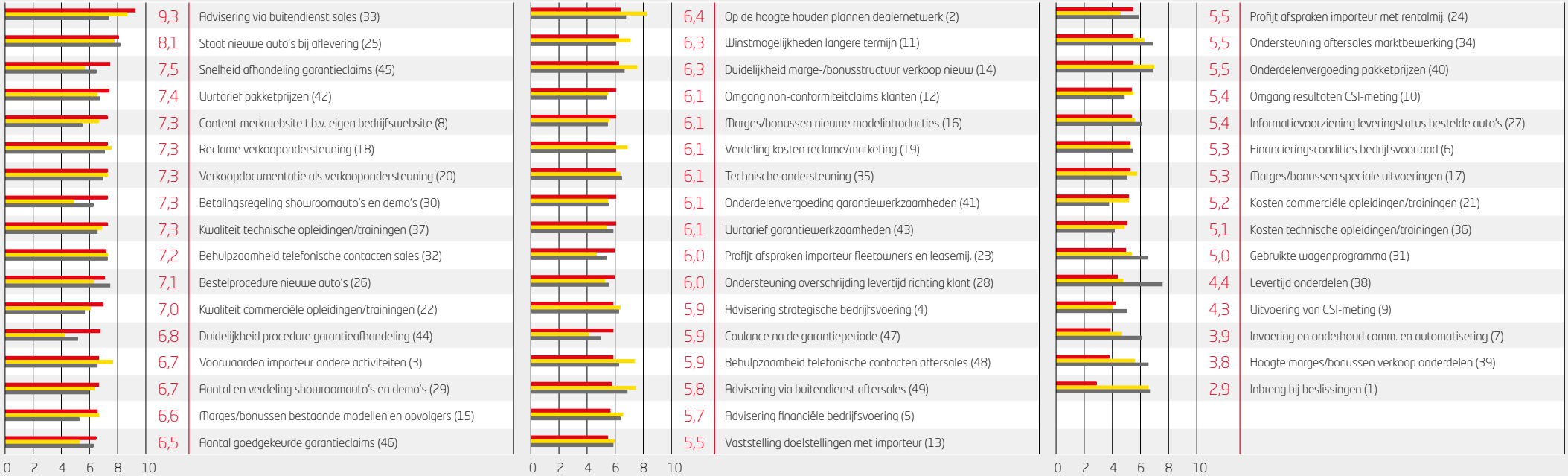
Inbreng bij beslissingen (1)	-2,5
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-1,9
Levertijd onderdelen (38)	-1,9

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+2,6
Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	+2,4
Snelheid afhandeling garantieclaims (45)	+1,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

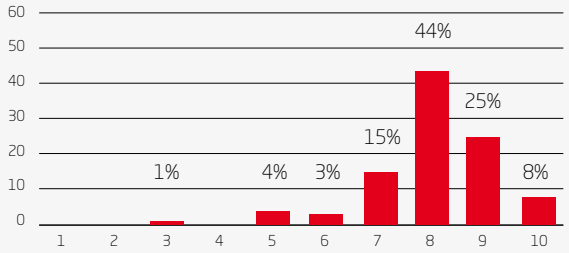
Inbreng bij beslissingen (1)	-3,7
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	-1,9
Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)	-1,8



Renault/Dacia

8,0

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



Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	8,0

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+2,3
Reclame verkoopondersteuning (18)	+2,1
Inbreng bij beslissingen (1)	+2,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

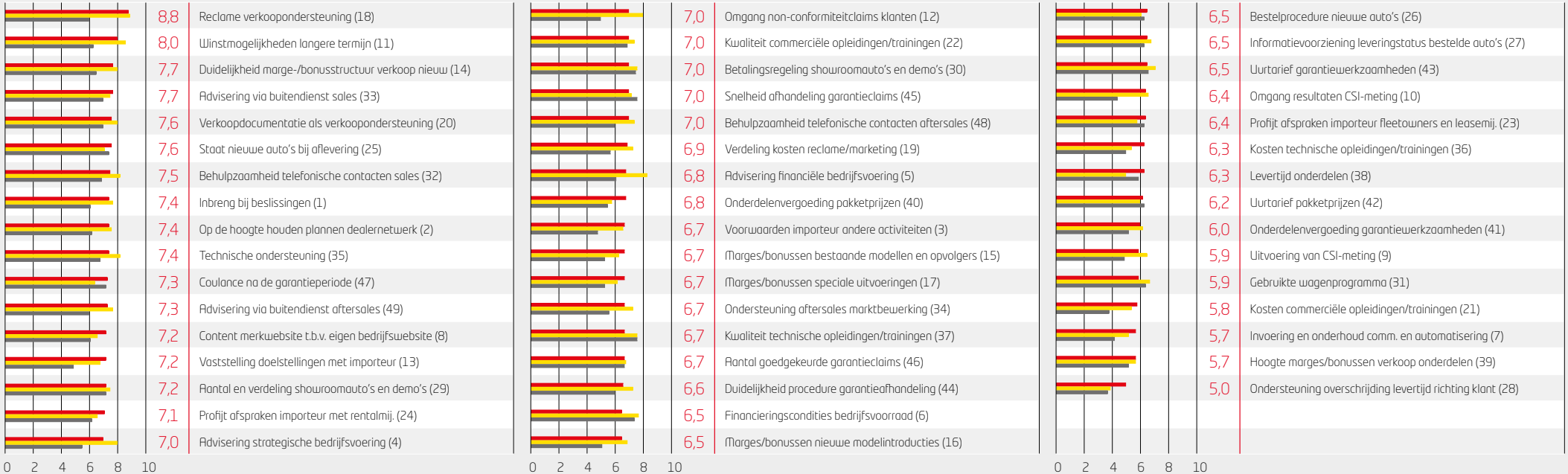
Levertijd onderdelen (38)	+1,3
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	+1,0
Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)	+1,0

