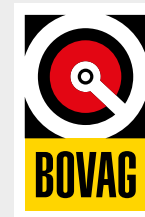




RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Inhoud

Voorwoord	3	Honda	13	Peugeot	22	Alle merken	31
Samenvatting	4	Hyundai	14	Renault/Dacia	23	Rangorde waarderingscijfers 2019 t/m 2021	32
Rangorde waarderingscijfers 2021	7	Jaguar/Land Rover	15	SEAT	24	Respons	33
Vershil 2021 t.o.v. 2020	7	KIA	16	ŠKODA	25	Ontwikkeling standards sales	34
Audi	8	Mazda	17	Subaru	26	Ontwikkeling standards aftersales	34
BMW/MINI	9	Mercedes-Benz/smart	18	Suzuki	27	Stellingenlijst RODI Personenauto's	35
Citroën	10	Mitsubishi	19	Toyota	28	RODI Passenger Cars – List of Assertions	36
Fiat	11	Nissan	20	Volkswagen	29		
Ford	12	Opel	21	Volvo	30		

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 2022 en 2021.

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

Percentages opgeteld

Percentages hoeven door afrondingsverschillen niet altijd op te tellen tot exact 100 procent.

Colofon

Uitgave

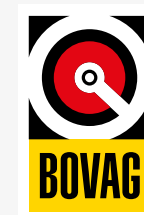
BOVAG Autodealers

Onderzoek

BOVAG Onderzoek

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Voorwoord

Afgelopen jaar is de relatie tussen importeur en dealers er niet beter op geworden getuige de lichte daling van het algemene waarderingscijfer naar 6,4. Een krappe voldoende, zullen we maar zeggen. Verklaarbaar door het feit dat de coronacrisis ook vorig jaar zijn sporen naliet, met grote leveringsproblemen als gevolg. Dat zie je terug in de stellingen waar het slechts op gescoord werd door de importeurs: die gingen beide over levertijden. Als ik dit schrijf is er inmiddels weer wat licht aan het eind van de tunnel als het gaat om de levering van auto's.

Wat me meer zorgen baart, zijn de hele slechte scores van de Stellantis-merken en van Jaguar en Land Rover. De overgang naar het agentuurmodel geeft veel wrijving kennelijk. Bij de premium merken BMW en Volvo lijkt de aanloop naar agentuur ogenschijnlijk soepel te verlopen, als we de RODI-data analyseren.

Voor BOVAG staat vast: ook voor het agentuurmodel zijn een goede relatie tussen fabrikant en agent en wederzijds respect van groot belang. In de beginfase zal de agent nog veel kinderziektes moeten oplossen voor de fabrikant en om de klantentevredenheid overeind te houden blijft een goede, soepele samenwerking echt een voorwaarde. Het belang van een goede relatie tussen fabrikant en agent is zo mogelijk juist nog belangrijker in dit model door de vele overdrachtsmomenten in de klantrelatie. De overgang van dealer naar agentuur betekent overigens ook dat wij ons gaan bezinnen op deze RODI over 2023. Immers, voor de agentschappen is de stellingenlijst voor een belangrijk deel niet meer relevant.

Tot slot wil ik graag BMW/MINI er toch even uitlichten. Dat merk scoort maar liefst een 9,1 (een plus van 0,6) en krijgt zelfs twee tienen: voor 'de staat van de auto' en voor 'de advisering van de buitendienst sales'. Over de gehele linie is 'de advisering door de buitendienst aftersales' bij de meeste merken goed gewaardeerd overigens. Dit onderstreept wederom hoe belangrijk goed contact is.

Bert de Kroon, voorzitter BOVAG Autodealers

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Samenvatting

Uitgangspunten

BOVAG presenteert dit jaar het 36ste Relatie Onderzoek Dealer Importeur (RODI). Het RODI-onderzoek is gehouden van december 2022 tot en met januari 2023. De autodealers/contractpartners konden via een digitale vragenlijst 49 stellingen, twee vragen over standards en een rapportcijfervraag beantwoorden.

In totaal zijn er 575 contractpartners benaderd voor in totaal 1.994 contracten met de importeurs. Van de merken BMW/MINI, Mercedes-Benz/smart, Jaguar/Land Rover en Renault/Dacia zijn de contracten samen genomen. Een contract betekent hier de fysieke locatie, ofwel de vestiging waarop het betreffende merk vertegenwoordigd wordt. Op een fysieke locatie kunnen verschillende merkcontracten vertegenwoordigd zijn. Een contractpartner kan meerdere merkcontracten van verschillende merken vertegenwoordigen voor meerdere vestigingen. Van de 254 respondenten (met vaak meerdere merkcontracten, voor één of meer vestigingen) is de vragenlijst voor in totaal 885 vestigingen volledig ingevuld retour gekomen. De voortschrijdende concentratie in het dealerlandschap betekent voor dit RODI dat een respondent gemiddeld voor 3,5 vestigingen heeft ingevuld (vorig jaar was dat nog 3,2 vestigingen). Erkende reparateurs die geen directe relatie hebben met de importeur zijn ook dit jaar buiten beschouwing gelaten. Op een totaal van 1.994 contracten komt het responspercentage uit op 48 procent. Het responspercentage is daarmee iets hoger dan in 2021, toen 47 procent, en staat garant voor een representatief beeld.

In totaal zijn 23 merkorganisaties opgenomen in dit rapport, twee minder dan in 2021. U vindt van elk merk een apart overzicht inclusief een kernanalyse. Vervolgens zijn er verschillende totaaloverzichten opgenomen. De resultaten van de merken Mercedes-Benz/smart en Subaru zijn indicatief. Ze staan wel vermeld in het rapport, maar krijgen geen algemeen waarderingscijfer en staan daardoor niet in de rangorde. De merken Alfa Romeo, DS en Jeep vielen helaas af vanwege te lage respons.

Responscriteria

Van een merk met tenminste 25 respondenten (n=25) zijn de resultaten representatief.

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: de resultaten zijn indicatief.
 - 14 of minder respondenten: de resultaten zijn niet in deze RODI opgenomen.

- Merken met een totaal aantal vestigingen van 30 of minder:
 - minimaal 80 procent respons, de resultaten zijn representatief.
 - 50-80 procent respons, de resultaten zijn indicatief.
 - minder dan 50 procent respons: de resultaten zijn niet in dit RODI opgenomen.

Door deze criteria toe te passen komt de totale (merk-gewogen) gemiddelde nauwkeurigheidsmarge uit op 11,3 procent.¹

Resultaten algemeen

Het *algemene waarderingscijfer* is in 2022, vergeleken met het RODI 2021, wat gedaald en komt uit op een 6,4 (vorig jaar 6,6). De corona-problematiek en de daarmee verbonden leveringsproblemen hielden aan in 2022 en dat eist z'n tol voor het algemene waarderingscijfer. Ook de voortgaande, soms gedwongen, consolidatie in het dealernetwerk maakt sommige partijen minder tevreden. Dit vertaalt zich ook in het gemiddelde van alle stellingen; dat daalt van een 5,9 naar een 5,8. BMW/MINI scoort met een 9,1 wederom het hoogst als het gaat om het algemeen stellinggemiddelde en groeit met een indrukwekkende +0,7 punt. Ook alle Volkswagen-concern merken scoren goed en krijgen allemaal 'dikke zevens' als gemiddelde over alle stellingen heen. Daarna is er een gat en komt geen enkel merk boven de zeven uit, eindigend in de laagste scores voor Fiat, Peugeot en Citroën (allen lager dan cijfer 3), met Opel direct daar boven (3,8). Op slechts vier onderwerpen scoort Opel een voldoende (6,0 of hoger), bij Fiat is dat op één aspect en bij Peugeot en bij Citroën scoort geen enkel aspect voldoende. Bij de Stellantis-merken zijn vrijwel alle individuele onderwerpen die de relatie behelzen een punt van zorg.

De drie stellingen met de hoogste rapportcijfers over alle merken:

	2022	2021
1. Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)	7,5	7,8
2. Voorwaarden importeur van andere activiteiten (3)	7,0	6,6
3. Advisering via de buitendienst sales (33)	6,7	6,9

1: In kwantitatief onderzoek wordt doorgaans een nauwkeurigheidsmarge (NM) gebruikt tussen de 5 en 10 procent. De nauwkeurigheidsmarge geeft het percentage aan waarmee het gerapporteerde cijfer naar boven of beneden zou kunnen afwijken. Hoe kleiner de NM, hoe nauwkeuriger de uitkomsten zijn. Dit jaar is de NM iets hoger, waardoor de kans dat getoonde cijfers statistisch kunnen afwijken hoger ligt.

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Samenvatting

De drie onderwerpen met het hoogste rapportcijfer zijn deels veranderd. Onveranderd is 'De staat van nieuwe auto's bij aflevering', welke bovenaan staat, maar wel drie tienden daalt. De stelling 'Voorwaarden importeur voor het verrichten van andere activiteiten' (denk hierbij aan multimerk, voeren van franchise formules en andere vormen van mobiliteit) is hier nieuw bijgekomen met een 7,0 wat 0,4 punt hoger is dan vorig jaar. Importeurs bieden over de volle breedte hier meer ruimte voor bij de dealers. Op de derde plek staat, met 0,2 punt lager dan vorig jaar, de 'Advisering via buitendienst sales'.

Top drie verbeterpunten:

	2022	2021
1. Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)	3,9	4,0
2. Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)	4,3	4,7
3. Omgang met de resultaten van de CSI-meting (10)	5,0	5,1

De levertijd richting klant (en de ondersteuning daarvoor) blijft vergeleken met vorig jaar het laagst gewaardeerd en het grootste pijnpunt bij dealers. De verstoorde markt en aanvoerlijnen voor de toelevering van chips zijn de belangrijkste oorzaak, ondanks de zich rap herstellende transportlijnen. Slechts drie merken (BMW/MINI, Audi en Mitsubishi) hebben dit punt redelijk tot goed op orde. Hiermee verbonden is de 'informatievoorziening over de leveringsstatus van bestelde auto's' dat vorig jaar al een heel punt daalde en nu nog verder zakt naar een 4,3 (-0,4 punt). De omgang met de CSI-meting blijft in de volle breedte een punt van wrevel en scoort een 5,0. Toch zijn er ook 10 merken waar dit onderwerp voldoende tot (zeer) goed scoort, waaronder het Volkswagen-concern, de Japanse merken (Mazda, Mitsubishi, Nissan en Subaru) en Volvo.

De meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van vorig jaar zijn:

	Verskil in waarderingscijfer: ²
• Gebruikte wagenprogramma (31)	+0,8
• Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)	+0,5
• Bestelprocedure nieuwe auto's (26)	+0,5

²: Betreft het rekenkundige verschil tussen de waarderingscijfers (van 2022 en 2021), wat kan afwijken van het visuele verschil tussen de waarderingscijfers in deze publicatie.

De importeurs scoren gemiddeld beter dan vorig jaar op het gebied van het gebruikte wagenprogramma, de hoogtes van marge van bonussen op bestaande modellen en de bestelprocedure voor nieuwe auto's. De gebruikte wagenmarkt profiteert nog steeds van de leveringstekorten bij verkoop nieuw. Gelukkig vindt er beter gewaardeerde ondersteuning daarbij plaats (+0,8 punt), maar is de waardering over het geheel genomen nog steeds onvoldoende (5,4). Positief is dat de bestelprocedure voor nieuwe auto's zich nu herstelt naar een dikke voldoende (+0,5), terwijl vorig jaar dit juist nog één van de grootste verbeterpunten was (toen -0,9 naar een 6,0).

De grootste achteruitgang in waardering zien we bij onderstaande punten:

	Verskil in waarderingscijfer: ²
• Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)	-1,1
• Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)	-0,8
• Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)	-0,6

Waar vorig jaar hier de nadruk lag op problemen met bestelprocedures en informatievoorziening over (levertijden van) nieuwe auto's, is de focus in deze RODI verschoven naar alles wat met garantie en bijbehorende afhandeling te maken heeft. Inflatie en hogere loonkosten spelen hierin wellicht een rol, welke onvoldoende vertaald worden in de uurtarieven die gerekend mogen worden.

In totaal krijgen 27 van de 49 stellingen in 2022 een lagere waardering dan in 2021.

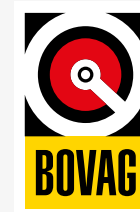
Daarnaast zijn er 17 stellingen die juist *hoger* scoren en 5 stellingen die *gelijk* scoren vergeleken met vorig jaar.

Standards

Ieder jaar wordt in het RODI gevraagd of de sales en de aftersales standards zijn verzwaaard, versoepeld of gelijk zijn gebleven. Dit wordt altijd vergeleken met het voorgaande jaar (zie overzichten 'Ontwikkeling standards sales en after sales'). Volgens 29 procent van de dealers zijn de sales standards in 2022 verzwaaard, wat 8 procent hoger is dan vorig jaar. Dat is een zorgelijke ontwikkeling. Slechts 5 procent geeft aan dat ze zijn versoepeld (gehalveerd ten opzichte van twee jaar geleden). Voor vijf merken is meer dan 50 procent verzwaaard ingevuld bij de sales standards. Dit zijn: Citroën (87%), Peugeot (74%), Opel (66%), KIA (65%) en Fiat (59%). De grootste versoepelingen zijn eveneens bij Peugeot (26%), Nissan (21%), Toyota (19%), Subaru (14%) en SEAT (10%).

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Samenvatting

De aftersales standards zijn verzaamd volgens 28 procent van de dealers. Dit is maar liefst 11 procent hoger dan vorig jaar. Volgens 72 procent van de dealers zijn de aftersales standards gelijk gebleven. Gemiddeld (afgerond) is er geen versoepeling, maar de merken die wel iets versoepeld hebben, zijn Subaru (7%) en Suzuki (2%). De merken waarvan het hoogste percentage dealers aangeeft dat de aftersales standards zijn verzaamd, betreffen, net als bij de sales standards, vooral merken van het Stellantis-concern (Citroën 73% verzaamd, Peugeot 59%, Opel 58% en Fiat 56%). Ook bij het Koreaanse KIA (50%), Volkswagen-groep merken (47% tot 36%) en Ford (37%) geeft een derde of meer aan dat de aftersales standards verzaamd zijn.

