



GEBRUIKSTRATEGIEËN: 5 TYPEN AUTOWASSERS ➤



CONSUMENT CENTRAAL
IN HET AUTOWASBEDRIJF



Wilt u online en in uw autowasbedrijf het verschil maken?
Lees op de volgende bladzijden welke klanttypen er zijn en hoe u hen verleidt hun auto bij u te wassen.



Benieuwd naar de verschillende typen tankers?
Kantel de brochure en ontdek hoe u de relatie met de verschillende tankers persoonlijker kunt maken.



AUTOWASSEN IS NODIG, MAAR GEEN NOODZAAK

Mensen wassen om verschillende redenen hun auto. De één wil de auto goed onderhouden en daar hoort regelmatig autowassen gewoon bij. De ander vindt het vooral belangrijk voor de buitenwereld, omdat het netjes staat. De trotse autobezitter wil zijn auto graag showen en vindt dat een schone auto beter tot zijn recht komt. Daarnaast zijn er autobezitters voor wie een gewassen auto een opgeruimd gevoel geeft. Het wassen van de auto kan dus zowel een functionele als een emotionele reden hebben. Kortom, autowassen is geen noodzaak, maar wel nodig: voor de auto, voor jezelf en/of voor anderen.

Weet u welke consumenten gebruik maken van uw wasvoorzieningen en wat zij van u verwachten? BOVAG helpt u graag door u inzicht te geven in het gebruik en de consumentenbeleving van autowasbedrijven. Daarom is er een kwalitatief gebruikersonderzoek gedaan, waarvoor 150 deelnemers zijn uitgenodigd om online opdrachten te maken en ervaringen te delen.

In deze brochure vindt u de belangrijkste conclusies. We laten we u vanuit consumentenperspectief naar uw eigen autowasbedrijf kijken, zodat u weet waar de grootste kansen liggen en u in de toekomst nog beter kunt inspelen op de wensen van uw klanten.

INHOUD

► Consumentenperspectief: zelf wassen of laten doen?	4
► Hoe kiest de consument?	5
► Voor- en nadelen per wasmethode	6
► 5 typen wassers	8
► Algemene aanbevelingen	16
► Welk type wasser past bij uw bedrijf?	17
► Conclusie	21

CONSUMENTENPERSPECTIEF: ZELF WASSEN OF LATEN DOEN?

In de markt gaat het al snel over verschillende wasfaciliteiten: van full-service wasstraten en roll-overs tot wasboxen. Vanuit consumentenperspectief zijn er slechts twee methoden om de auto te wassen: zelf wassen of laten doen.

ZELF WASSEN

Zelf wassen kan zowel thuis als in een wasbox. Het is wel een kunst om dit goed te doen. Er komt meer kijken dan alleen een emmertje met een sopje. Je moet er voldoende tijd voor vrij maken, de juiste spullen in huis hebben, de juiste volgorde aanhouden en gedetailleerd en gestructureerd te werk (kunnen) gaan.

LATEN WASSEN

De auto laten wassen valt voor consumenten onder de noemer 'wasstraat'. Of het technisch gezien een roll-over of wasstraat betreft, is voor hen niet relevant. Dat ze de auto niet zelf hoeven te wassen wel; ze besteden het uit.

VERSCHIL

Belangrijk verschil tussen beide wasmethoden is de geursensatie. Consumenten vinden wasstraten over het algemeen minder prettig ruiken: "Vooral in de ochtend kan een wasstraat onfris ruiken omdat het gebruikte water niet gefilterd is." De geur van sop versterkt juist het schone gevoel. In een wasbox komt een autobezitter direct in aanraking met sop, waardoor er een positieve geurbeleving is. Geur is echter wel zeer persoonlijk. De een geeft de voorkeur aan een neutrale geur, terwijl de ander een lekker geurtje op prijs stelt. Het lijkt dus aantrekkelijk om consumenten de mogelijkheid te bieden zelf een geur te kiezen.

IN DE BASIS BEPALEN DRIE FACTOREN HOE AUTOBEZITTERS EEN SCHONE AUTO KRIJGEN:

- ➔ hoe de auto wordt gewassen;
- ➔ wat men bereid is te investeren;
- ➔ wat het gewenste resultaat is.

“Ik ken een wasstraat waarbij het vroeg in de ochtend stinkt naar riool. Deze ondernemer neemt zijn bedrijf én mij niet serieus.”

Moirana



HOE Kiest DE CONSUMENT?

Bij het kiezen van een wasmethode spelen meerdere afwegingen een rol:

KOSTEN:

- ➔ Hoeveel ben ik bereid per keer te betalen?
- ➔ Wat wil ik investeren in goede producten?

TIJD EN MOEITE:

- ➔ Hoeveel tijd kost het mij?
- ➔ Heb ik zin in al dat gedoe?

GEWENSTE RESULTAAT:

- ➔ Moet de auto blinken zoals in een showroom?
- ➔ Of is 'acceptabel' ook goed?

LOCATIE:

- ➔ Wat is er in de buurt?
- ➔ Ben ik bereid om te rijden?
- ➔ Mag ik in de straat de auto wassen?