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	-0,5
Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	-0,3
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	-0,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Advisering financiële bedrijfsvoering (5)	-1,4
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-1,1
Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	-1,0

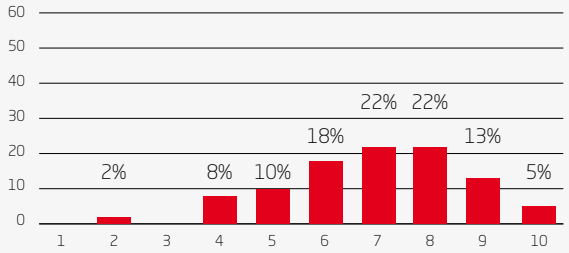


SEAT

6,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Uitvoering van CSI-meting (9)	+1,8
Omgang resultaten CSI-meting (10)	+1,5
Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	+1,3

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

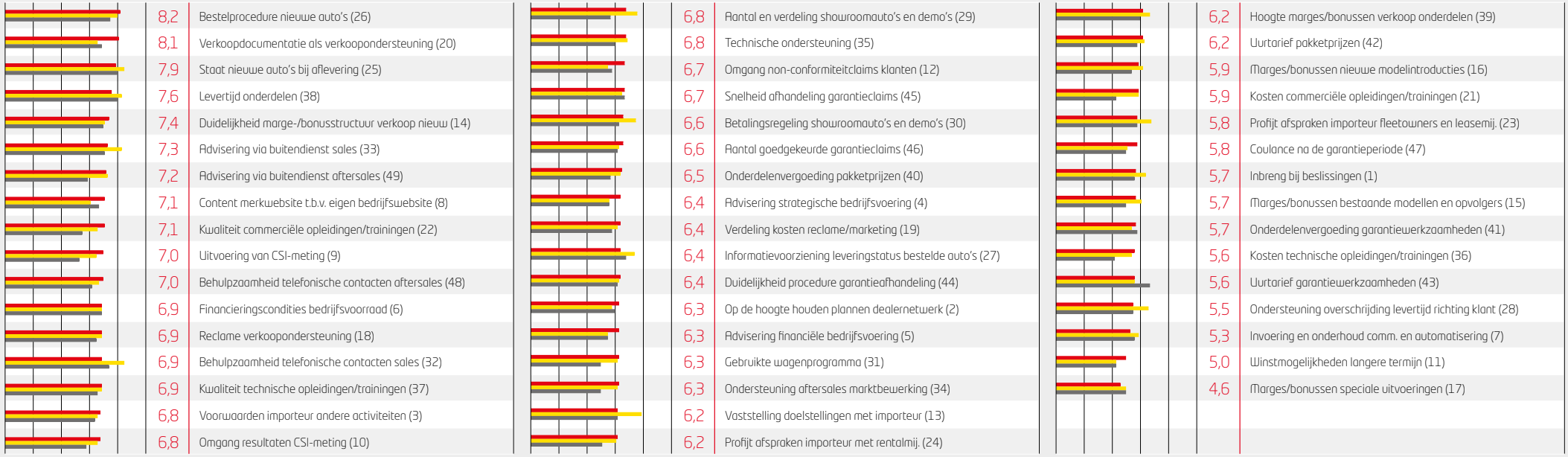
Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	+1,4
Omgang non-conformiteitclaims klanten (12)	+1,2
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	+1,0

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)	-0,9
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-0,8
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	-0,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	-1,6
Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	-1,6
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	-1,1

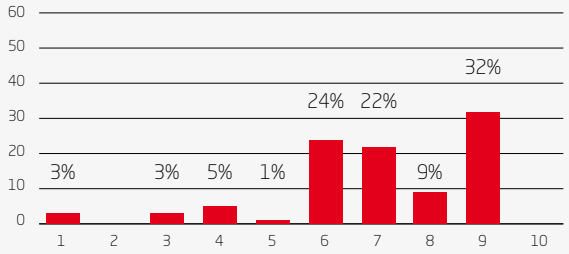


Škoda

7,0

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	7,0

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	+1,5
Uitvoering van CSI-meting (9)	+1,1
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+0,9