Resultaten merken

Er zijn 21 van de 23 merken opgenomen in de rapportcijfer rangorde. Mercedes-Benz/smart en Subaru zijn niet opgenomen in de rangorde vanwege een net te lage respons. Renault en Dacia zijn dit jaar wederom samengevoegd in de resultaten. In de top 3 heeft zich een duidelijke herordening voorgedaan. Audi en Volkswagen, vorig jaar samen met de hoogste score, zijn vervangen door de winnaar van eerdere recente jaren, BMW/MINI. Dit merk verbetert zich dit jaar met 0,6 punt en komt uit op de hoogste score van 9,1. Ook ŠKODA realiseert een forse stijging in waarderingcijfer (+0,4 punt) en komt uit op de tweede positie met een 9,0. Audi handhaaft het hoge cijfer van vorig jaar (8,8) en eindigt op plek drie. Volvo komt sterk terug (+0,5 punt) op de gedeelde vierde positie met Volkswagen (-0,5 punt), met een respectabele 8,3.

De grootste sprong voorwaarts in waarderingcijfer is gemaakt door Nissan (+0,6 punt, met een 7,3) en BMW/MINI (+0,6 punt, naar een 9,1), gevolgd door Opel, Mitsubishi en Volvo (allen +0,5 punt). De rapportcijfers van Honda en ŠKODA stegen elk 0,4 punt. Peugeot stijgt 0,3 punt. Ook Mazda herstelt zich iets (+ 0,2 punt) en Hyundai (+0,1 punt) stijgt licht. De grootste daler is Jaguar/Land Rover (vorig jaar juist één van de grootste stijgers) met een min van 1,6 punt naar een 4,7 (was 6,3). Ook Ford daalt aanzienlijk met min 1,3 punt naar een 6,0. Andere dalers die eveneens opvallen zijn Citroën en Renault/Dacia (beide -1,0 punt), Fiat (-0,9 punt) en Subaru (-0,8 punt naar een 5,3).

Drie merken wisselen stuivertje, waar het de drie laagste waarderingen betreft. Fiat is hekkensluiter dit jaar, met een van de laagste cijfers ooit in het RODI, een 2,6. Citroën blijft gelijk in positie met een 2,9. Peugeot stijgt twee plaatsen naar een 3,6 en stijgt daarmee 0,3 punt. Honda verbetert weliswaar met 0,4 punt, maar eindigt met een 4,6, evenals Opel (+0,5 punt), waarmee het zich enigszins in positieve zin onderscheidt van de andere Stellantis-merken.

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

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Rangorde

waarderingscijfers 2022

Merk	Cijfer	Positie
BMW/MINI	9,1	1
ŠKODA	9,0	2
Audi	8,8	3
Volvo	8,3	4
Volkswagen	8,3	4
KIA	7,5	6
Nissan	7,3	7
Mitsubishi	7,2	8
Hyundai	6,9	9
Suzuki	6,7	10
SEAT	6,6	11
Toyota	6,5	12
Mazda	6,4	13
Ford	6,0	14
Renault/Dacia	5,9	15
Jaguar/Land Rover	4,7	16
Opel	4,6	17
Honda	4,6	17
Peugeot	3,6	19
Citroën	2,9	20
Fiat	2,6	21
Alle merken	6.4	

Bij een gelijke positie scoort eerstgenoemde in de ranglijst hoger op decimalen.

verschil 2022 t.o.v. 2021

Merk	Vershil
Nissan	0,6
BMW/MINI	0,6
Opel	0,5
Mitsubishi	0,5
Volvo	0,5
ŠKODA	0,4
Peugeot	0,3
Mazda	0,3
Hyundai	0,1
Audi	0,0
Suzuki	-0,2
Toyota	-0,3
KIA	-0,3
Volkswagen	-0,5
SEAT	-0,6
Fiat	-0,9
Renault/Dacia	-1,0
Citroën	-1,0
Ford	-1,3
Jaguar/Land Rover	-1,6

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur

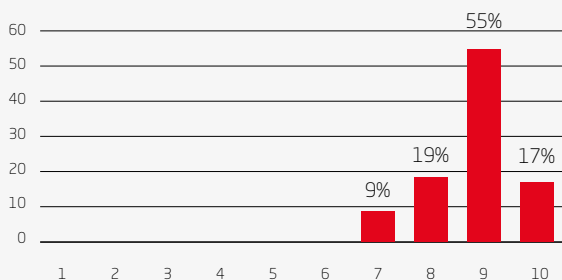


Audi

8,8

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,8

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)
- Advisering strategische vraagstukken (4)

- +3,9
- +3,2
- +3,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

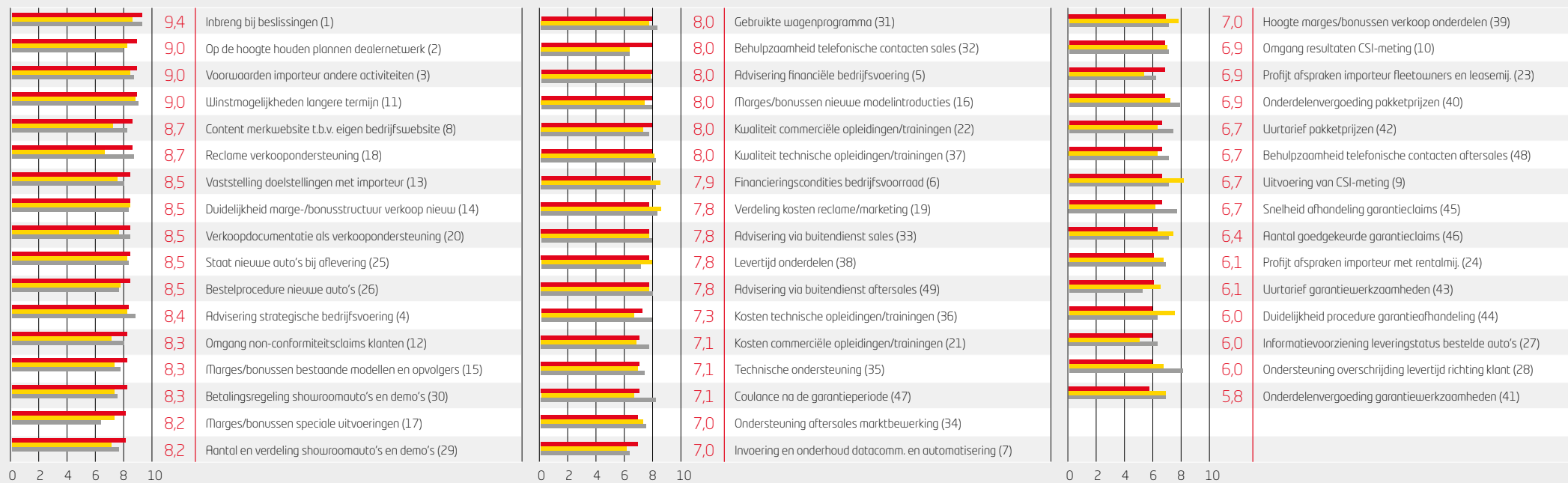
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) +2,0
- Gebruikte wagenprogramma (31) +1,6
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij (23) +1,5

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

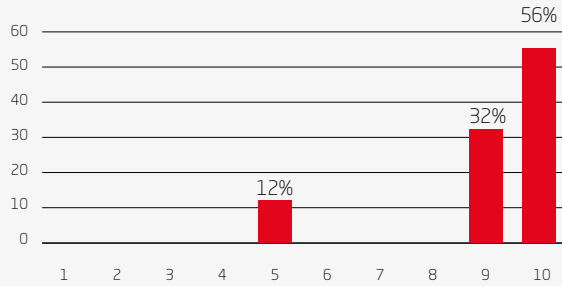
- Snelheid afhandeling garantieclaims (45) -1,7
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -1,6
- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -1,1



2022 2021 2020

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



9,1

Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

9,1

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Omgang resultaten CSI-meting (10)
- Uitvoering van CSI-meting (9)
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

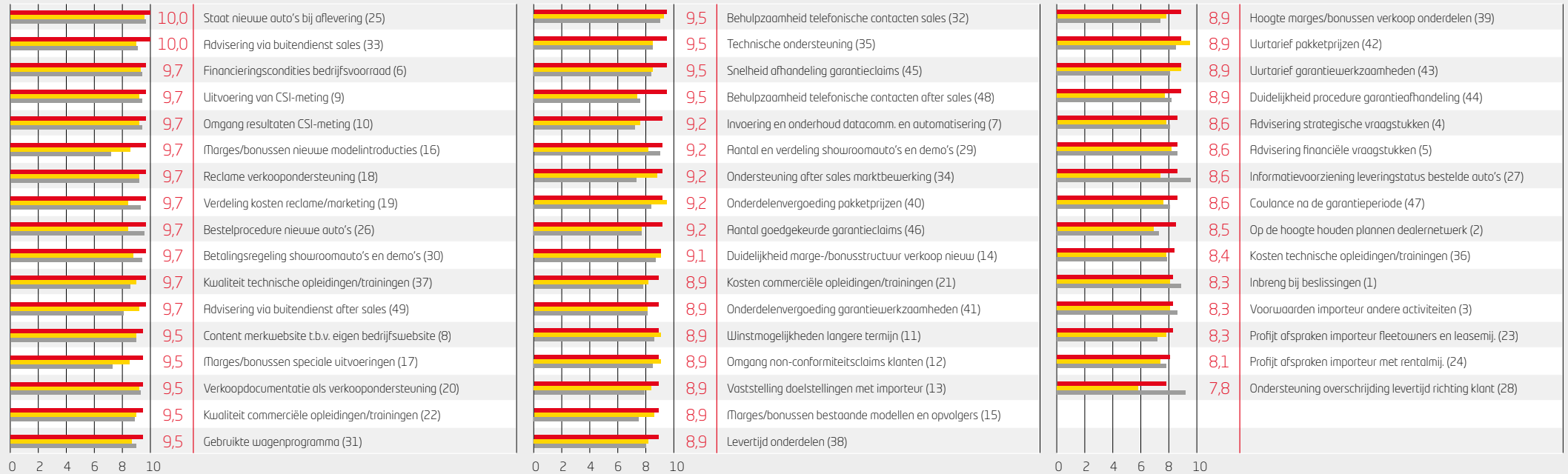
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- +4,7 - Behulpzaamheid telefonische contacten after sales (48)
- +4,7 - Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)
- +4,5 - Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)

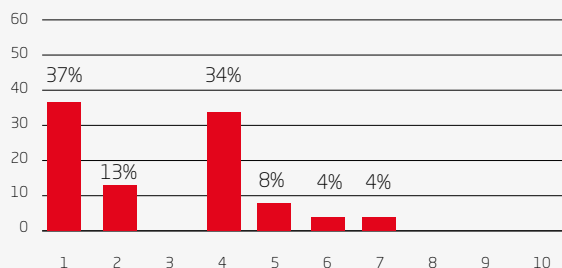
Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 0,6 - Uurtarief pakketprijzen (42)
- 0,3 - Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)
- 0,3 - Omgang non-conformiteitsclaims klanten (12)



Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

2,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

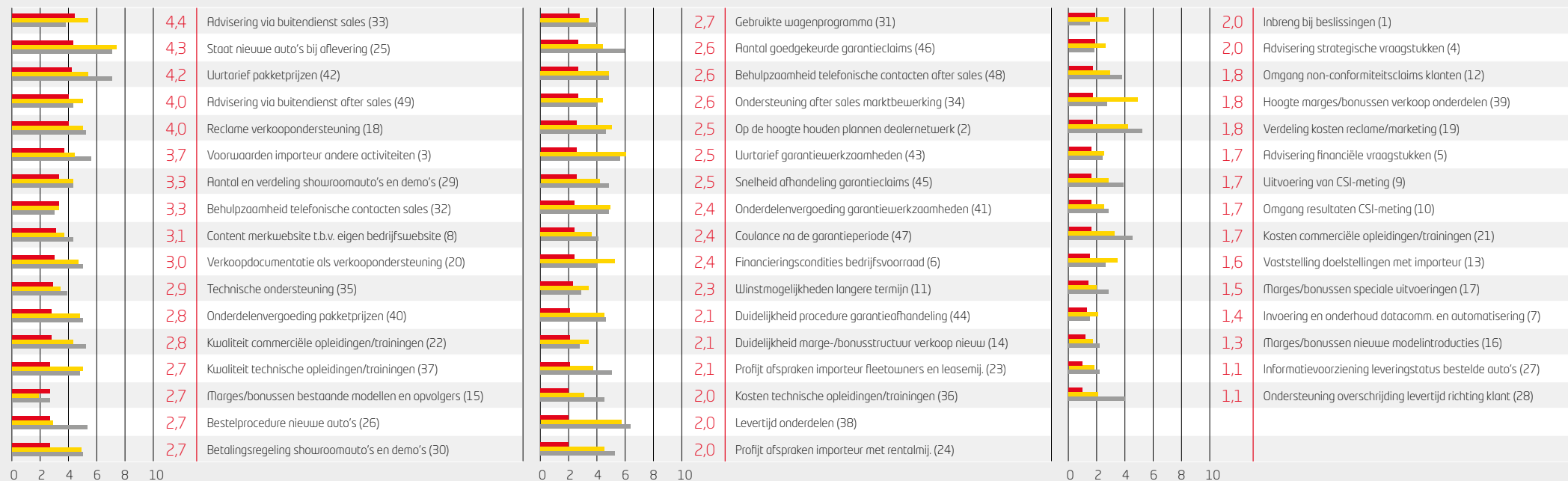
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -4,2
- Verdeling kosten reclame/marketing (19) -4,0
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17) -4,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)+0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

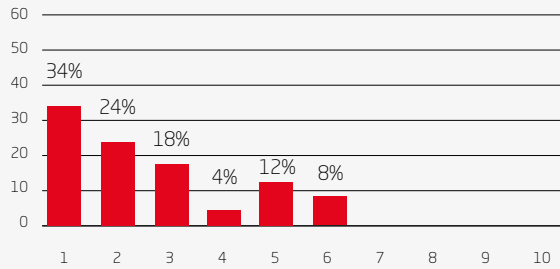
- Levertijd onderdelen (38) -3,4
- Uurtarief garantiewerkzaamheden (43) -3,2
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) -3,1



