

GIDS

Hoe word je een data-driven autodealer?

De best practices en top-KPI's die meer inzicht
bieden voor een betere bedrijfsvoering

Juli 2024



Inhoud

Een versnelling hoger3

Top 3 trends in de sector.....4

Hoe kunnen autodealers op deze trends inspelen?.....6

Beste KPI's voor de verkoopafdeling8

Beste KPI's voor de klantenservice..... 11

Beste KPI's voor finance..... 14

Effectieve dashboards voor autogegevens 18

TARGIT's alles-in-één oplossing voor dealers 22

Bespaar tijd, geld en middelen..... 24

VERWACHTINGEN IN DE SECTOR

Een versnelling hoger

De afgelopen jaren is de auto-industrie sterk ontregeld. Er werden veel minder nieuwe en tweedehands auto's verkocht en toen de pandemie volop woedde, kwam de hele toeleveringsketen stil te liggen.

De dealers en fabrikanten die deze woelige tijden achter de rug willen hebben, moeten niet alleen rekening houden met de zakelijke gevolgen van de pandemie, maar ook met de daaruit voortvloeiende schakelingen.

Terwijl de automarkt zich herstelt, blijven nieuwe uitdagingen en kansen zich aandienen. De laatste jaren hebben zich verschillende trends afgetekend en ontwikkeld waar je als dealer niet meer omheen kan.

TRENDS IN DE SECTOR

Top 3

TREND 01

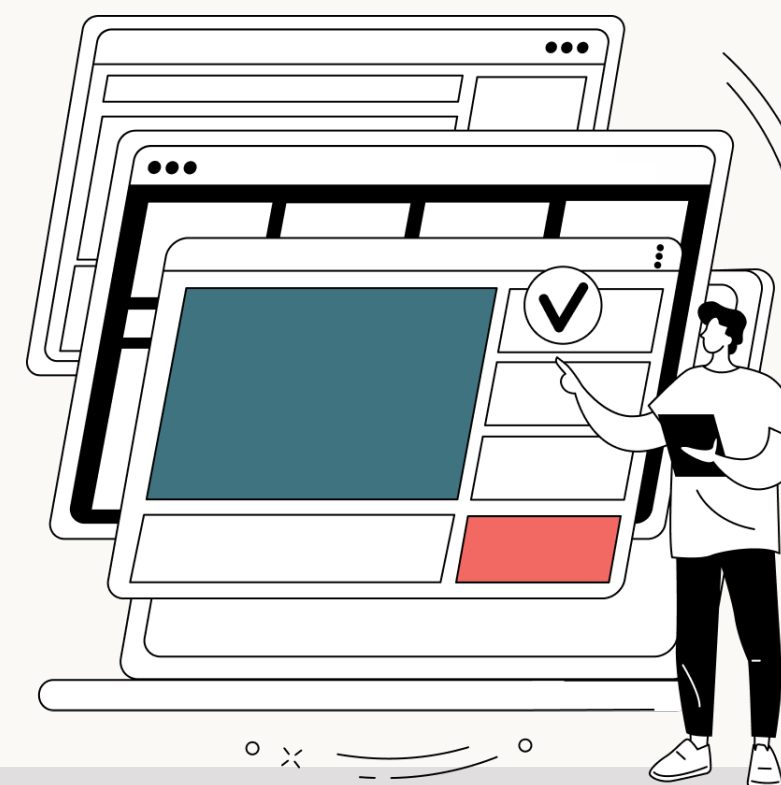
De verkoop van elektrische voertuigen zorgt voor nieuwe risico's en kansen

De wereldwijde markt voor elektrische voertuigen (EV) zal [tegen 2030 naar verwachting 823,75 miljard dollar bereiken](#), met een samengesteld jaarlijks groeipercentage (CAGR) van 18,2% tussen 2021 en 2030. Deze schakeling brengt risico's met zich mee voor dealers afhankelijk van de verkoop van voertuigen met een verbrandingsmotor (ICE) en van inkomsten uit het onderhoud aan die voertuigen, aangezien EV minder onderhoud nodig hebben dan het gemiddelde voertuig met een verbrandingsmotor. Om hun marktaandeel te behouden terwijl de verkoop van EV toeneemt, moeten dealers de toepassing van EV opnemen in hun bedrijfsplan.

TREND 02

Aankoop tweedehands auto's stijgt

Terwijl het aantal inschrijvingen van nieuwe auto's in 2022 bleef dalen, zal de wereldwijde markt voor tweedehands auto's [de komende jaren naar verwachting met 9,1% groeien](#). Experts schrijven die opvallende toename in de verkoop van tweedehands auto's op zijn minst gedeeltelijk toe aan de vertragingen in de toeleveringsketen, waardoor fabrikanten minder efficiënt nieuwe voorraden op de markt konden brengen tijdens de pandemie. Zelfs als de productie weer op gang komt, zullen veel consumenten nog steeds tweedehands auto's kopen voor meer opties, en lagere prijzen.