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

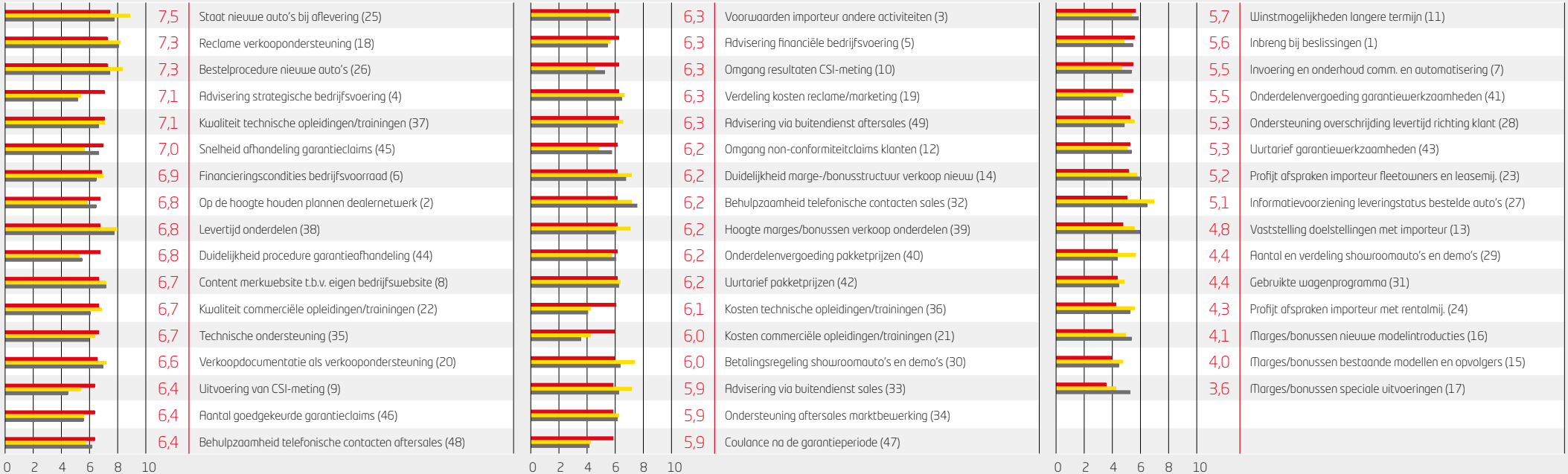
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	+1,8
Advisering strategische bedrijfsvoering (4)	+1,7
Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)	+1,7

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)	-1,8
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	-1,7
Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)	-1,7

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

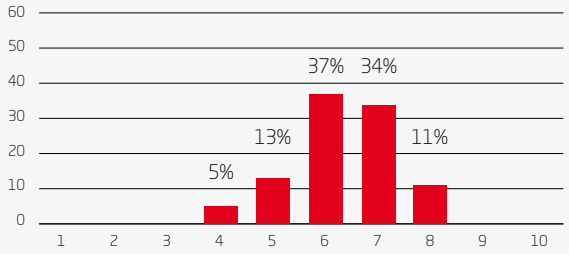
Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)	-1,9
Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	-1,4
Advisering via buitendienst sales (33)	-1,4



Subaru*

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Levertijd onderdelen (38)	+1,0
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	+0,8
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+0,7

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Reclame verkoopondersteuning (18)	-3,5
Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-2,6
Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)	-2,6

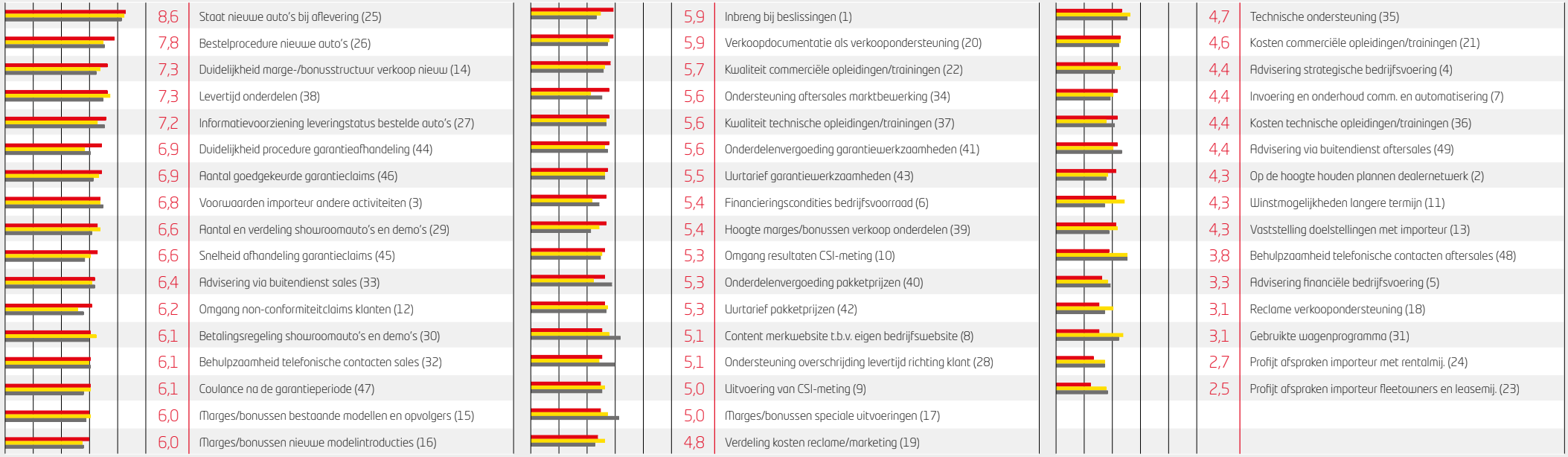
Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Ondersteuning aftersales marktbewerking (34)	+1,3
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+1,2
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	+1,0