Fiat

2,6

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 2,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

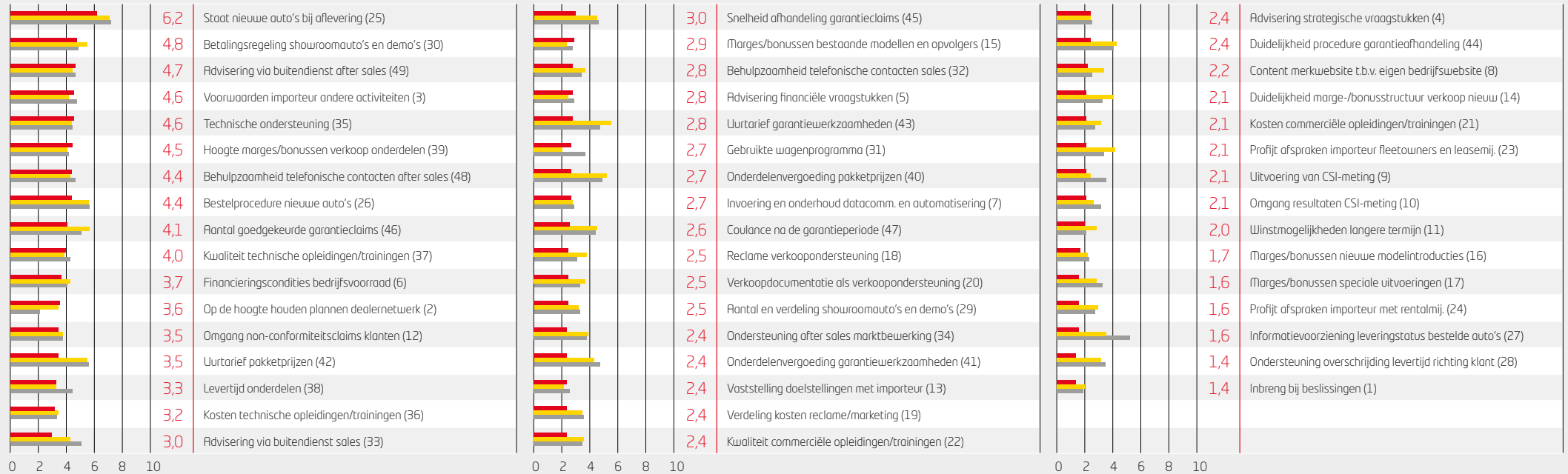
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -4,2
- Inbreng bij beslissingen (1) -4,1
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) -4,1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Gebruikte wagenprogramma (31) +0,6
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) +0,6
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) +0,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Uurtarief garantiewerkzaamheden (43) -2,7
- Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40) -2,5
- Uurtarief pakketprijzen (42) -2,0

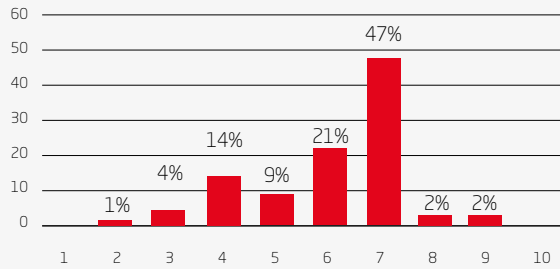


2022 2021 2020

Ford

6,0

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,0

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21)
- Ondersteuning after sales marktwerking (34)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

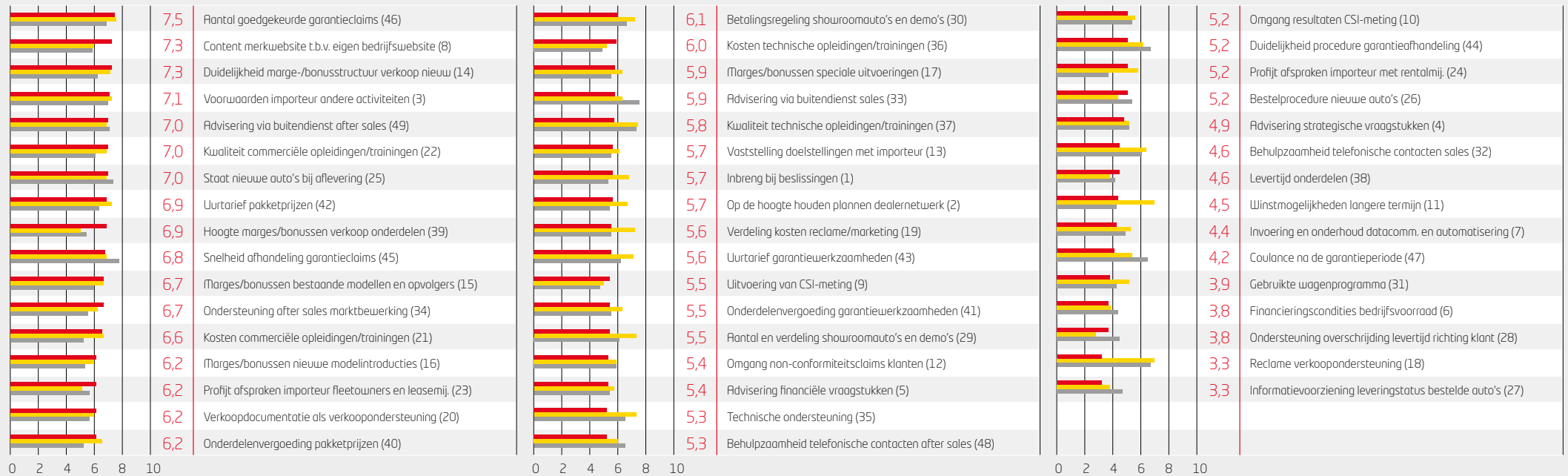
- Reclame verkoopondersteuning (18)
- Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)
- Gebruikte wagenprogramma (31)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- +1,4 - Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)
- +1,3 - Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
- +1,1 - Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij (23)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 3,0 - Reclame verkoopondersteuning (18)
- 2,2 - Winstmogelijkheden langere termijn (11)
- 1,9 - Technische ondersteuning (35)



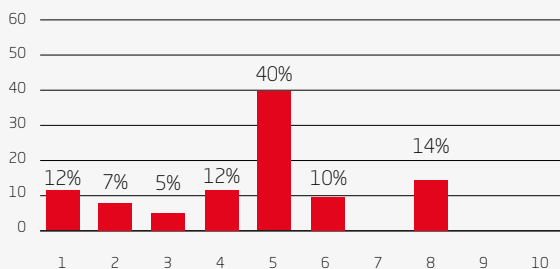
2022 2021 2020

Honda

4,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

4,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
- Levertijd onderdelen (38)
- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

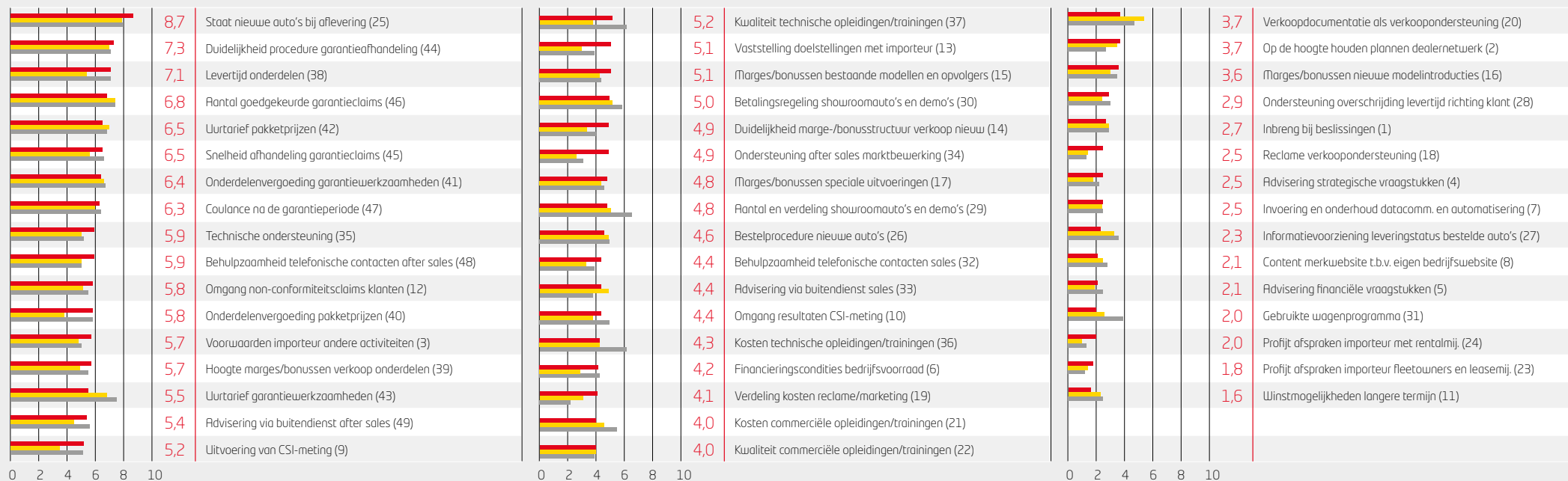
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8)
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)
- Reclame verkoopondersteuning (18)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- +2,0 - Ondersteuning after sales marktwerking (34)
- +1,7 - Vaststelling doelstellingen met importeur (13)
- +1,2 - Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 4,2 - Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)
- 4,1 - Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)
- 3,8 - Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)

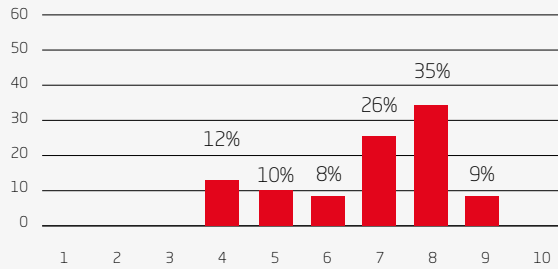


2022 2021 2020

Hyundai

6,9

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 6,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +1,5
- Behulpzaamheid telefonische contacten after sales (48) +1,5
- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37) +1,4

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

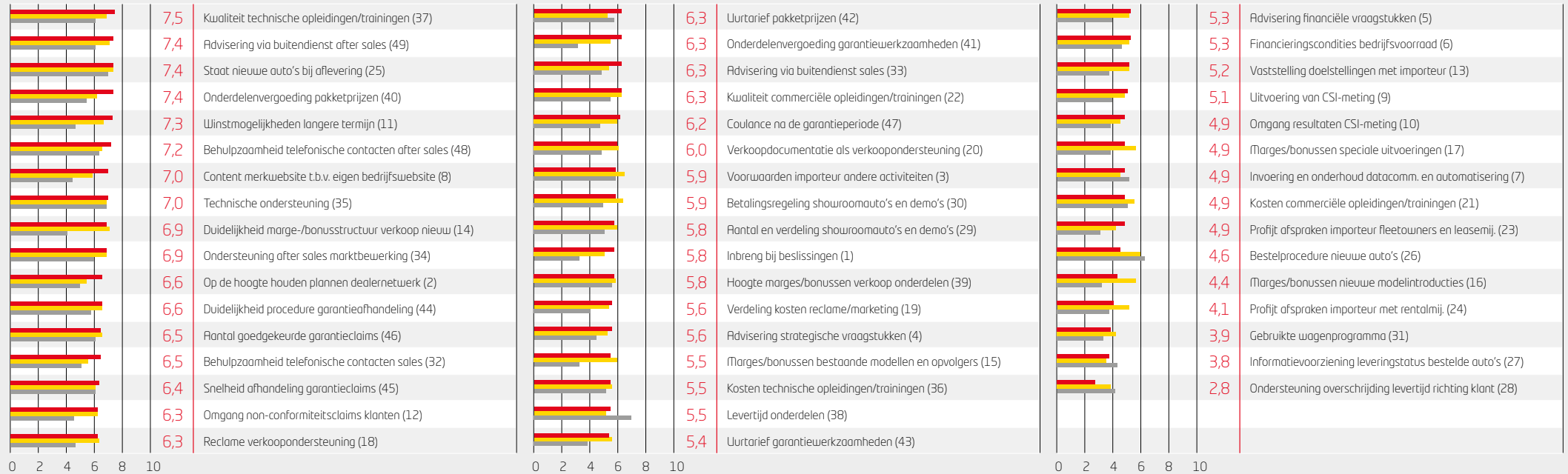
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) -1,9
- Gebruikte wagenprogramma (31) -1,8
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) -1,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) +1,1
- Onderdelenvergoeding pakketprijzen (40) +1,1
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) +1,1

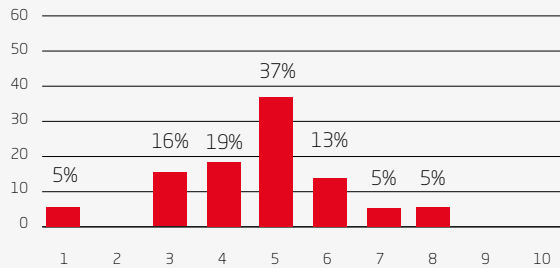
Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) -1,3
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16) -1,3
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) -1,1



Jaguar/ Land Rover

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk 4,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Advisering via buitendienst sales (33) +1,1
- Advisering via buitendienst after sales (49) +0,6
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) +0,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