TREND 03

Dealers hebben realtimegegevens nodig om hun beslissingen te nemen

Autodealers kunnen tijdens dit post-covid-tijdperk alleen herstellen als ze efficiënt en flexibel zijn. Ze vertrouwen niet langer op ervaringen uit het verleden, maar hebben bijna een real-time inzicht nodig in de markt, hun klanten en hun activiteiten. Dealers moeten als geen ander nauwkeurig sectorspecifieke Key Performance Indicators (KPI's) kunnen meten en vervolgens hun bevindingen gebruiken om tijdig verbeteringen door te voeren en waardevolle kansen te grijpen.

BETERE BESLISSINGEN

Hoe kunnen autodealers op deze trends inspelen?

Veel autodealers halen operationele gegevens uit manueel opgestelde Excelrapporten en meten daar hun prestaties mee. Die rapporten opstellen is niet alleen een lastig werkje, maar het gebeurt ook na de feiten, met gegevens die dan al weken of maanden oud zijn.

Deze reactieve werkwijze maakt het voor dealers zo goed als onmogelijk om weloverwogen besluiten te nemen of in real-time veranderingen door te voeren en dat kan dan weer leiden tot dure vertragingen of bedrijfsstrategische blunders.

Om betere beslissingen te nemen is het essentieel dat je elke dag gegevens uit verschillende bronnen analyseert. In een allesomvattende strategie voor bedrijfsanalyse moet je elke afdeling van je organisatie opnemen. De inzichten die je zo opdoet, helpen je als autodealer:

- ✓ Processen optimaliseren
- ✓ Gegevenszichtbaarheid verbeteren
- ✓ Winstgevendheid en efficiëntie verhogen
- ✓ Gegevens gebruiken voor beslissingen

Een data-driven besluitvorming is transparant, flexibel en ontdaan van alle complexiteit die de activiteiten van een dealership met zich meebrengen. Bovendien helpt ze dealers om de klantervaring ingrijpend te verbeteren op basis van betrouwbare, tijdige inzichten.

Door gegevens te verzamelen en te analyseren ben je als autodealer beter opgewassen tegen de belangrijkste uitdagingen waar je elke dag mee geconfronteerd wordt, zoals activaportefeuilles en kasstromen in evenwicht brengen, kosten beheren op meerdere locaties, verbetering van de klantenservice en het beheer van de verkoopcyclus.

'Een modern bedrijf kan niet draaien op de strategie van "zo hebben we het altijd gedaan".'

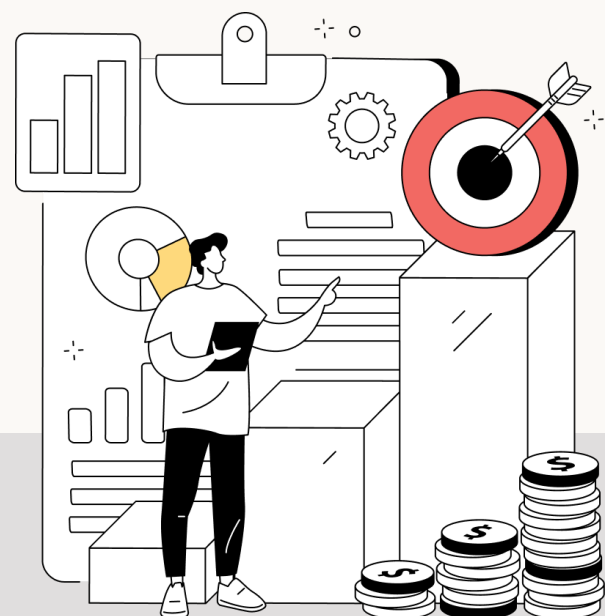
Wil je voordeel halen uit de steeds toenemende gegevensstroom, dan moet je vooral weten op welke cijfers je het meest moet letten. Om je te helpen sommen we hier de belangrijkste KPI's op voor elke afdeling van een dealership.

Het belang van deze KPI's varieert van onderneming tot onderneming, en zelfs van tijd tot tijd binnen dezelfde onderneming. Toch staat vast dat dit de voorbeelden zijn die uit onze ervaring met autodealers naar voren zijn gekomen.



Beste KPI's voor de verkoopafdeling

01 Totaal verkoop



Om de prestaties van je dealership te meten is het van essentieel belang dat je het totale aantal verkochte exemplaren bijhoudt, vooral als je actief bent op meerdere locaties in verschillende regio's. In je primaire rapporten moet je het totale verkoopvolume bijhouden voor een bepaalde periode, een week of een maand bijvoorbeeld. Natuurlijk kan je dat verkoopvolume ook gedetailleerder gaan analyseren: op locatie, fabrikant, prijsmodel, verkoper ...

Naast de totale verkoopcijfers van je dealership moet je ook controleren hoe de actuele verkoopprestaties passen binnen vooraf vastgelegde quota en de omzetdoelen die daarmee samenhangen. Met diepgaande data-inzichten kan je opvolgen hoe ver je nog van deze doelen verwijderd bent en vaststellen waar je verkoopafdeling de verwachtingen overtreft of misschien niet helemaal inlost.

02

Brutoverkoopmarge: totale inkomsten/totale kosten

Met de brutoverkoopmarge meet je de reële winst die je dealership maakt op elke verkochte wagen, na alle uitgaven voor en na verkoop. Je berekent ze door van de totale opbrengsten van het voertuig de totale kosten ervan voor je dealership af te trekken.