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Gebruikte wagenprogramma (31)	-1,7
Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)	-1,3
Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-1,2

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

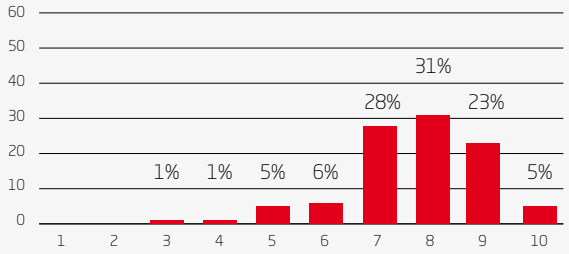


Suzuki

7,7

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	7,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Inbreng bij beslissingen (1)	+2,2
Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	+1,6
Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)	+1,5

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

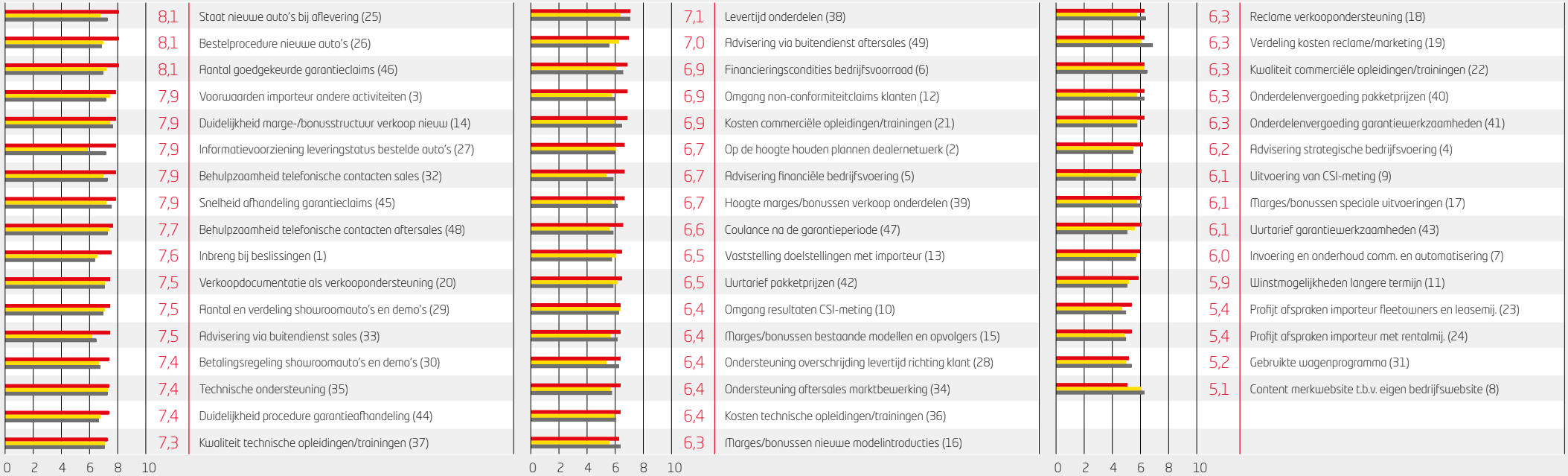
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	+1,9
Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	+1,4
Advisering via buitendienst sales (33)	+1,3

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-0,8
Reclame verkoopondersteuning (18)	-0,4
Gebruikte wagenprogramma (31)	-0,1

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

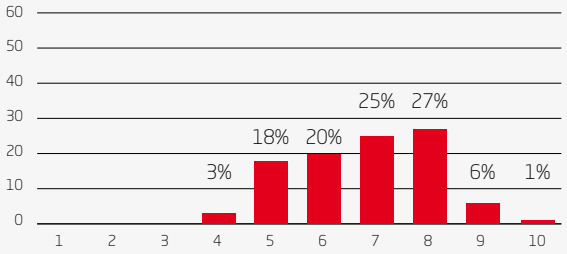
Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)	-1,0
Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	-0,1
Omgang resultaten CSI-meting (10)	-0,1