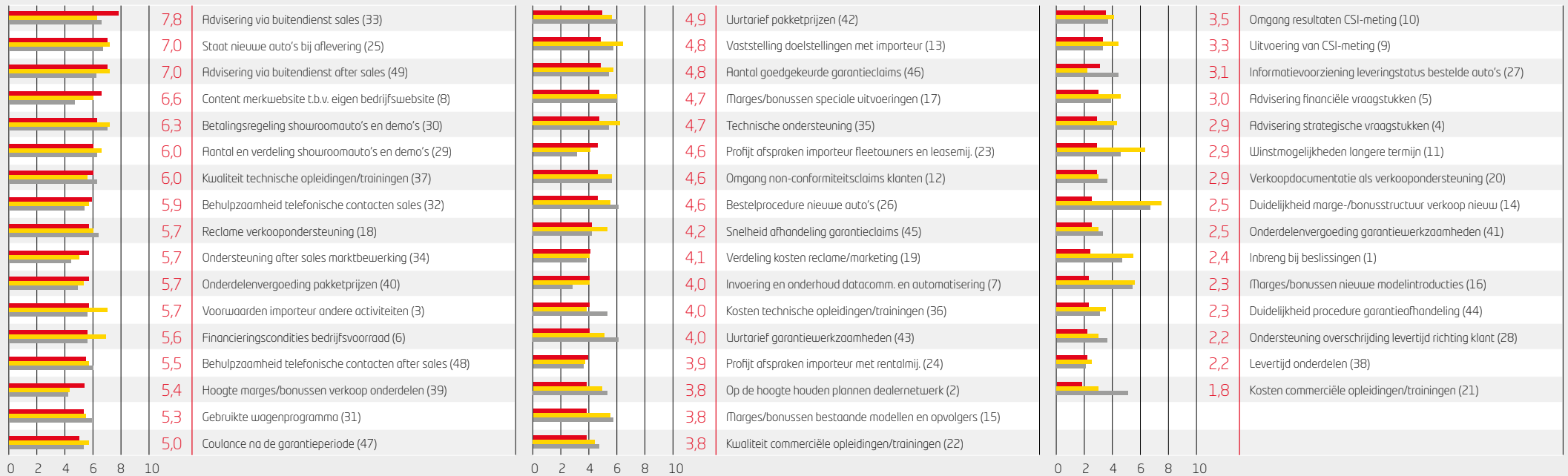
- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -3,7
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) -3,5
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -3,4

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2022

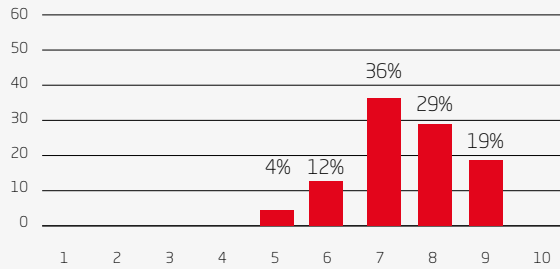
- Advisering via buitendienst sales (33) +1,4
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) +1,1
- Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27) +0,9

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -5,0
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -3,4
- Marges/bonussen nieuwe modelintroductions (16) -3,3



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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk **7,5**

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) +1,7
- Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32) +1,6
- Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) +1,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

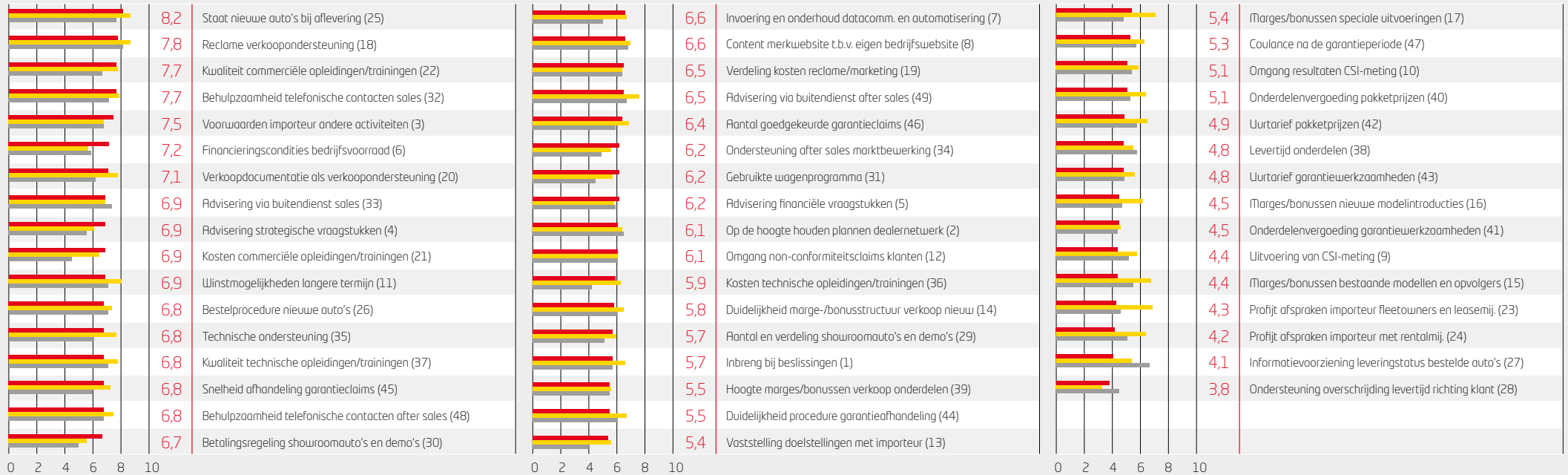
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) -1,3
- Uurtarief pakketprijzen (42) -1,3
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -1,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6) +1,5
- Betalingsregeling showroomauto's en demo's (30) +1,1
- Advisering strategische vraagstukken (4) +0,8

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

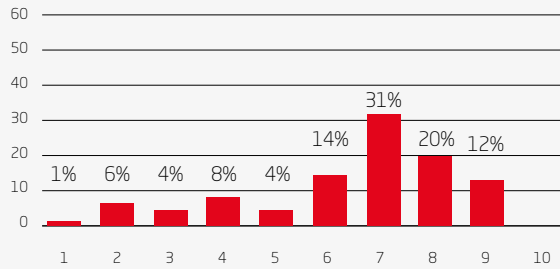
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -2,6
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) -2,4
- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24) -2,2



Mazda

6,4

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk **6,4**

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27) +1,3
- Uitvoering van CSI-meting (9) +1,3
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +1,2

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

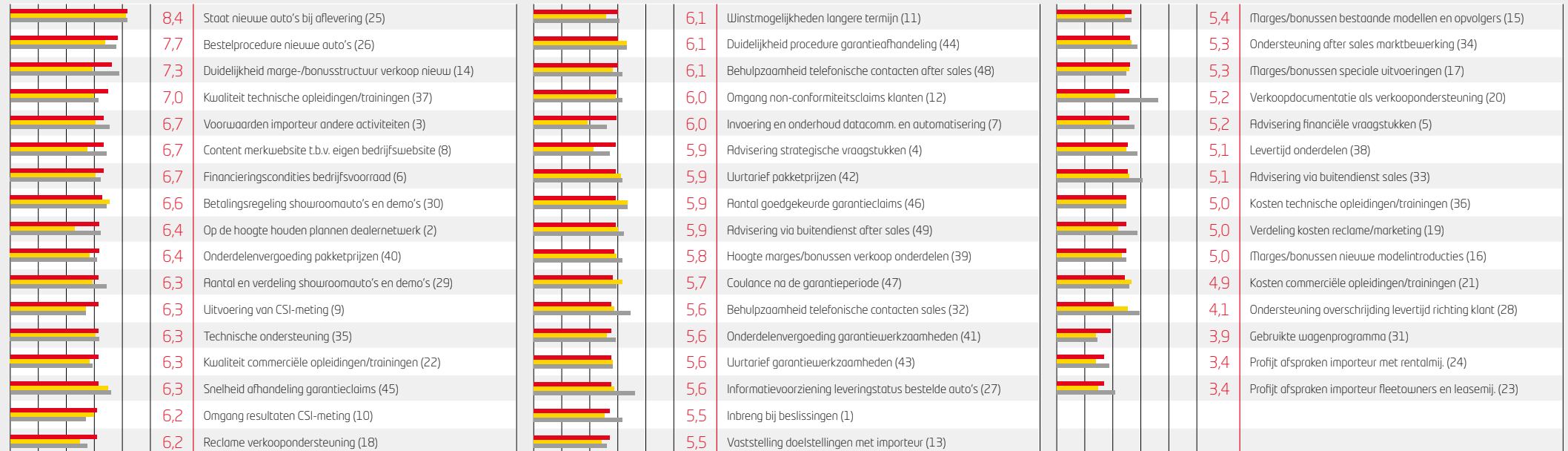
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -1,9
- Gebruikte wagenprogramma (31) -1,8
- Profijt afspraken importeur met rentalmij. (24) -1,7

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) +2,1
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) +1,9
- Advisering strategische vraagstukken (4) +1,6

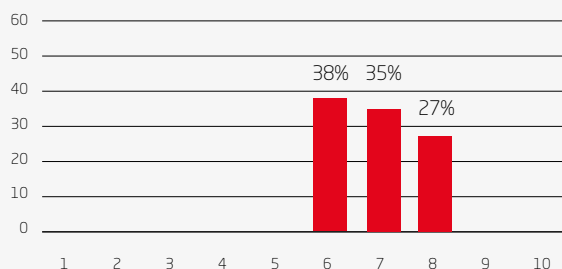
Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -0,9
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) -0,9
- Snelheid afhandeling garantieclaims (45) -0,7



Mercedes-Benz/ smart

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



Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Technische ondersteuning (35)
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- +2,4 - Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)
- +1,8 - Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27)
- +1,6 - Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij (23)
- +3,0
- +2,8
- +2,7

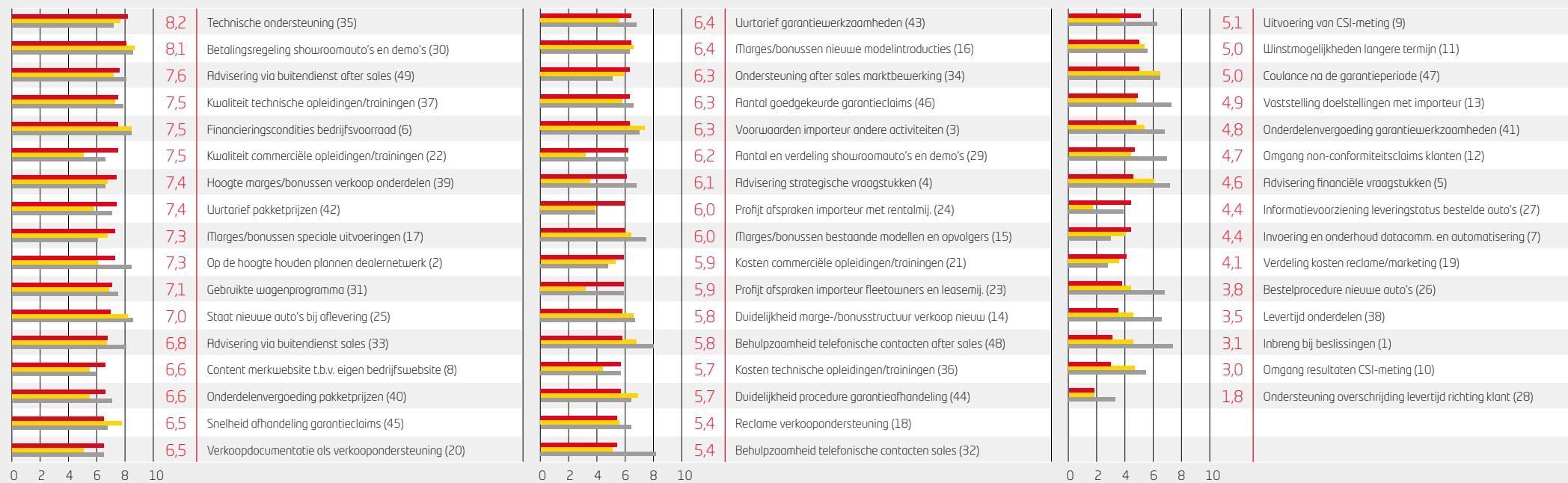
Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Bestelprocedure nieuwe auto's (26)
- Inbreng bij beslissingen (1)
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 2,6 - Omgang resultaten CSI-meting (10)
- 2,4 - Advisering financiële vraagstukken (5)
- 2,2 - Inbreng bij beslissingen (1)
- 1,7
- 1,6
- 1,5

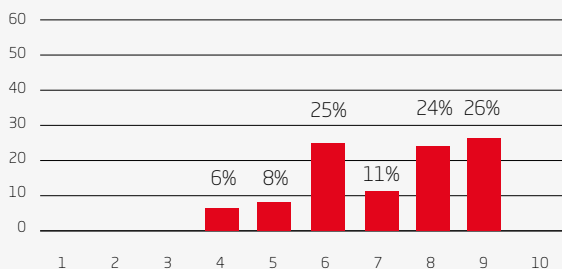
* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.