Aan de hand van deze cijfers kan je voor elke unit vergelijken hoeveel je er als dealer voor betaalt en hoeveel inkomsten het je oplevert. In je totale kosten moeten niet alleen uitgaven zoals aankoop- en voorbereidingskosten worden opgenomen, maar ook extra inkomsten, bijvoorbeeld uit bonussen of kortingen van importeurs en incentiveprogramma's van de fabrikant.

03

Hit Rate: open kansen/gesloten deals

Hit Rate meet je verkoophefficiëntie door het aantal transacties dat je dealership echt afsluit te vergelijken met het aantal kansen dat het tijdens een bepaalde periode optekende. Deze KPI geeft de leidinggevende teams meer dan de gewone verkoopcijfers om het succes van zijn verkopers te meten.

De rapporten moeten ook inzichten bevatten in kansen die het vaakst werden omgezet of gemist. Uit gedetailleerde rapporten kunnen verkoopmanagers bijvoorbeeld leren of hun verkopers eerder deals sluiten na een afspraak of na een spontaan bezoek en of ze klanten die aarzelen eerder via e-mail of telefonisch kunnen overtuigen.

04

Omloopsnelheid voorraad

Klantvoorkeuren en marktwaarderingen kunnen in een oogopslag veranderen. Voorraad die te lang ter plekke blijft staan, kan binnen enkele weken dood kapitaal worden. Dealers horen de omloopsnelheid van de voorraad bij te houden om te meten hoelang hun voorraad gemiddeld in hun magazijn staat voor die aan hun klanten wordt verkocht. In verouderde voorraaddrapporten moeten verkoopmanagers niet alleen een gemiddelde omloopsnelheid vinden, maar ook hoelang alle artikelen al op voorraad zijn op elke locatie.

Er kunnen ook details in staan over de status van de voorraad, zoals tabellen met betaalde en onbetaalde artikelen of een overzicht met de eenheden die er al het langst staan. Verder is het waardevol als deze rapporten de actuele beschikbaarheid van elk model bevatten voor alle locaties van de dealership. Zo kunnen verkopers een unit op hun locatie elders verkopen om een extra voorraad te vermijden.

'Met de juiste informatie kan je problematische processen elimineren en vervangen door processen die betrouwbaarder zijn.'



Beste KPI's voor de klantenservice



01

Efficiëntie van serviceorders: geklokte uren tegenover gefactureerde uren

In de klantenservice van je dealership is efficiëntie cruciaal, vooral wanneer je serviceorders van klanten uitvoert. De efficiëntie van orders meet de dagelijkse productiviteit van het serviceteam en wordt berekend door het totale aantal werkuren dat voor serviceorders werd geklokt te delen door de tijd die je personeel ook echt heeft gefactureerd. De facturatie wordt verdeeld in externe, interne en garantiefacturen en wanneer meerdere techniekers samen aan één order hebben gewerkt, kunnen de geklokte uren pro rata worden toegewezen.

Jouw dealership moet deze cijfers dagelijks genereren en bekijken om de factureerbare uren van het hele team na te gaan. Deze cijfers zijn niet alleen op korte termijn van ongekende waarde, maar laten managers ook trends analyseren in de productiviteit van het personeel. Zo kunnen ze weloverwogen beslissingen nemen over personeelsbezetting en procesverbeteringen en plannen uitstippelen om individuele medewerkers beter te laten presteren.

02

Vertragingen in de facturatie

Openstaande reparatieorders zijn orders die al worden uitgevoerd maar nog moeten worden betaald of orders waarvoor de diensten al zijn verleend, maar de factuur nog niet is opgesteld. Misschien is het werk nog niet klaar omdat je wacht op een onderdeel of tot een bepaalde techniek beschikbaar is. Als het werk wel al is uitgevoerd, blijven reparatieorders doorgaans openstaan omdat je receptiemedewerker te veel werk heeft of omdat een garantie- of verzekeringsclaim in behandeling is. In al die gevallen stelt de vertraging in het afsluiten van de order ook de facturatie uit en dat levert dan weer problemen op voor de kasstromen en inkomsten van je dealership.

Dat er een aantal orders openstaat, is onvermijdelijk, maar toch is het cruciaal om de vertragingen in de facturatie in het oog te houden en het aantal orders dat in behandeling is binnen je klantenservice zo klein mogelijk te houden.



03

Bezettingsgraad van huurauto's: huurinkomsten op jaarbasis/totale aankoopkosten

De bezettingsgraad meet de inkomsten die elk huurvoertuig in je dealership oplevert. Om dit te berekenen deel je je huurinkomsten op jaarbasis door de totale kosten van het aankopen en onderhouden van de huurauto's die je op voorraad hebt. Denk eraan dat de aankoopkosten van nieuwe en tweedehands auto's aanzienlijk kunnen variëren en dat dit een grote invloed zal hebben op je bezettingsgraad.

Door je bezettingsgraad te benchmarken zorg je ervoor dat je huur- en leenauto's worden afbetaald en genoeg worden gebruikt, zodat ze geen extra kosten, maar winst opleveren. Dit cijfer kan je ook helpen om de juiste procedures en het juiste beleid te handhaven voor leen- en huurauto's.