Toyota/Lexus

6,8

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



Naar inhoud Naar stellingenlijst

Verschil in rapportcijferpunten

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	+1,9
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	+1,4
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	+1,4

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)	+1,6
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+0,7
Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	+0,5

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)	-1,1
Reclame verkoopondersteuning (18)	-1,1
Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)	-0,9

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

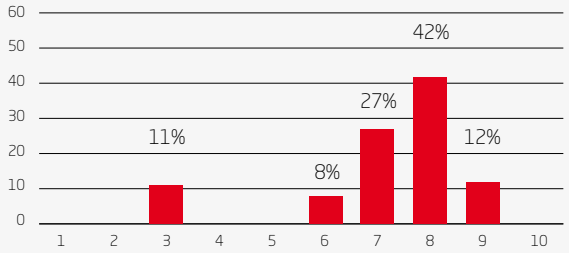
Levertijd onderdelen (38)	-1,5
Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	-1,4
Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	-1,2

Volkswagen

7,1

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	7,1

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Omgang resultaten CSI-meting (10)	+2,4
Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)	+2,2
Uitvoering van CSI-meting (9)	+2,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

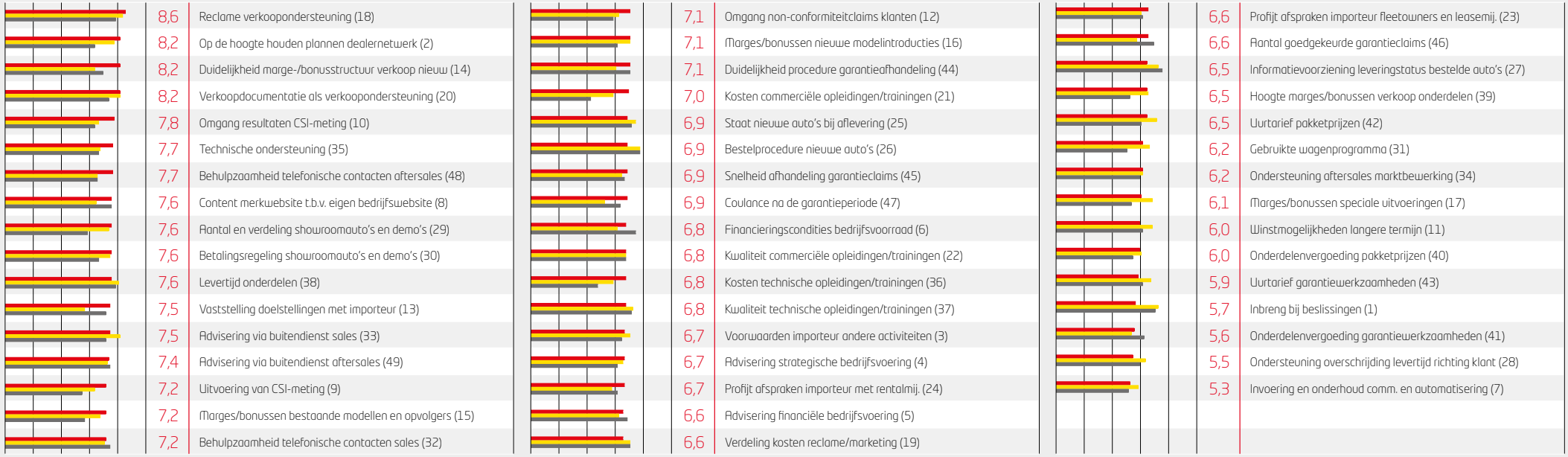
Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)	+1,9
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+1,8
Coulance na de garantieperiode (47)	+1,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	-1,0
Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)	-0,2
Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	0,0

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Inbreng bij beslissingen (1)	-1,6
Winstmogelijkheden langere termijn (11)	-1,0
Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	-0,9



8,6	Reclame verkoopondersteuning (18)
8,2	Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)
8,2	Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
8,2	Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)
7,8	Omgang resultaten CSI-meting (10)
7,7	Technische ondersteuning (35)
7,7	Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)
7,6	Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
7,6	Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)
7,6	Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)
7,6	Levertijd onderdelen (38)
7,5	Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
7,5	Advisering via buitendienst sales (33)
7,4	Advisering via buitendienst aftersales (49)
7,2	Uitvoering van CSI-meting (9)
7,2	Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)
7,2	Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)

0 2 4 6 8 10

7,1	Omgang non-conformiteitclaims klanten (12)
7,1	Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)
7,1	Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
7,0	Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
6,9	Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
6,9	Bestelprocedure nieuwe auto's (26)
6,9	Snelheid afhandeling garantieclaims (45)
6,9	Coulance na de garantieperiode (47)
6,8	Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
6,8	Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)
6,8	Kosten technische opleidingen/trainingen (36)
6,8	Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)
6,7	Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)
6,7	Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
6,7	Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)
6,6	Advisering financiële bedrijfsvoering (5)
6,6	Verdeling kosten reclame/marketing (19)