2022 2021 2020

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

7,2

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27) +3,5
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) +2,4
- Levertijd onderdelen (38) +2,3

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

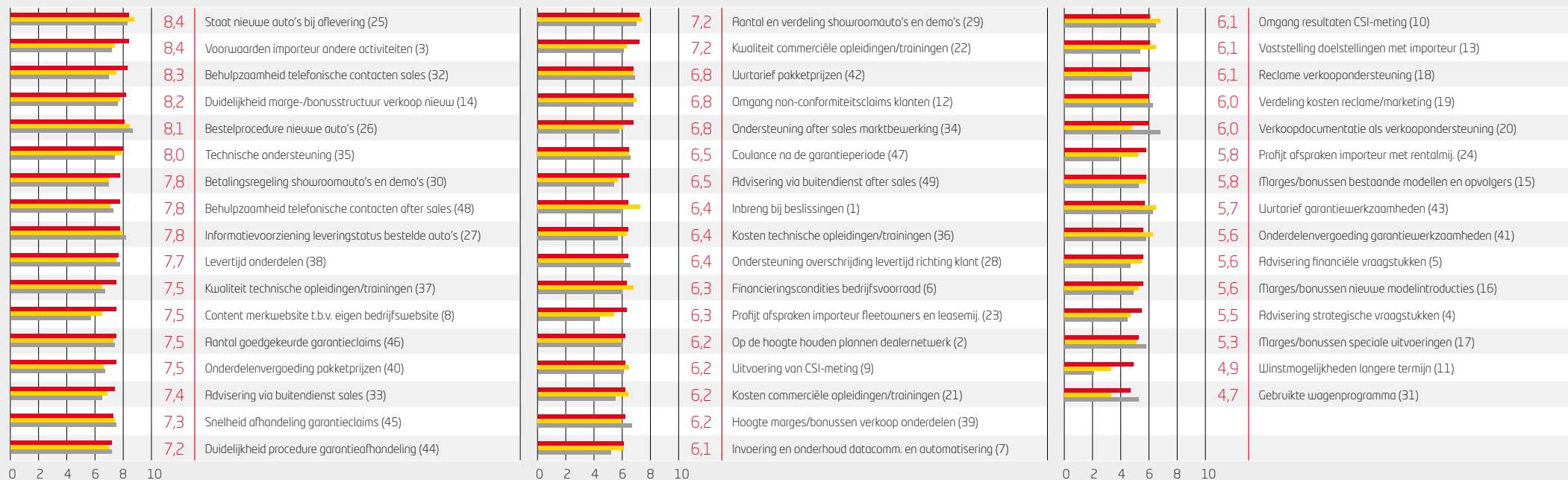
- Gebruikte wagenprogramma (31) -1,1
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -0,8
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -0,3

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +1,7
- Gebruikte wagenprogramma (31) +1,4
- Reclame verkoopondersteuning (18) +1,3

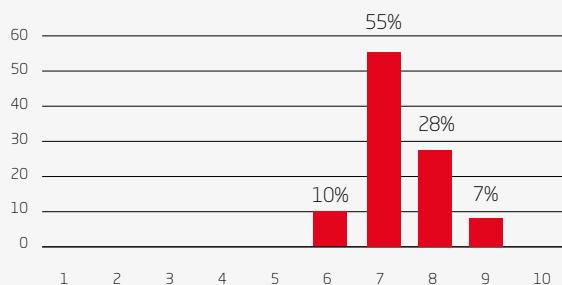
Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Inbreng bij beslissingen (1) -0,8
- Uurtarief garantiwerkzaamheden (43) -0,8
- Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41) -0,6



Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

7,3

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Technische ondersteuning (35) +2,4
- Behulpzaamheid telefonische contacten after sales (48) +2,4
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) +2,3

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

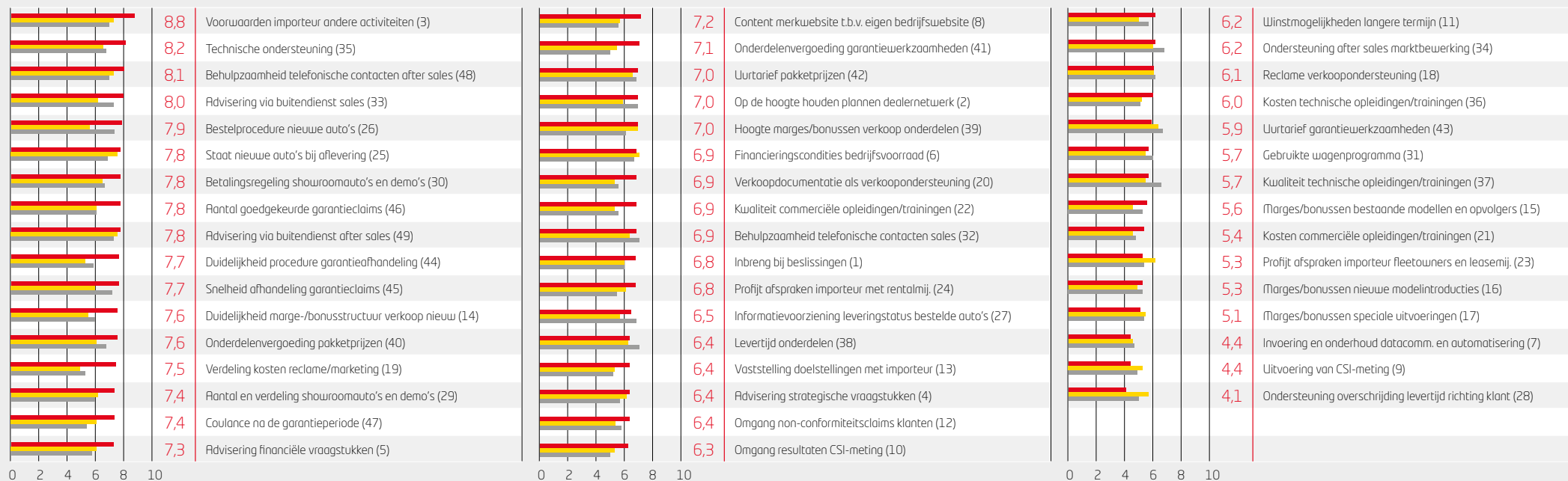
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7) -0,6
- Uitvoering van CSI-meting (9) -0,6
- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37) -0,5

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Verdeling kosten reclame/marketing (19) +2,7
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) +2,4
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +2,3

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

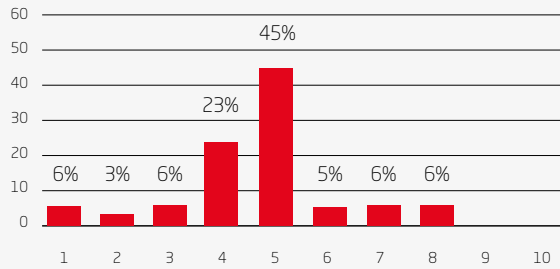
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) -1,6
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) -0,9
- Uitvoering van CSI-meting (9) -0,9



Opel

4,6

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

4,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

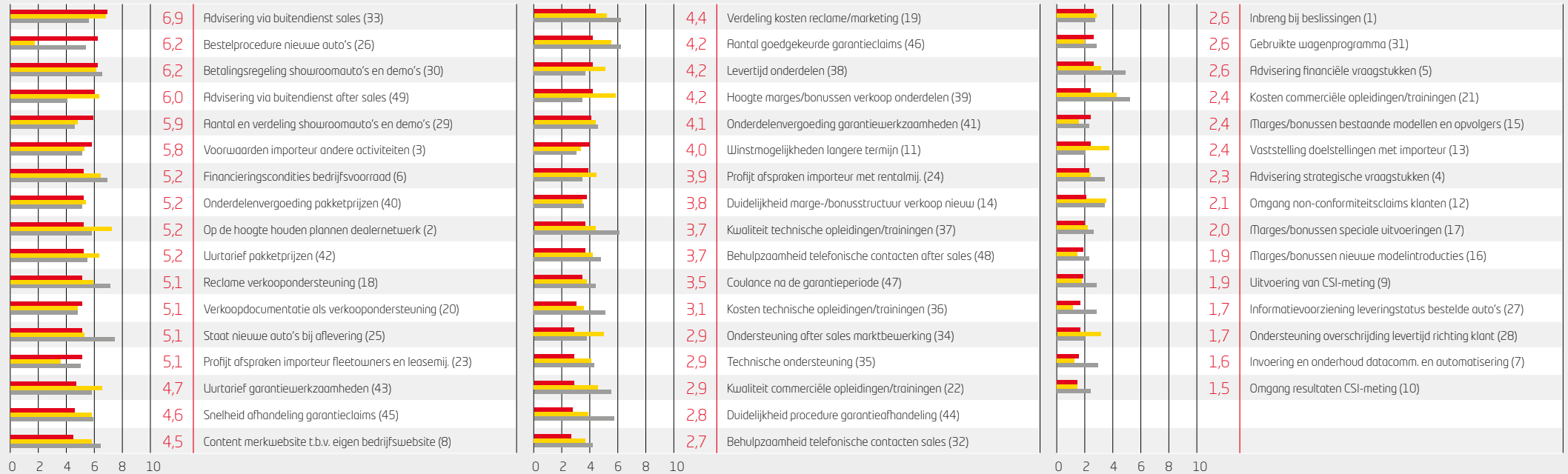
- Advisering via buitendienst sales (33)

- +0,2 - Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +4,4
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) +1,4
- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29) +1,1

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Omgang non-conformiteitsclaims klanten (12)
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (17)
- Omgang resultaten CSI-meting (10)

- 3,7 - Ondersteuning after sales marktwerking (34) -2,1
- 3,6 - Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2) -2,0
- 3,5 - Kosten commerciële opleidingen/trainingen (21) -1,8



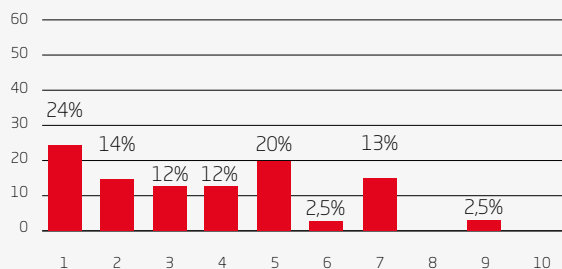
2022 2021 2020

Peugeot

3,6

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

3,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Advisering via buitendienst sales (33)

+0,1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

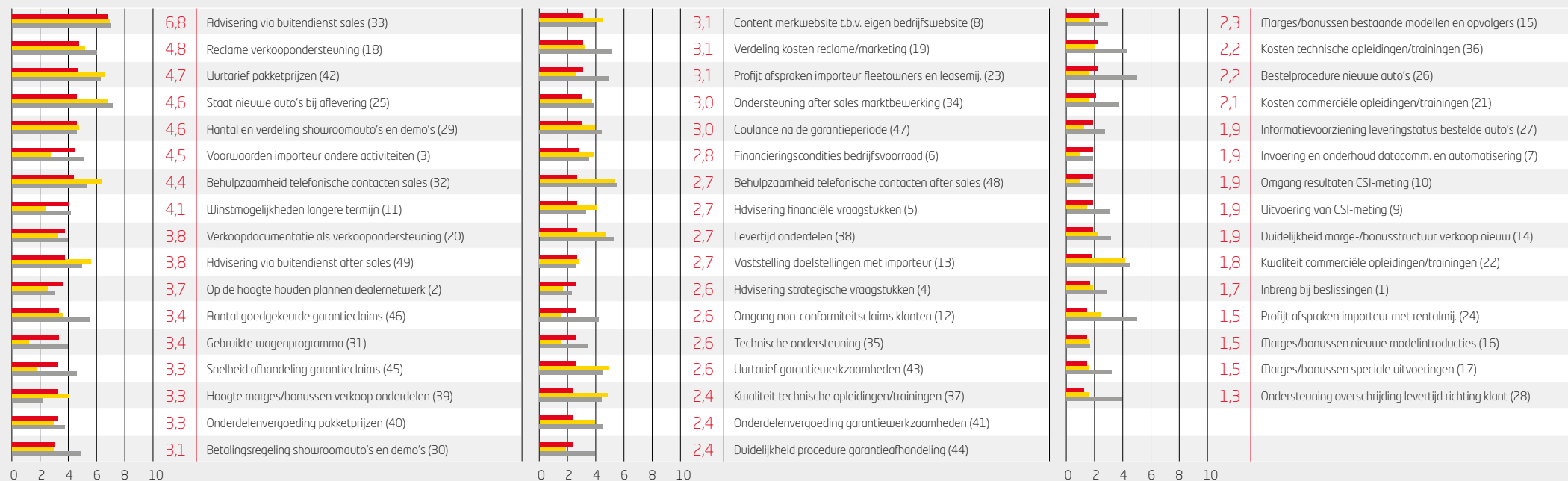
- Gebruikte wagenprogramma (31) +2,1
- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3) +1,7
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) +1,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14) -4,4
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) -4,3
- Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) -4,2

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Behulpzaamheid telefonische contacten after sales (48) -2,5
- Uurtarief garantiewerkzaamheden (43) -2,4
- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37) -2,4



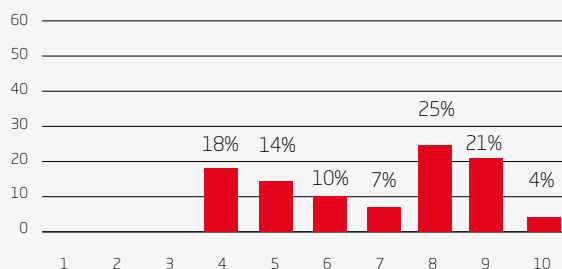
2022 2021 2020

Renault/ Dacia

5,9

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

5,9

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Onderdelenvergoeding garantiwerkzaamheden (41) +1,7
- Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) +1,6
- Uurtarief garantiwerkzaamheden (43) +1,6

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

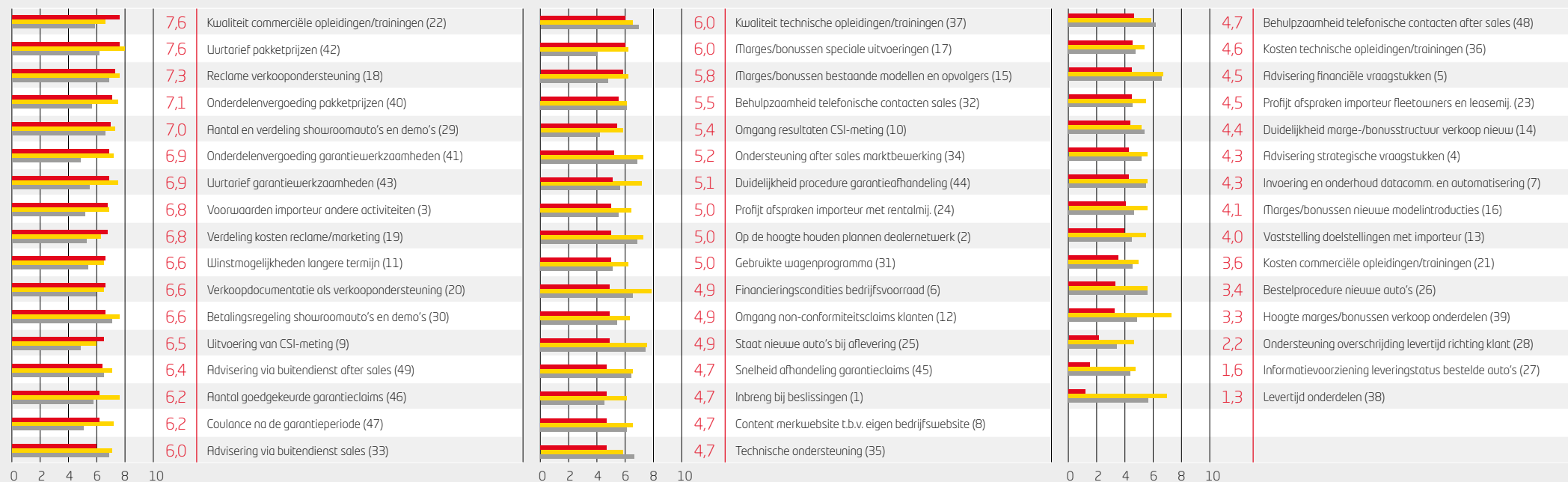
- Levertijd onderdelen (38) -4,1
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26) -3,1
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) -2,6