04

Totaal directe interne kosten

Je dealership hoort alle interne kosten te controleren die verbonden zijn aan de klantenservice, onder andere voor garanties op tweedehands auto's die je hebt verkocht, commerciële tussenkomsten, herhaalde reparaties, factureerbare uren die verloren gaan vanwege verkeerd uitgevoerd werk, diefstal en alle andere uitgaven in het kader van serviceorders. Deze kosten hebben niet alleen een directe invloed op je financiële resultaat, maar geven ook een beeld van de algemene efficiëntie en nauwkeurigheid waarmee je techniekers werken. Het is beter om de interne kosten van je klantenservice te reguleren en te beperken door ze regelmatig nauwlettend te controleren en voor alle kosten de bron te traceren. Op grond van de resultaten van deze rapporten kan je kansen identificeren om kosten te besparen wanneer je diensten verleent, de auto's van klanten onderhoudt en herstelt, en garantie biedt op de auto's die je verkoopt.

Beste KPI's voor finance



01

Ouderdomsopbouw vorderingen

Deze gegevens gaan over de rekeningen met de langste betalingstermijnen. Door rapporten te genereren die deze KPI regelmatig controleren, kan je betalingscycli verkorten en volgen hoe het betaalgedrag van de klant na verloop van tijd evolueert. Als je het aantal verouderde rekeningen van je dealership laag houdt, zorg je ervoor dat je onderneming groeit.

Daarom is het van cruciaal belang dat je een betrouwbare facturatieoplossing hebt, zodat facturen tijdig worden betaald. In een eenvoudig betalingsproces moeten alle betalingswijzen worden geaccepteerd. Kijk naar gebruiksvriendelijke online portals die klanten opties bieden om onmiddellijk te betalen.

Om te vermijden dat rekeningen verouderen, kan je onder andere:

- boetes voor te late betaling invoeren
- strenge financieringsvoorwaarden vastleggen
- kortingen aanbieden voor vroege betaling
- oninbare vorderingen afschrijven.

02

Ouderdomsopbouw rekeningen



Je dealership hoort de ouderdomsopbouw bij te houden van verschuldigde facturen: openstaande facturen die de dealer heeft ontvangen van leveranciers of andere externe dienstverleners. Het bijhouden van openstaande verschuldigde facturen en hoe oud die zijn, is cruciaal om schulden te beheren en binnen leveranciersrelaties kansen te identificeren om kosten te besparen.

Leveranciersrapporten over de ouderdomsopbouw zijn van onschatbare waarde voor financiële prognoses en kasplanning. Ze kunnen financiële teams helpen om te bepalen welke facturen op korte termijn kunnen worden betaald en welke moeten worden uitgesteld. Als dealer kan je de resultaten van deze rapporten ook gebruiken om kortingen of verlengde krediettermijnen te bedingen bij de leveranciers die je vaak vóór de vervaldatum betaalt.

03

Cashflow uit openstaande rekeningen

Naast het bijhouden van openstaande schulden en rekeningen moeten autodealers ook regelmatig de kasstromen van alle betalingsactiviteiten controleren om ervoor te zorgen dat de inkomende en uitgaande betalingen een positieve cashflow opleveren.

Die cashflow bereken je door het verschil te bepalen tussen de inkomende kasstromen uit betalingen van klanten en de uitgaande kasstromen die bedrijfskosten en betalingen aan leveranciers opleveren.

04

Year to Date winst en verlies

Terwijl je verkoopsafdeling de bruto-inkomsten en specifieke marges voor de inkomsten controleert, moet je financiële afdeling de inkomsten, kosten en verrekeningen tussen ondernemingen year-to-date vergelijken om het totale resultaat van je dealership voor het lopende jaar te berekenen.

In je winst- en verliesrekening moeten alle opbrengsten en alle uitgaven voor het jaar worden opgenomen, zodat de bedrijfsleiders een duidelijk beeld krijgen van de financiële prestaties en de winstgevendheid van de dealership.



*‘Vanochtend zag ik een lage
marge voor bepaalde onderdelen.
Ik begon de cijfers
te analyseren per onderdeel,
afdeling, verkoper enz. en
**ik vond meteen waar het
fout was gelopen,
dat vind ik geweldig.’***