0 2 4 6 8 10

6,6	Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)
6,6	Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)
6,5	Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)
6,5	Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)
6,5	Uurtarief pakketprijzen (42)
6,2	Gebruikte wagenprogramma (31)
6,2	Ondersteuning aftersales marktbewerking (34)
6,1	Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
6,0	Winstmogelijkheden langere termijn (11)
6,0	Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)
5,9	Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)
5,7	Inbreng bij beslissingen (1)
5,6	Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)
5,5	Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)
5,3	Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)

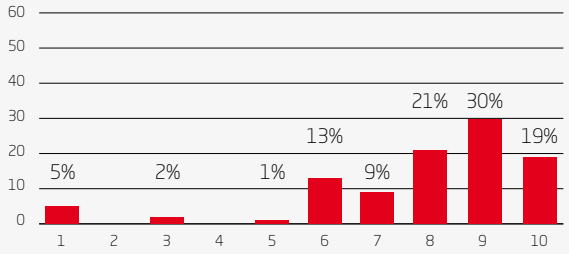
0 2 4 6 8 10

2016 2015 2014

Volvo 7,8

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	7,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Winstmogelijkheden langere termijn (11)	+2,0
Vaststelling doelstellingen met importeur (13)	+1,9
Reclame verkoopondersteuning (18)	+1,8

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

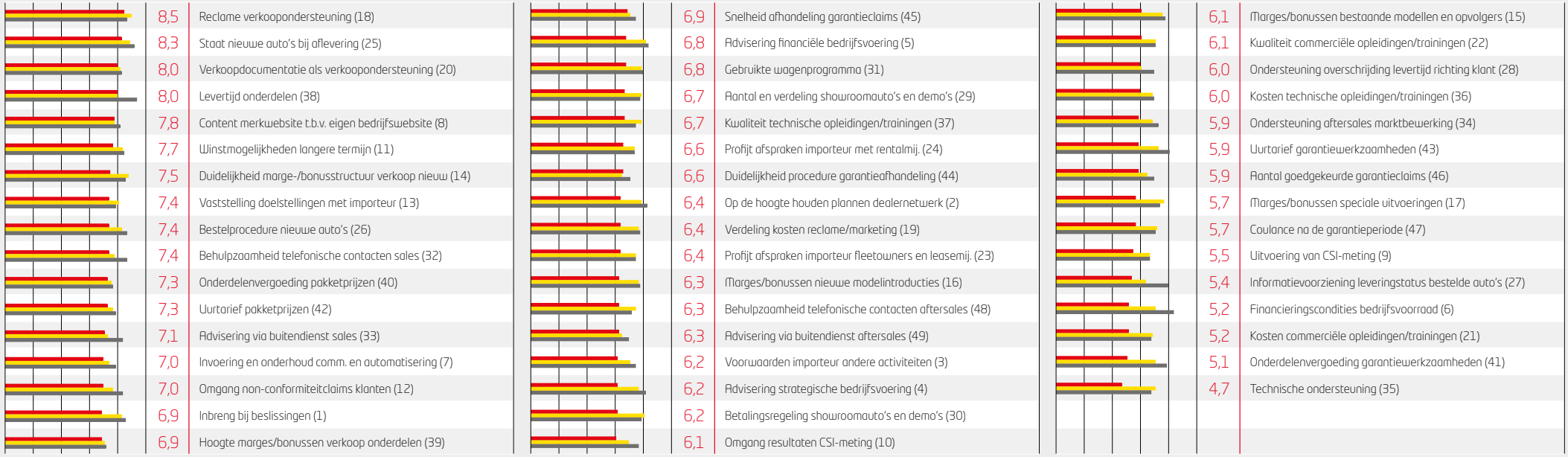
Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+0,1

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Technische ondersteuning (35)	-1,9
Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)	-1,0
Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)	-0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Technische ondersteuning (35)	-2,4
Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)	-2,0
Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)	-2,0



8,5	Reclame verkoopondersteuning (18)
8,3	Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
8,0	Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)
8,0	Levertijd onderdelen (38)
7,8	Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
7,7	Winstmogelijkheden langere termijn (11)
7,5	Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)
7,4	Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
7,4	Bestelprocedure nieuwe auto's (26)
7,4	Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)
7,3	Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)
7,3	Uurtarief pakketprijzen (42)
7,1	Advisering via buitendienst sales (33)
7,0	Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)
7,0	Omgang non-conformiteitclaims klanten (12)
6,9	Inbreng bij beslissingen (1)
6,9	Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)

6,9	Snelheid afhandeling garantieclaims (45)
6,8	Advisering financiële bedrijfsvoering (5)
6,8	Gebruikte wagenprogramma (31)
6,7	Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)
6,7	Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)
6,6	Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)
6,6	Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
6,4	Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)
6,4	Verdeling kosten reclame/marketing (19)
6,4	Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)
6,3	Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)
6,3	Behulpzaamheid telefonische contacten aftersales (48)
6,3	Advisering via buitendienst aftersales (49)
6,2	Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)
6,2	Advisering strategische bedrijfsvoering (4)
6,2	Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30)
6,1	Omgang resultaten CSI-meting (10)