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22) +1,0
- Verdeling kosten reclame/marketing (19) +0,5
- Uitvoering van CSI-meting (9) +0,5

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

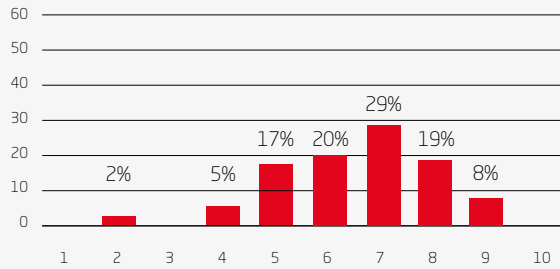
- Levertijd onderdelen (38) -5,7
- Hoogte marges/bonussen verkoop onderdelen (39) -4,0
- Informatievoorziening leveringsstatus bestelde auto's (27) -3,2



SEAT

6,6

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,6

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (1,6)
- Vaststelling doelstellingen met importeur (1,3)
- Marges/bonussen speciale uitvoeringen (1,7)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

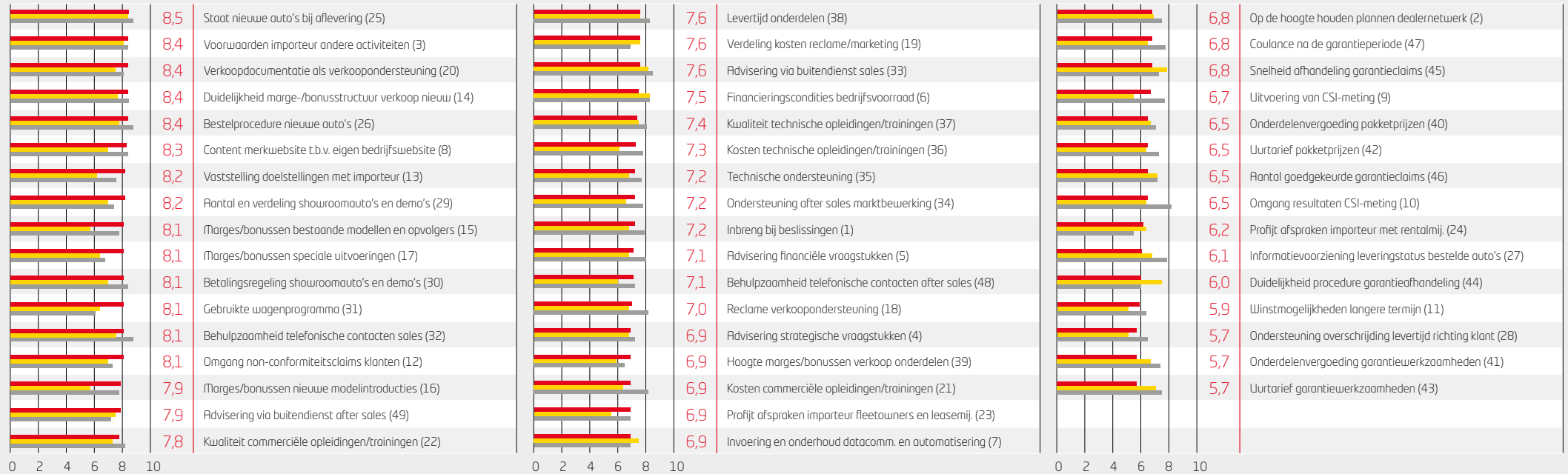
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- +2,7 - Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (1,5)
- +2,6 - Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (1,6)
- +2,0 - Vaststelling doelstellingen met importeur (1,3)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 1,4 - Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
- 1,4 - Uurtarief garantiewerkzaamheden (43)
- 1,1 - Snelheid afhandeling garantieclaims (45)



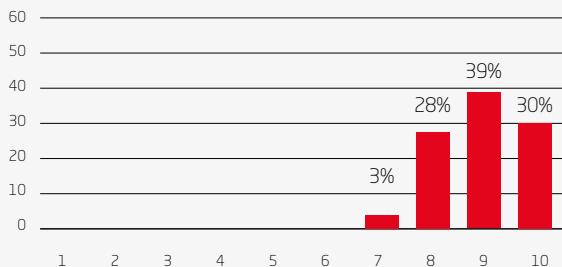
2022 2021 2020

ŠKODA

9,0

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

9,0

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Advisering strategische vraagstukken (4)
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)

- +3,5
- +3,1
- +3,1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

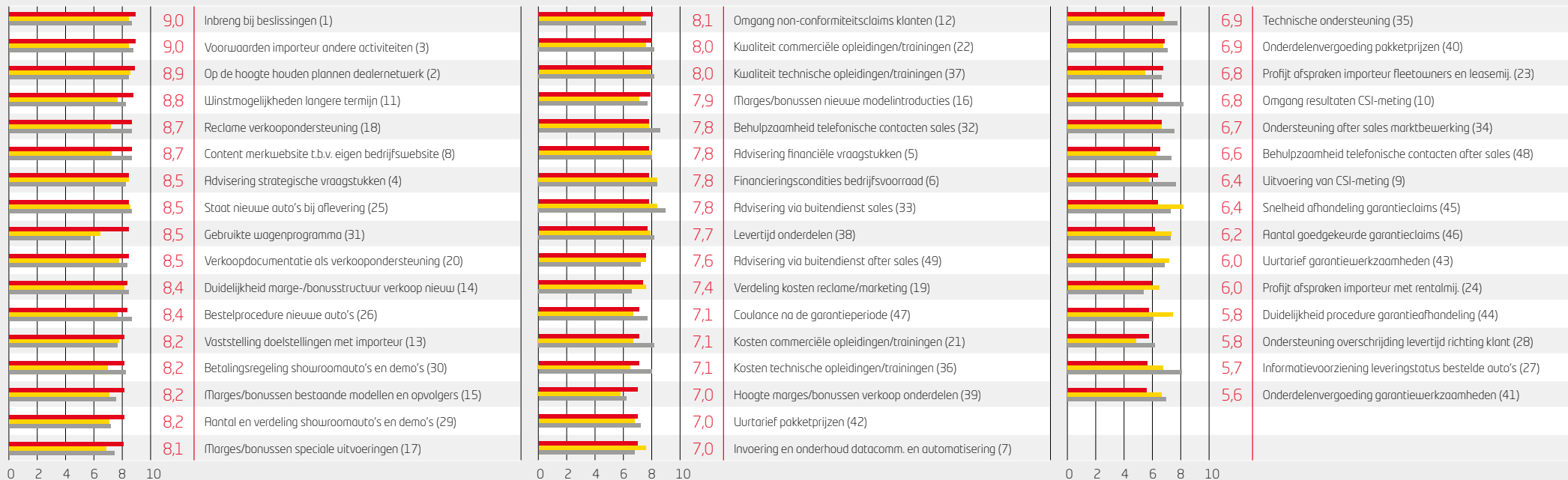
- Gebruikte wagenprogramma (31) +2,0
- Reclame verkoopondersteuning (18) +1,5
- Content merkwebsite t.b.v. eigen bedrijfswebsite (8) +1,3

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

Geen

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

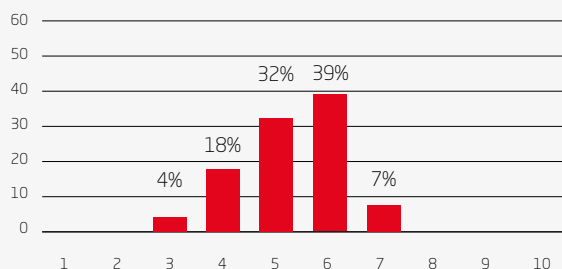
- Snelheid afhandeling garantieclaims (45) -1,8
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -1,7
- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -1,2



2022 2021 2020

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) +1,9
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) +1,9
- Levertijd onderdelen (38) +1,7

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) +0,8
- Kosten technische opleidingen/trainingen (36) +0,7
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij. (23) +0,7

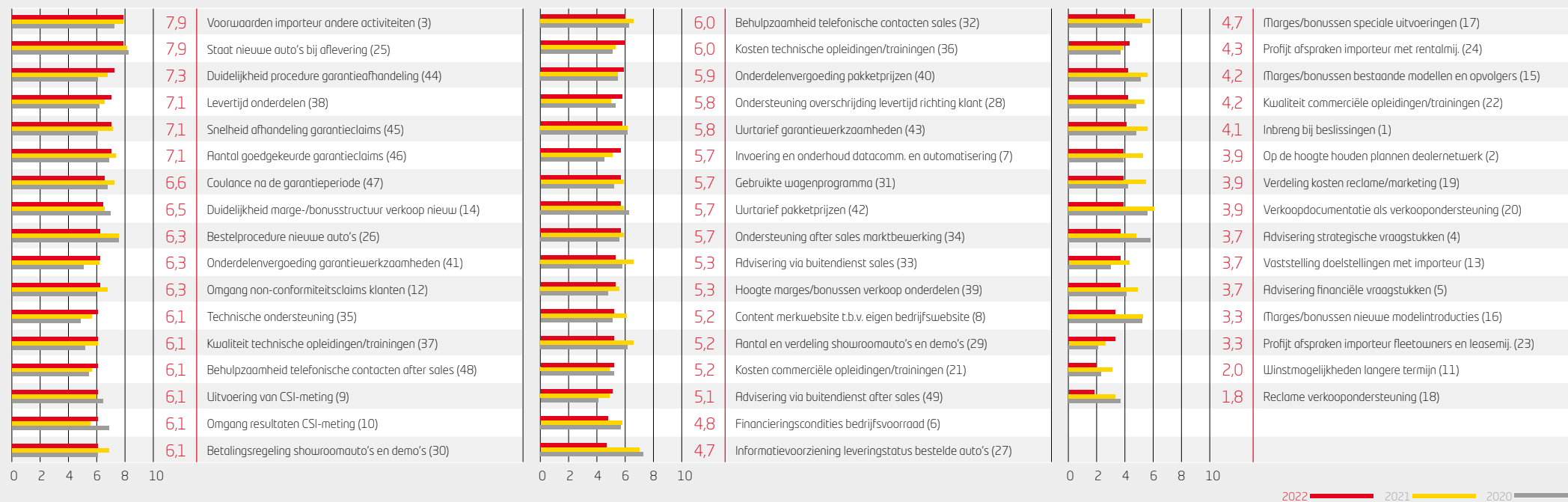
Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Reclame verkoopondersteuning (18) -4,5
- Winstmogelijkheden langere termijn (11) -3,8
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -2,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27) -2,3
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20) -2,2
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16) -2,0

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

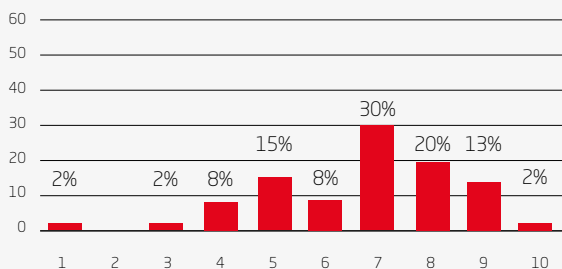


Suzuki

6,7

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,7

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44)
- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
- Snelheid afhandeling garantieclaims (45)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

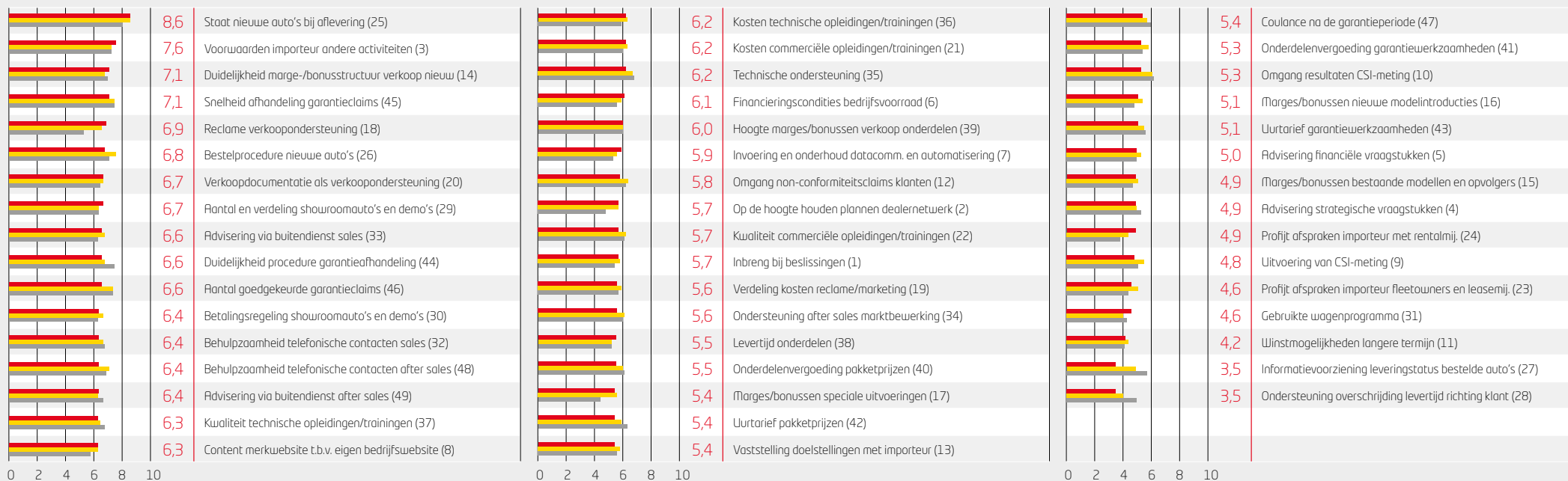
- Winstmogelijkheden langere termijn (11)
- Gebruikte wagenprogramma (31)
- Uurtarief pakketprijzen (42)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- +1,3 - Gebruikte wagenprogramma (31)
- +1,1 - Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24)
- +1,1 - Duidelijkheid marge-/bonusstructuur verkoop nieuw (14)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 1,5 - Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27)
- 1,1 - Omgang resultaten CSI-meting (10)
- 0,8 - Aantal goedgekeurde garantieclaims (46)