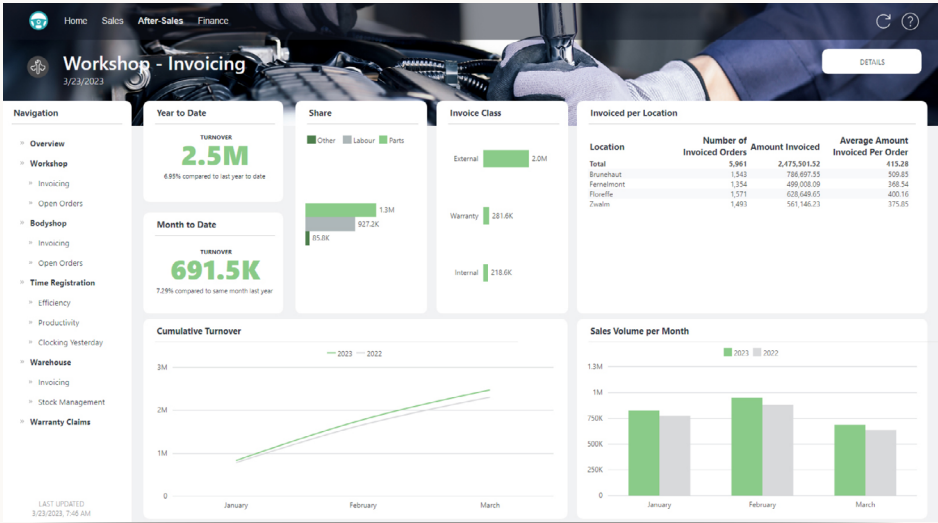
- MANU NOLMANS
MANAGER KLANTENSERVICE
MAURIN GROEP, GMS GROUP



ANALYSEVOORBEELDEN

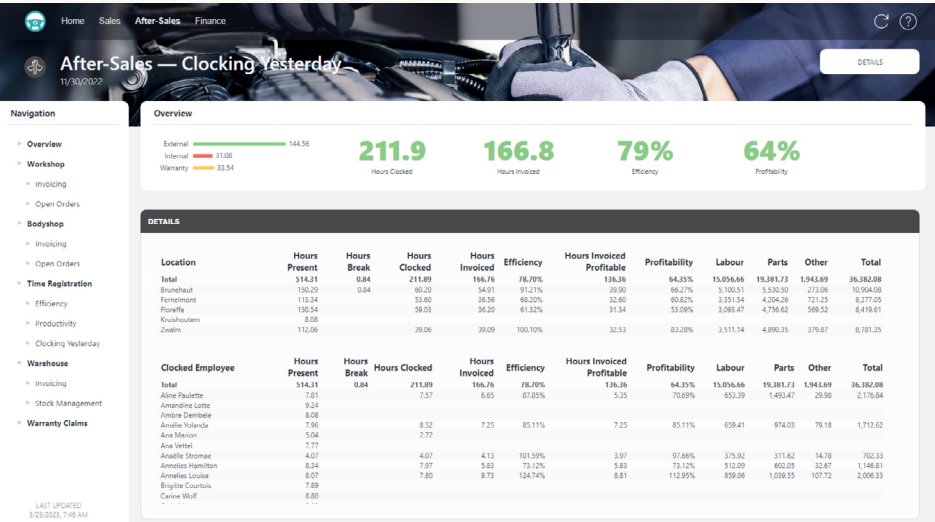
Effectieve dashboards voor autogegevens

De gegevens die jij nodig hebt in overzichtelijke dashboards.



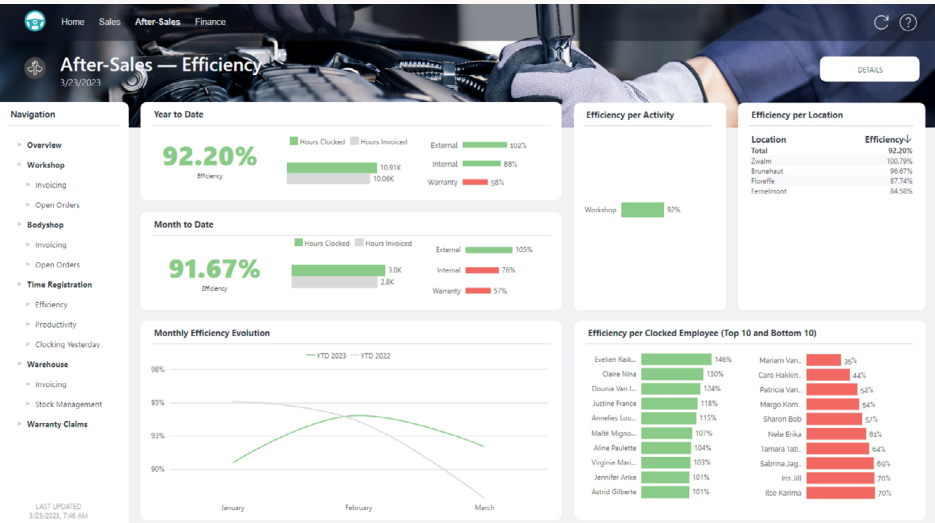
OPENSTAANDE ORDERS MET OUDERDOMSOPBOUW

Volg openstaande reparatieorders op en je ziet precies hoe lang elke order actief is. Evalueer hoe de vertraging van orders en facturatie je totale kasstroom kan beïnvloeden.