6,1	Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)
6,1	Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)
6,0	Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)
6,0	Kosten technische opleidingen/trainingen (36)
5,9	Ondersteuning aftersales marktbewerking (34)
5,9	Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)
5,9	Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)
5,7	Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
5,7	Coulance na de garantieperiode (47)
5,5	Uitvoering van CSI-meting (9)
5,4	Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)
5,2	Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
5,2	Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
5,1	Onderdelenvergoeding garantiewerkzaamheden (41)
4,7	Technische ondersteuning (35)

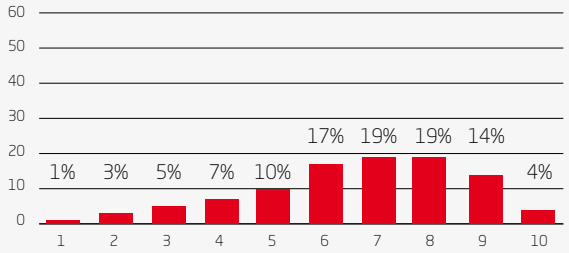
0 2 4 6 8 10

2016 2015 2014

Alle Merken

6,6

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



Verschil in rapportcijferpunten

Naar inhoud Naar stellingenlijst

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk	6,6

De drie hoogste rapportcijfers voor alle merken

Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	7,9
Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	7,0
Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)	6,7

De drie laagste rapportcijfers voor alle merken

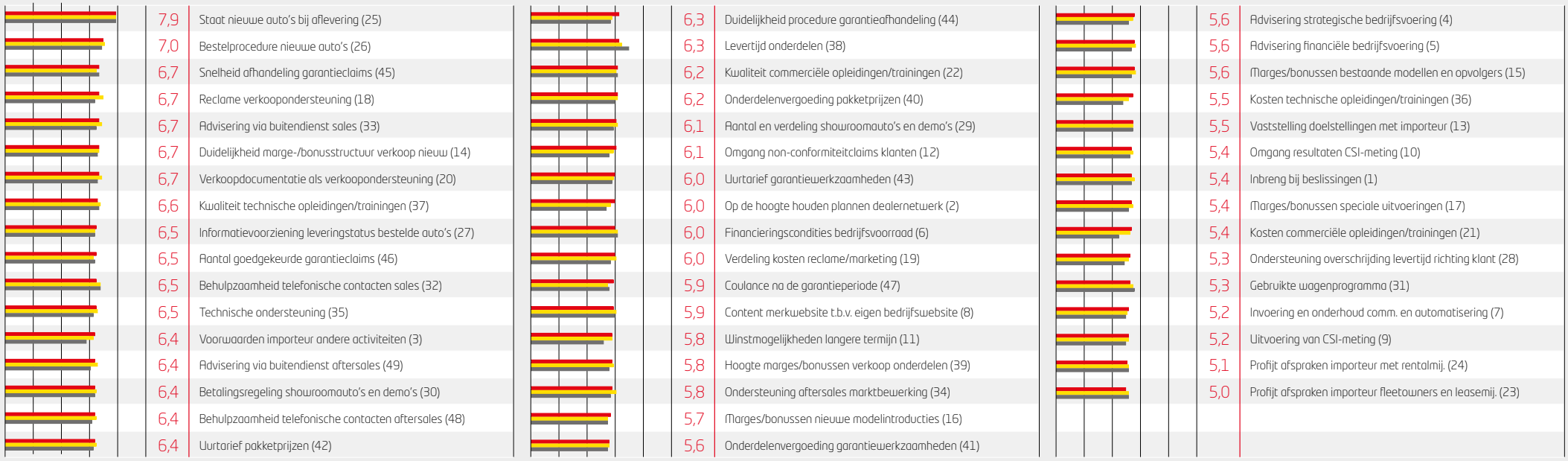
Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23)	5,0
Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24)	5,1
Invoering en onderhoud comm. en automatisering (7)	5,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	+0,5
Coulance na de garantieperiode (47)	+0,4
Kosten technische opleidingen/trainingen (36)	+0,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2015

Reclame verkoopondersteuning (18)	-0,3
Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)	-0,3
Levertijd onderdelen (38)	-0,2



Rangorde waarderingscijfers

Merk	Cijfer 2016	Positie 2016	Cijfer 2015	Positie 2015	Cijfer 2014	Positie 2014
BMW/MINI	8,8	1			6,8	10
Renault/Dacia	8,0	2	7,7	3	6,9	8
Audi	8,0	2	7,3	5	7,3	2
Opel	7,9	4	7,0	9	6,7	11
Volvo	7,8	5	8,8	1	8,8	1
Suzuki	7,7	6	7,1	8	6,9	8
Volkswagen	7,1	7	7,9	2	7,3	2
Škoda	7,0	8	6,6	12		
Mercedes-Benz	6,9	9	7,2	7		
SEAT	6,9	9	6,8	11	6,3	12
Toyota	6,8	11	7,5	4	7,3	2
Mazda	6,8	11	6,6	12	6,2	13
Mitsubishi	6,6	13	7,0	9	7,3	2
Hyundai	6,6	13	6,3	14	5,4	16
KIA	6,2	15	5,6	15	5,9	14
Peugeot	5,9	16	7,3	5	7,2	6
Ford	5,5	17	5,0	18	4,6	17
Nissan	5,3	18	5,5	17	5,7	15
Citroën	4,7	19	5,6	15	7,1	7
Honda	4,3	20	4,1	20		
Alfa Romeo	4,2	21				
Fiat	3,7	22	5,0	18	4,4	18
Alle merken	**6,6**		**6,7**		**6,4**	