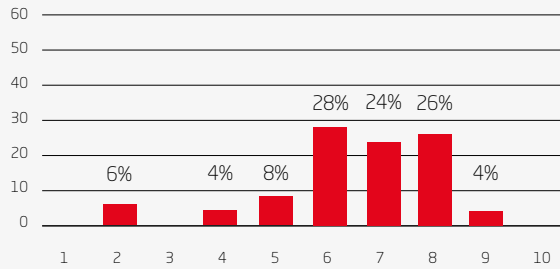


2022 2021 2020

Toyota

6,5

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,5

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
- Profijt afspraken importeur met rentalrij. (24)
- Bestelprocedure nieuwe auto's (26)

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

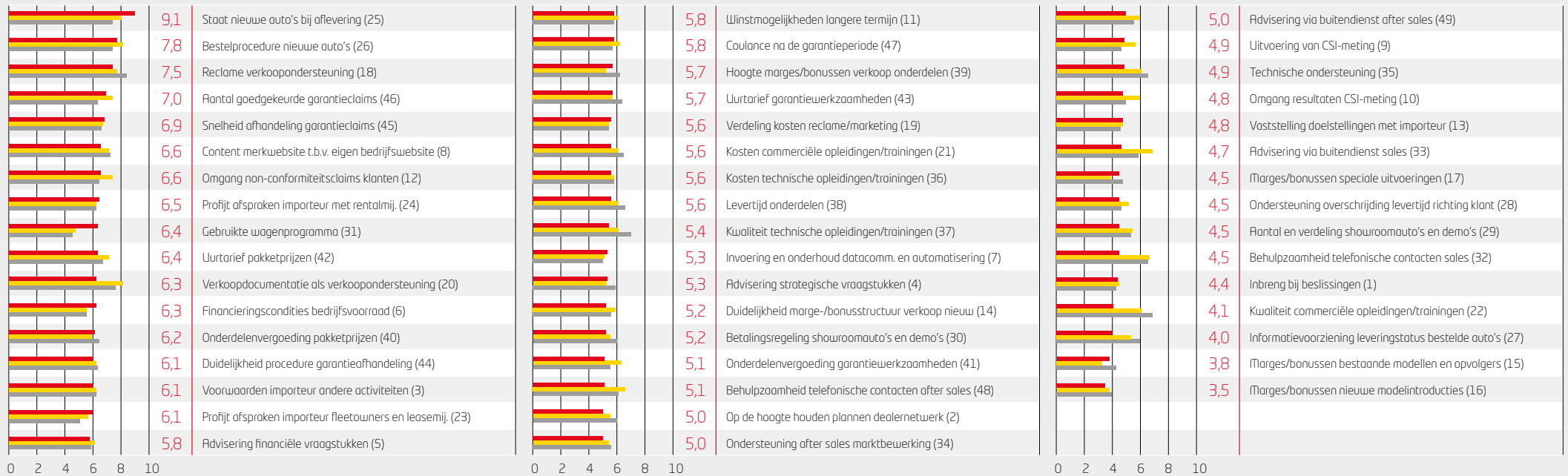
- +1,7 - Gebruikte wagenprogramma (31)
- +1,5 - Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
- +1,3 - Financieringscondities bedrijfsvoorraad (6)

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

- Advisering via buitendienst sales (33)
- Aantal en verdeling showroomauto's en demo's (29)
- Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15)

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 2,0 - Behulpzaamheid telefonische contacten sales (32)
- 2,2 - Advisering via buitendienst sales (33)
- 1,9 - Kwaliteit commerciële opleidingen/trainingen (22)



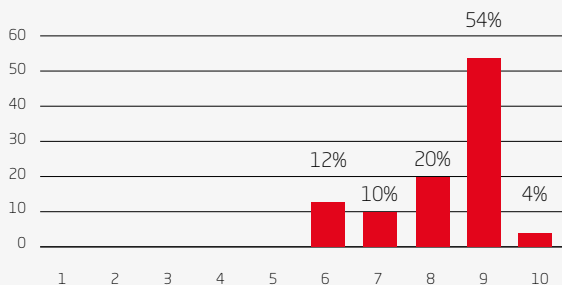
2022 2021 2020

Volkswagen

8,3

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,3

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1) +3,6
- Vaststelling doelstellingen met importeur (13) +2,9
- Advisering strategische vraagstukken (4) +2,9

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

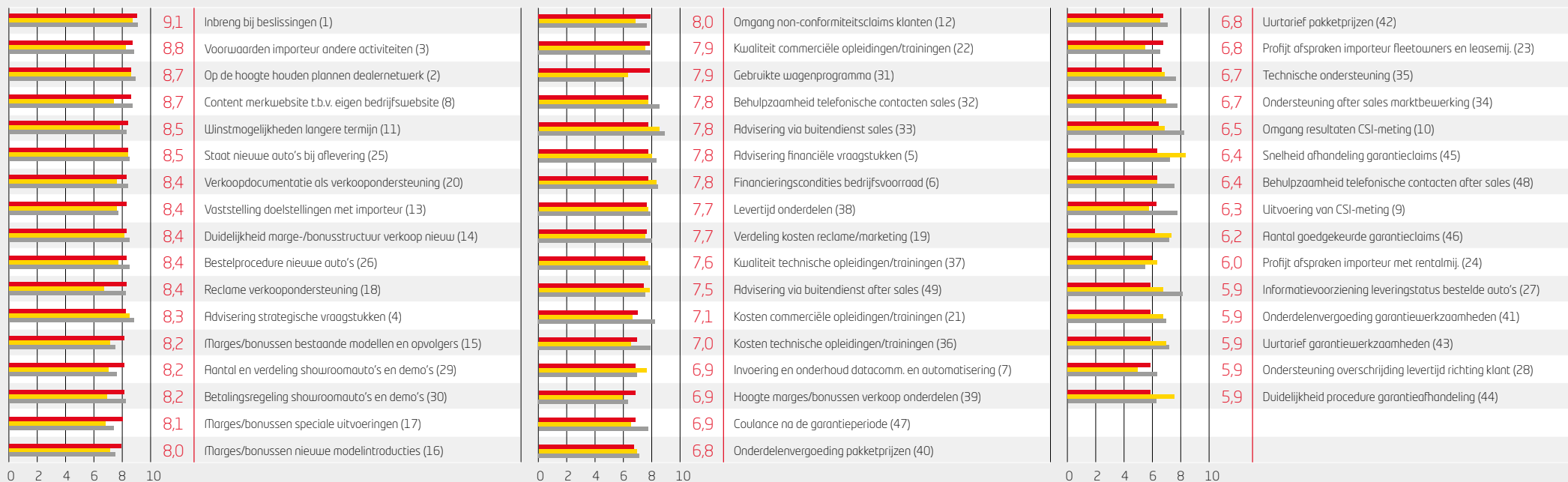
Geen

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Reclame verkoopondersteuning (18) +1,6
- Gebruikte wagenprogramma (31) +1,5
- Profijt afspraken importeur fleetowners en leasemij (23) +1,2

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Snelheid afhandeling garantieclaims (45) -2,0
- Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -1,8
- Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -1,3



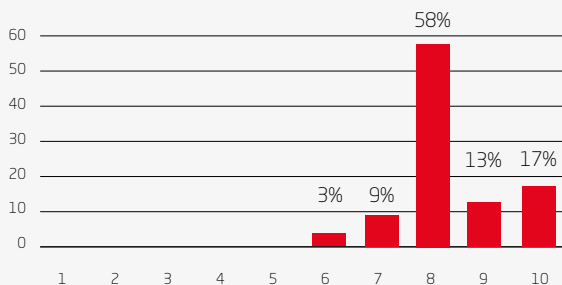
2022 2021 2020

Volvo

8,3

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

8,3

Meest positieve punten ten opzichte van alle merken

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Omgang resultaten CSI-meting (10)
- Invoering en onderhoud datacomm. en automatisering (7)

- +2,3
- +2,2
- +2,1

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Inbreng bij beslissingen (1)
- Marges/bonussen nieuwe modelintroducties (16)
- Op de hoogte houden plannen dealernetwerk (2)

- +2,0
- +1,4
- +1,3

Meest negatieve punten ten opzichte van alle merken

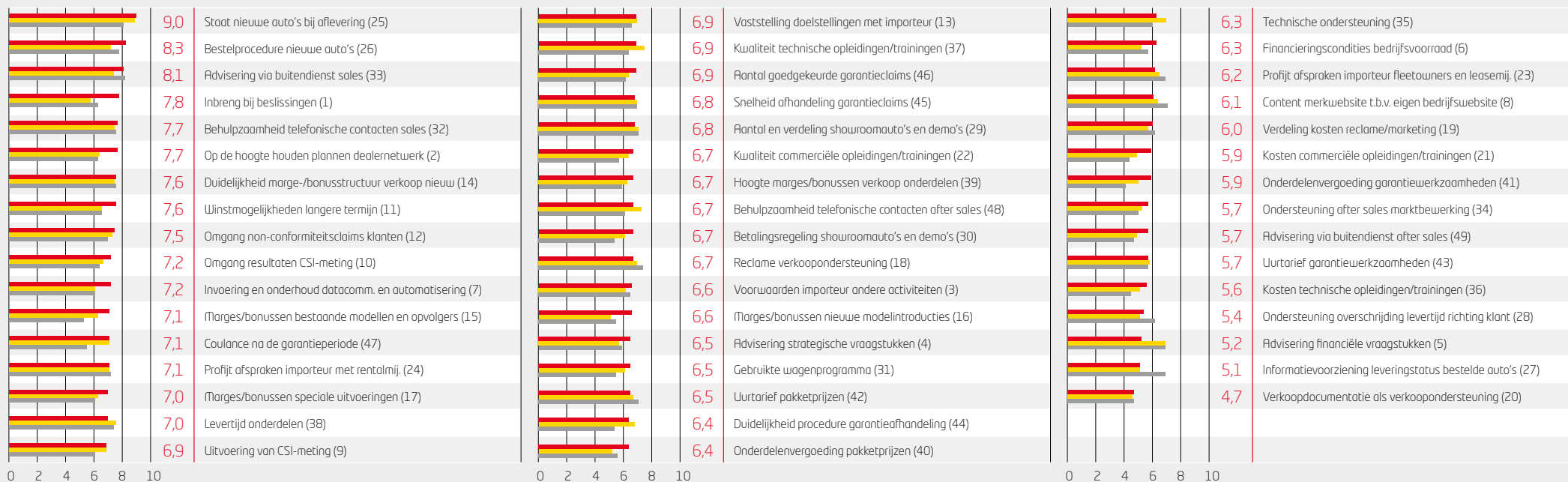
- Verkoopdocumentatie als verkoopondersteuning (20)
- Advisering via buitendienst after sales (49)
- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)

- 1,5
- 0,7
- 0,4

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- Advisering financiële vraagstukken (5)
- Technische ondersteuning (35)
- Kwaliteit technische opleidingen/trainingen (37)

- 1,6
- 0,6
- 0,6

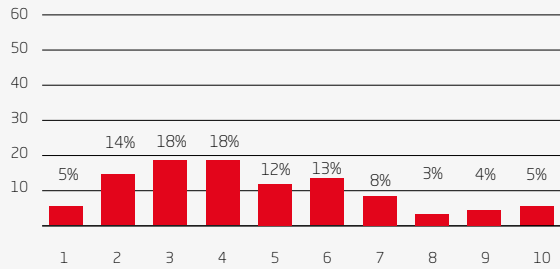


2022 2021 2020

Alle merken

6,4

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



Algemeen waarderingscijfer relatie met merk

6,4

De drie hoogste rapportcijfers voor alle merken

- Staat nieuwe auto's bij aflevering (25)
- Voorwaarden importeur andere activiteiten (3)
- Advisering via buitendienst sales (33)

De drie laagste rapportcijfers voor alle merken

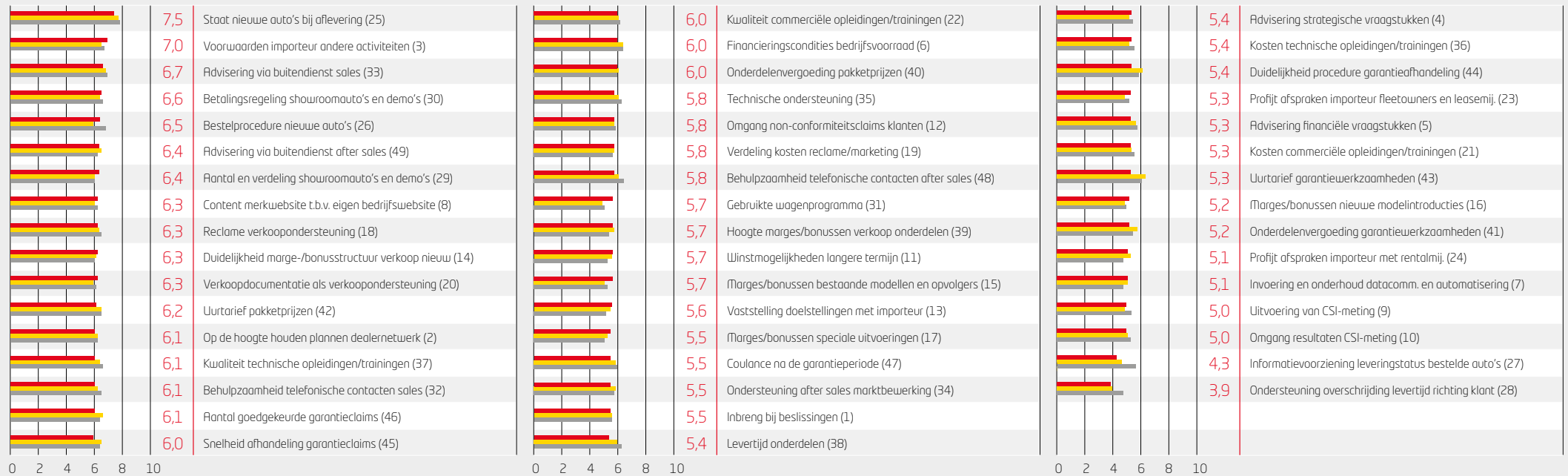
- Ondersteuning overschrijding levertijd richting klant (28) 3,9
- Informatievoorziening leveringstatus bestelde auto's (27) 4,3
- Omgang resultaten CSI-meting (10) 5,0