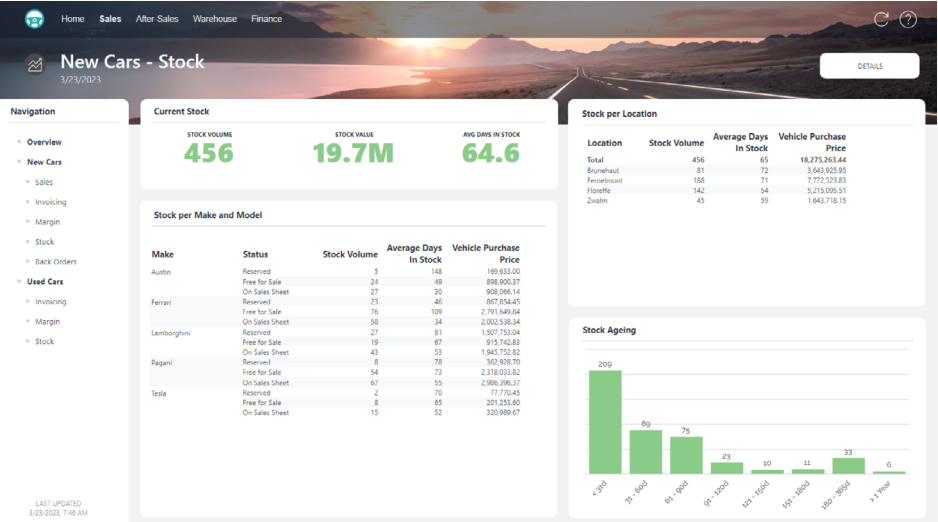
GISTEREN INGEKLOKT

Je krijgt een overzicht van de uren die je techniekers de dag ervoor hebben geklokt. Ga dieper in op de details zodat techniekers hun maximale productiviteit halen, receptionisten correct factureren en je klantenservice voldoende personeel heeft om aan de vraag te voldoen.



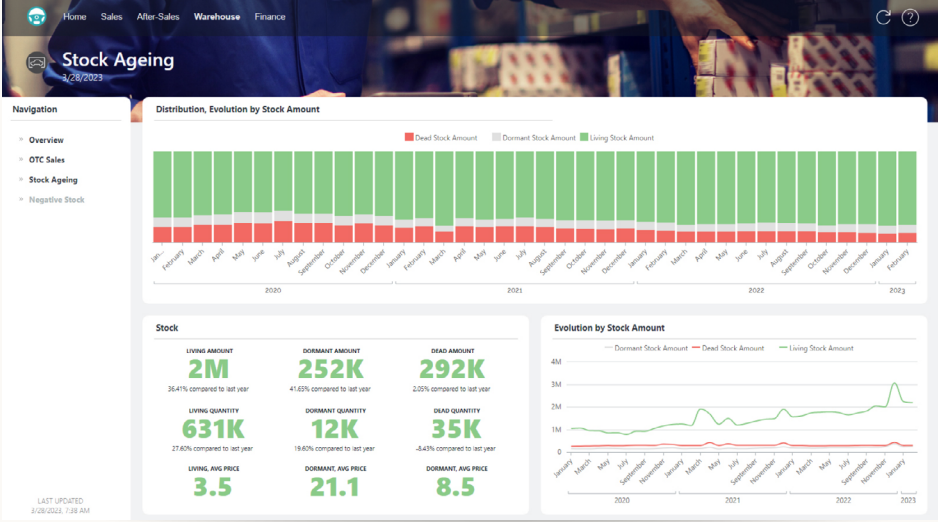
EFFICIËNTE FACTURATIE

Meet de productiviteit van het serviceteam door de aangerekende uren te vergelijken met de gefactureerde uren. Beoordeel de efficiëntie per type factuur om te zien of de orders gekoppeld zijn aan interne, externe facturen of facturen gebaseerd op garanties.



VOORRAAD

Krijg onmiddellijk inzicht in de voorraadstatus per merk en model. Bekijk precies hoeveel exemplaren er in voorraad zijn en wat hun actuele status, boekwaarde en verkoopprijs is.



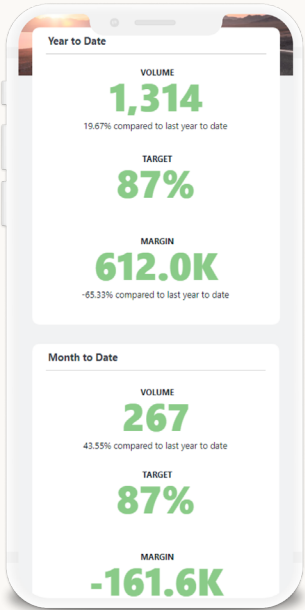
ONDERDELENVOORRAAD

Bied je klantenservice volledige toegang tot de prestaties van afzonderlijke onderdelen. Meet de omloopsnelheid van je voorraad doorheen de tijd en het eindsaldo van wat er op voorraad is.



VORDERINGEN PER KLANT

Analyseer je klanten snel op basis van hun actuele vorderingensaldo en zie welke verkoper verantwoordelijk is voor welke klant. Deze analyse is een fantastisch hulpmiddel om het actuele saldo van elke klant te bekijken en te bepalen of er extra krediet beschikbaar is.



MOBIEEL OVERZICHT

Krijg toegang tot krachtige rapporten en dashboards, gewoon in je hand. Gebruik de mobiele functies van TARGIT om gegevens te analyseren, altijd en overal en vanaf elk apparaat.