Respons

	2016			2015	2014
Merk	**Vestigingen**	**Respons**	**Respons %**	**Respons %**	**Respons %**
Alfa Romeo	55	26	47,3%	42,9%	34,5%
Audi	83	34	41,0%	31,3%	30,8%
BMW/MINI	55	32	58,2%	28,8%	22,5%
Citroën	120	55	45,8%	35,9%	25,6%
Fiat	81	47	58,0%	44,1%	33,7%
Ford	172	95	55,2%	27,6%	29,6%
Honda	36	30	83,3%	55,6%	29,6%
Hyundai	94	55	58,5%	29,3%	27,8%
Jaguar*	15	11	73,3%	29,4%	58,3%
Jeep*	41	19	46,3%	39,3%	30,8%
KIA	99	49	49,5%	39,1%	33,0%
Land Rover*	19	15	78,9%	40,0%	64,7%
Mazda	83	45	54,2%	48,8%	27,1%
Mercedes-Benz	66	31	47,0%	44,8%	13,1%
Mitsubishi	85	51	60,0%	51,2%	50,0%
Nissan	87	51	58,6%	56,4%	31,2%
Opel	158	48	30,4%	40,4%	25,9%
Peugeot	103	56	54,4%	45,0%	34,2%
Renault/Dacia	179	123	68,7%	52,8%	25,7%
SEAT	125	50	40,0%	27,7%	36,9%
Škoda	122	37	30,3%	30,0%	26,7%
Subaru*	32	19	59,4%	53,5%	42,2%
Suzuki	119	73	61,3%	58,0%	46,3%
Toyota	128	71	55,5%	44,7%	45,7%
Volkswagen	147	37	25,2%	41,3%	31,2%
Volvo	103	85	82,5%	56,3%	46,5%
Totaal	**2.407**	**1.245**	**51,7%**	**42,2%**	**32,0%**

*De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief

Ontwikkeling

standards sales

Ontwikkeling standards m.b.t. sales (2016 t.o.v. 2015)

	Gemiddelde	Verzwaard	Gelijk	Versoepeld
1	Alfa Romeo	91%	9%	
2	Land Rover*	79%	21%	
3	Jaguar*	71%	29%	
4	Citroën	70%	30%	
5	Jeep*	67%	33%	
6	Škoda	67%	29%	5%
7	Ford	65%	35%	
8	Audi	62%	38%	
9	SEAT	59%	38%	3%
10	Renault/Dacia	56%	44%	
11	Nissan	53%	47%	
12	Mitsubishi	47%	53%	
13	Fiat	45%	48%	7%
14	BMW/MINI	44%	56%	
15	Hyundai	38%	62%	
16	Mazda	36%	55%	9%
17	Mercedes-Benz	34%	38%	28%
18	Toyota	31%	68%	1%
19	Honda	27%	70%	3%
20	KIA	26%	74%	
21	Subaru*	21%	79%	
22	Peugeot	16%	71%	13%
23	Volvo	10%	90%	
24	Volkswagen	8%	92%	
25	Opel	5%	95%	
26	Suzuki	3%	97%	

*De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief

standards aftersales

Ontwikkeling standards m.b.t. aftersales (2016 t.o.v. 2015)

	Gemiddelde	Verzwaard	Gelijk	Versoepeld
1	Land Rover*	73%	27%	
2	Alfa Romeo	69%	31%	
3	Jaguar*	55%	45%	
4	Jeep*	53%	47%	
5	Mercedes-Benz	48%	24%	28%
6	Nissan	47%	53%	
7	Škoda	46%	54%	
8	Mazda	42%	58%	
9	Audi	36%	55%	9%
10	Fiat	34%	66%	
11	Renault/Dacia	33%	67%	
12	Hyundai	31%	69%	
13	Ford	28%	72%	
14	BMW/MINI	28%	72%	
15	SEAT	28%	72%	
16	Honda	23%	77%	
17	Citroën	22%	78%	
18	Volkswagen	22%	78%	
19	Mitsubishi	18%	82%	
20	Peugeot	16%	84%	
21	KIA	14%	86%	
22	Opel	10%	90%	
23	Volvo	9%	91%	
24	Toyota	7%	93%	
25	Suzuki	4%	96%	
26	Subaru*		100%	

*De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief

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 leveringstatus 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 marktbewerking.
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.