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 7,5 - Gebruikte wagenprogramma (31) +0,8
- 7,0 - Marges/bonussen bestaande modellen en opvolgers (15) +0,5
- 6,7 - Bestelprocedure nieuwe auto's (26) +0,5

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2021

- 3,9 - Uurtarief garantiewerkzaamheden (43) -1,1
- 4,3 - Duidelijkheid procedure garantieafhandeling (44) -0,8
- 5,0 - Aantal goedgekeurde garantieclaims (46) -0,6



Rangorde waarderingscijfers

Merk	Cijfer 2022	Positie 2022
BMW/MINI	9,1	1
SKODA	9,0	2
Audi	8,8	3
Volvo	8,3	4
Volkswagen	8,3	4
KIA	7,5	6
Nissan	7,3	7
Mitsubishi	7,2	8
Hyundai	6,9	9
Suzuki	6,7	10
SEAT	6,6	11
Toyota	6,5	12
Mazda	6,4	13
Ford	6,0	14
Renault/Dacia	5,9	15
Jaguar/Land Rover	4,7	16
Opel	4,6	17
Honda	4,6	17
Peugeot	3,6	19
Citroën	2,9	20
Fiat	2,6	21
Alle merken	6,4	

Cijfer 2021	Positie 2021
8,5	4
8,6	3
8,8	1
7,8	5
8,8	1
7,8	5
6,7	14
6,7	14
6,8	12
6,9	10
7,2	9
6,8	12
6,2	17
7,3	8
6,9	10
6,3	16
4,1	19
n.b.	n.b.
3,3	22
3,9	20
3,5	21
6,6	

Cijfer 2020	Positie 2020
9,2	1
8,6	3
8,6	3
8,1	5
8,9	2
7,2	8
6,8	10
6,2	15
5,5	17
6,5	13
7,9	6
6,7	11
7,1	9
6,5	13
6,6	12
5,3	18
4,4	21
4,6	19
4,5	20
3,7	23
3,8	20
6,6	

* Bij een gelijke positie scoort eerstgenoemde in de ranglijst hoger op meerdere decimalen.

RODI Personenauto's 2022

Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Respons

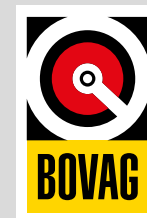
Merk	Vestigingen	2022		2021	2020
		Respons	Respons %	Respons %	Respons %
Audi	80	39	48,8%	37,8%	37,8%
BMW/MINI	53	34	64,2%	75,9%	94,2%
Citroën	91	26	28,6%	35,4%	41,1%
Fiat	62	25	40,3%	53,2%	51,5%
Ford	127	52	40,9%	40,9%	49,6%
Honda	26	21	80,8%	66,7%	81,0%
Hyundai	61	43	70,5%	55,4%	43,2%
Jaguar/Land Rover	20	19	95,0%	90,5%	95,0%
KIA	66	28	42,4%	45,0%	59,8%
Mazda	70	39	55,7%	40,8%	43,1%
Mercedes-Benz/smart*	64	24	37,5%	74,2%	86,4%
Mitsubishi	68	44	64,7%	38,0%	46,1%

* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

Merk	Vestigingen	2022		2021	2020
		Respons	Respons %	Respons %	Respons %
Nissan	60	29	48,3%	40,8%	49,4%
Opel	135	62	45,9%	45,6%	64,5%
Peugeot	110	39	35,5%	41,1%	47,8%
Renault/Dacia	80	47	58,8%	61,1%	61,4%
SEAT	112	42	37,5%	37,9%	35,6%
ŠKODA	116	48	41,4%	38,1%	37,9%
Subaru*	23	14	60,9%	82,6%	61,5%
Suzuki	102	55	53,9%	43,0%	55,7%
Toyota	114	36	31,6%	25,4%	38,4%
Volkswagen	122	52	42,6%	37,3%	35,1%
Volvo	91	67	73,6%	73,9%	78,5%
Totaal	1853	885	47,8%	47,1%	57,2%

RODI Personenauto's 2022

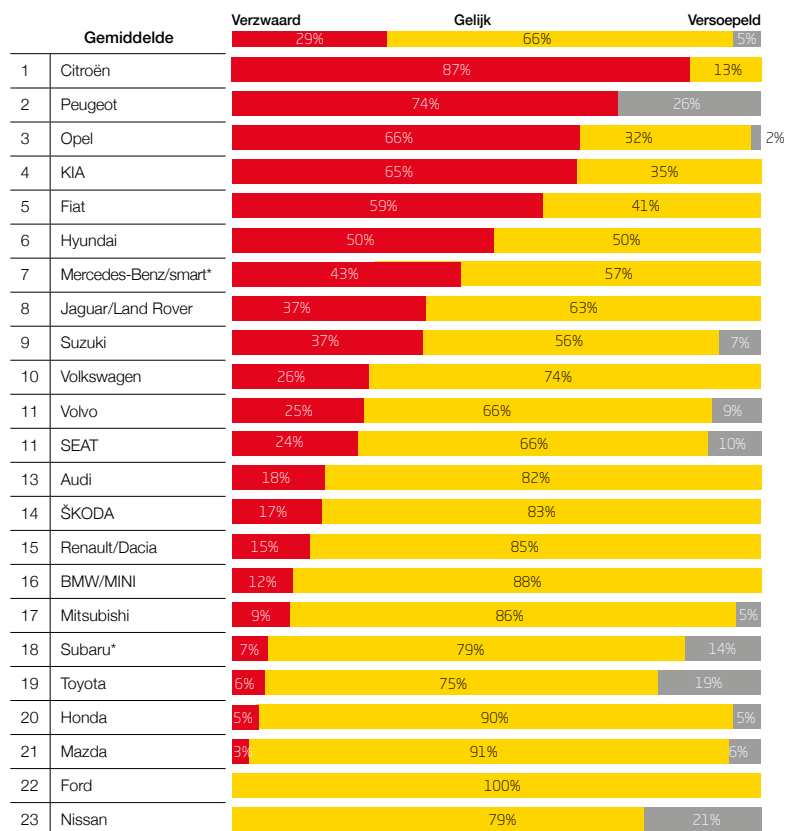
Relatie Onderzoek Dealer Importeur



Ontwikkeling

standards sales

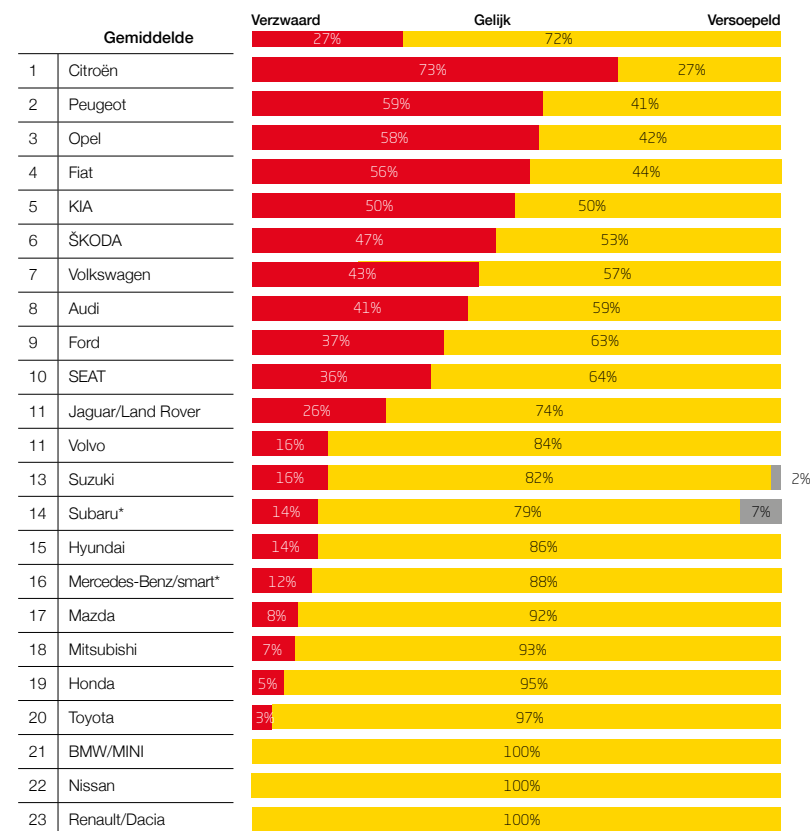
Ontwikkeling
standards
m.b.t. sales (2022
t.o.v. 2021)



* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

standards aftersales

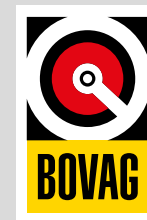
Ontwikkeling
standards
m.b.t. after sales
(2022 t.o.v. 2021)



* De uitkomsten voor dit merk zijn indicatief.

RODI Personenauto's 2022

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-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 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 aftersales

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

RODI Passenger Cars – List of Assertions

General Statements

- 1 My importer gives sufficient consideration to the input provided by dealers/dealer associations in taking decisions that affect dealers.
- 2 My importer keeps me well informed of its plans relating to the dealer network.
- 3 I am satisfied with my importer's conditions under which I am permitted to perform other activities in addition to my brand dealership (multi-brand, use of franchise formula, other forms of mobility, etc).
- 4 I am satisfied with the degree to which my importer provides me with advice about strategic issues.
- 5 I am satisfied with the degree to which my importer provides me with advice concerning financial issues.
- 6 I am satisfied with the financing conditions for the stock-in-trade facilitated for me by my importer.
- 7 I am satisfied about the way in which my importer supports me with the implementation and maintenance of data communication and dealer automation systems.
- 8 I am satisfied with the content of the brand site my importer makes available to me in support of our company website.
- 9 I am satisfied with the measuring method used by my importer for carrying out the Customer Satisfaction Index (CSI) survey.
- 10 I am satisfied with the way in which my importer uses the results of the CSI survey.
- 11 The current activities of my brand give my business sufficient profit-making opportunities over the long term.
- 12 I am satisfied with the way in which my importer handles the non-conformity claims of my customers.

Sales-Related Statements

- 13 I am satisfied with the way in which my importer establishes objectives in consultation with me.
- 14 The margin and bonus structures used by my importer for new sales are sufficiently clear.
- 15 I am satisfied with the level of margins and bonuses on existing models and their successors.
- 16 I am satisfied with the level of margins and bonuses on entirely new model introductions.
- 17 I am satisfied with the level of margins and bonuses on special versions of existing models (business edition, etc).
- 18 The advertising for new cars by my importer constitutes excellent sales support.
- 19 I am satisfied with the distribution of costs for advertising/marketing between importer and dealer.
- 20 The sales documentation provided by my importer constitutes an excellent sales support tool.
- 21 I am satisfied with the costs charged back for commercial education/training courses organised by my importer.
- 22 I am satisfied with the quality of the commercial education/training courses organised by my importer.
- 23 I am satisfied with the degree to which my business benefits from the arrangements made by my importer with fleet owners and leasing companies.
- 24 I am satisfied with the degree to which my business benefits from the arrangements made by my importer with rental companies.
- 25 I am satisfied with the condition in which new cars are delivered to me by my importer.

- 26 I am satisfied with the procedure for ordering new cars.
- 27 I am satisfied with the information provided to me by my importer about the delivery status of the cars ordered.
- 28 I am satisfied with the support provided to me by my importer in relation to my customers when delivery terms are exceeded (dissolution of the purchase by the consumer, loss of value of the trade-in vehicle and/or additional maintenance costs).
- 29 I am satisfied about the agreements with my importer concerning the number and distribution of models in the showroom and demos.
- 30 I am satisfied about the agreements with my importer concerning the payment scheme for showroom and demo cars.
- 31 I am satisfied with the used car programme of my importer.
- 32 I am satisfied with the way in which my importer's employees assist us during contacts by telephone concerning sales-related issues.
- 33 I am satisfied with the way in which my importer provides me with sales-related advice through its field service.

After-Sales-Related Statements

- 34 I am satisfied with the support/cooperation I receive from my importer for my after-sales marketing.
- 35 I am satisfied with the technical support I receive from my importer.
- 36 I am satisfied with the costs charged back for the technical education/training courses organised by my importer.
- 37 I am satisfied with the quality of the technical education/training courses organised by my importer.
- 38 I am satisfied with the parts delivery lead times.
- 39 I am satisfied with the level of margins and bonuses provided by my importer on the sale of parts.
- 40 I am satisfied with the compensation of parts for package pricing.
- 41 I am satisfied with the compensation of parts for work carried out under guarantee.
- 42 I am satisfied with the established hourly rate for package pricing.
- 43 I am satisfied with the established hourly rate for work carried out under guarantee.
- 44 I am satisfied with the clarity of the procedure used by my importer for handling guarantees.
- 45 I am satisfied with the speed with which my importer deals with guarantee claims.
- 46 I am satisfied with the number of approved guarantee claims.
- 47 I am satisfied with the way my importer has designed the goodwill policy following the expiry of the guarantee.
- 48 I am satisfied with the way in which my importer's employees assist us during contacts by telephone concerning after-sales-related issues.
- 49 I am satisfied with the way in which my importer provides me with after-sales-related advice through its field service.