TARGIT's alles-in-één oplossing voor dealers

TARGIT's end-to-end platform voor business intelligence (BI) bevat vooraf gebouwde dashboards en rapporten per afdeling en ondersteunt de meest gebruikte Dealer Management systemen (DMS) in de markt. TARGIT's out-of-the-box functie ondersteunt de integratie van vele platformen en systemen waarmee dealers hun activiteiten beheren, waaronder:























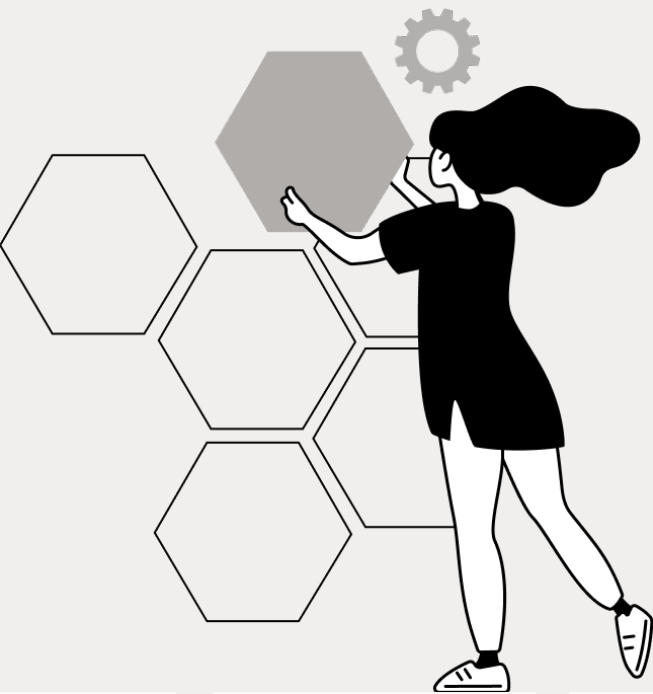












































Bespaar tijd, geld en middelen

Met TARGIT ga je al binnen enkele dagen, geen weken dus, met je dealership aan de slag. Dit terwijl je de eindgebruikers ondersteunt met relevante out-of-the-box rapporten en dashboards die geïnformeerde besluitvorming mogelijk maken.

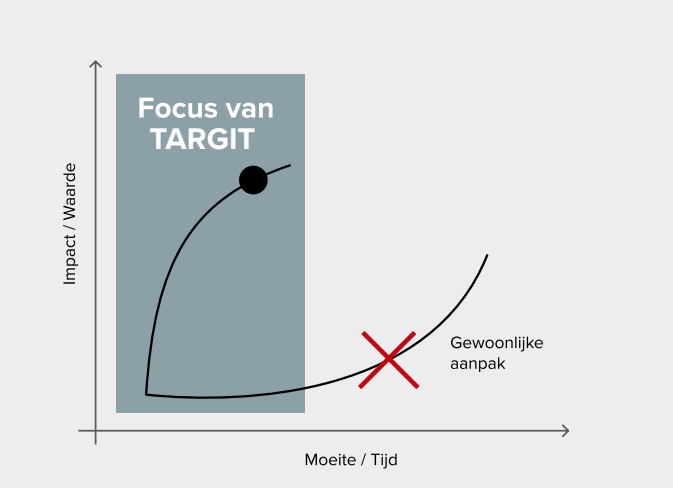


Fig. 1 TARGIT focust zich op de kernwaarden van de sector

Kies voor een vooraf geconfigureerde BI-oplossing

Maak gebruik van de oplossing voor rapportering en dashboarding die speciaal voor jouw dealership is gemaakt. De TARGIT accelerator voor de autosector biedt alles wat je nodig hebt om je activiteiten te beheren en onmiddellijk waarde uit je gegevens te halen, inclusief vooraf gebouwde dashboards en rapporten per afdeling en een naadloze integratie met jouw DMS.

Versnel je waarde

Bereik onmiddellijk rendement op je BI-investering. Met onze gespecialiseerde oplossing voor de autosector kan je in een paar dagen aan de slag en ben je er meteen ook zeker van dat je nieuwe oplossing je onderneming en je eindgebruikers ondersteunt met relevante rapporten en een intuïtieve interface.

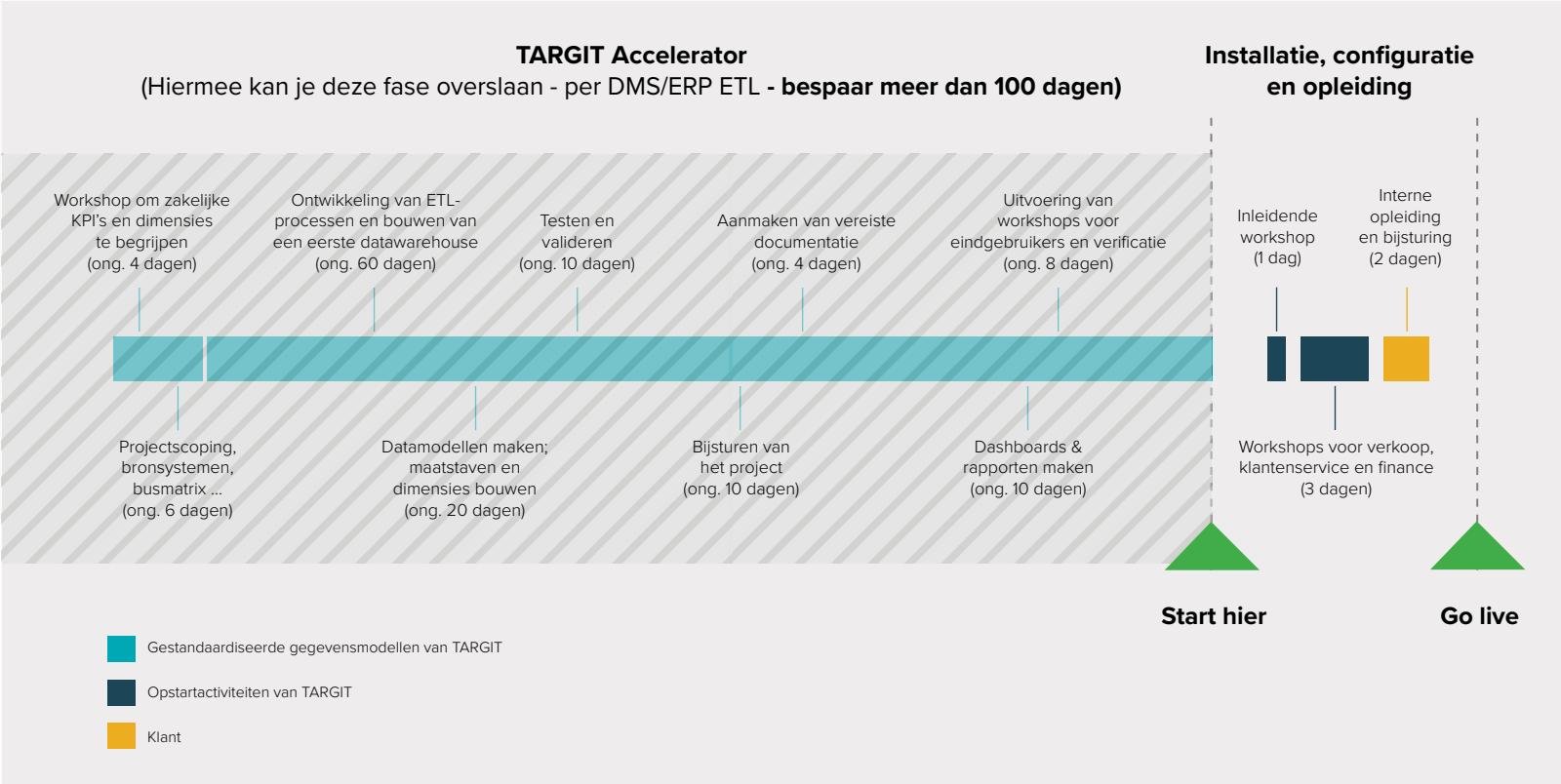


Fig. 2 Implementatie tijdlijn - Hoe de kernwaarden van TARGIT in de autosector je helpen tijd, geld en middelen besparen.

'Met de vooraf gedefinieerde rapporten zie je duidelijk hoe goed ze autodealers begrijpen.'

- ANTHONY DELCOR
MANAGER KLANTENSERVICE GROUP



BETERE BESLISSINGEN

Klaar om te zien wat een business analytics-oplossing voor autodealers jou kan opleveren?

Houd bedrijfskritische KPI's bij en ontdek verborgen groeikansen met de BI-oplossing die wij aan autodealers bieden. De alles-in-één-oplossing van TARGIT zorgt voor een platform met krachtige BI- en analysecapaciteiten dat jouw onderneming kan implementeren in een paar weken, niet maanden dus, met:

- Een complete backend BI-infrastructuur speciaal ontworpen voor autodealers
- Directe verbinding met dealer management systemen (DMS) en alle andere gegevensbronnen
- Geautomatiseerde rapportage en mogelijkheden om gegevens te delen
- Interactieve, uitgebreide dashboards voor verkoop, klantenservice, voorraad, financiën en meer.

Krijg in één klik een volledig beeld van je inkomsten, evoluties, kosten en nog veel meer, met dashboards voor verkoop, klantenservice, finance, ouderdomsopbouw en meer.

VRAAG NU EEN DEMO AAN

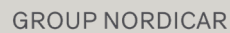
'Beter inzicht in je bedrijf, je klanten en je potentieel is gemakkelijker te vinden dan je denkt.'

In de snel evoluerende markt van vandaag houden oude gewoonten al eens vooruitgang tegen.

Het digitale landschap spoort dealers aan om strategischer om te gaan met gegevens en zo meer inzicht te krijgen in hun sector, hun klanten en hun prestaties.

Laat je niet afremmen door angst voor nieuwe technologieën of processen. Kies voor een oplossing met BI en analytics die je eenvoudig inzicht biedt met een naadloze gegevensstroom, zonder dat je daarvoor afhankelijk bent van je IT-afdeling.

TEVREDEN KLANTEN ZIJN ONDER ANDERE:



TARGIT | AUTOMOTIVE

Bij TARGIT helpen we onze klanten data-driven beslissingen te nemen aan de hand van oplossingen die hun unieke doelstellingen en hun dagelijkse processen ondersteunen.

Als experts in zowel de BI- als de autosector kennen onze teamleden je onderneming en spreken ze jouw taal.

Onze oplossing sluit naadloos aan bij je activiteiten en past zich voortdurend aan je behoeften aan, zodat iedereen in je dealership geïnformeerde beslissingen kan nemen om je bedrijf vooruit te helpen.

VRAAG NU EEN DEMO AAN

NEEM CONTACT MET ONS OP
+32 (15) 650 355 • info@targit.com • www.targit.com