ERVARINGEN:

- ➔ Wat zijn mijn eigen ervaringen?
- ➔ Wat heb ik van anderen gehoord?
- ➔ Schoon? Krasvrij?

“Bij ‘lekker de auto wassen’ ligt het aan het moment of dat ontspannen thuis gedaan wordt met een muziekje erbij of even naar de duurdere maar ook veel snellere wasstraat, waardoor ik tijd over heb om andere leuke dingen te doen ... keuzes, tijd, kosten, etc.”

Martin

KEUZES

VOOR- EN NADELEN PER WASMETHODE

Consumenten ervaren verschillende voor- en nadelen bij de diverse wasmethoden. Het gaat hierbij niet om de waarheid, maar om de perceptie van de consument.

THUIS WASSEN

- Voordelen:**

 - ⊕ Je hebt zelf in de hand hoe schoon de auto wordt;
 - ⊕ De mogelijkheid om eigen (goede) producten gebruiken;
 - ⊕ Geen krassen;
 - ⊕ Het is leuk (samen/buiten/zomer);
 - ⊕ Het waterverbruik is lager dan in een wasbox of -straat (2 emmer-systeem);
 - ⊕ Je weet zeker dat je schoon water gebruikt;
 - ⊕ Het is goedkoop (alleen wat sop en water).
- Nadelen:**

 - ⊖ Het is tijdrovend;
 - ⊖ De wasser wordt vies/nat;
 - ⊖ Je bent weersafhankelijk;
 - ⊖ Het kan kostbaar zijn (prijzige wasproducten);
 - ⊖ De onderkant van de auto is lastig of wordt overgeslagen;
 - ⊖ Wassen mag niet overal (verbod gemeente);
 - ⊖ Je moet het plannen (je moet producten in huis hebben);
 - ⊖ Waterverspilling;
 - ⊖ De slang tikt tegen de auto (kans op schade).

“ Je hebt meer controle over het was-proces. Je kunt veel aandacht besteden aan erg vieze plekken en minder aandacht aan redelijk schone delen. Ook is het beter voor de lichaamsbeweging.”

René

WASSTRAAT

- Voordelen:**

 - ⊕ De auto wordt goed schoon, (constante) kwaliteit;
 - ⊕ Gemak (geen gedoe);
 - ⊕ De onderkant wordt meegenomen;
 - ⊕ Het is betaalbaar, voordeeluren (happy hour);
 - ⊕ Je bespaart tijd (het wassen gaat sneller);
 - ⊕ Het is duurzaam (water recycle, opvangen verontreiniging);
 - ⊕ Het gemak van een oplaadbare pas bij betalen;
 - ⊕ De auto krijgt meteen een waxlaag.
- Nadelen:**

 - ⊖ Het is kostbaar (en frequent wassen wordt niet altijd beloond);
 - ⊖ Grotere kans op krassen;
 - ⊖ Het voelt lui;
 - ⊖ Je moet vaak wachten (het kost meer tijd dan gepland);
 - ⊖ Het wachten is saai (vaak geen muziek of wifi);
 - ⊖ De droogtijd na het wassen is beperkt (het voelt alsof je er zo snel mogelijk weer uit moet);
 - ⊖ Er liggen vaak vieze poetsdoeken om na te drogen;
 - ⊖ Het personeel kan ongeïnteresseerd overkomen (geen interesse in werk en/of klant).

“ Ik ga lekker naar de wasstraat. Bakje thee, boekje en na 15 minuten rij ik met mijn glim-mende schone auto naar huis.”

Louise

WASBOX

- Voordelen:**
- ⊕ Het is leuk om te doen (uitje met gezin);
 - ⊕ Wassen in je eigen tempo;
 - ⊕ De auto wordt goed schoon;
 - ⊕ Je bent actief;
 - ⊕ In weinig tijd is veel mogelijk;
 - ⊕ Je bepaalt je eigen wasprogramma.

- Nadelen:**
- ⊖ Het is kostbaar;
 - ⊖ Je hebt muntjes nodig (gedoe);
 - ⊖ Er zijn vaak lange wachttijden (anderen werken ook op eigen tempo);
 - ⊖ Een nat pak voor de wasser(s);
 - ⊖ De druk van het water is niet in te stellen.

ROLL-OVER

- Voordelen:**
- ⊕ Het is rustgevend (muziek luisteren, even wachten, wassen uitbesteden);
 - ⊕ Kinderen vinden het vaak leuk;
 - ⊕ De combinatie met tanken, stofzuigen en matten kloppen is handig / efficiënt;
 - ⊕ Je weet zeker dat de auto (voldoende) schoon is.
- Nadelen:**
- ⊖ Bij drogen is er kans op strepen, zeker bij waxprogramma en voorruit;
 - ⊖ Kans op krassen;
 - ⊖ Er is vaak geen muziek of wifi tijdens het wachten;
 - ⊖ Het inrijden kan soms krap aanvoelen, sensoren niet altijd duidelijk (rood stoplicht);
 - ⊖ Het wachten op de auto is niet comfortabel ('sta je daar buiten in de regen te wachten').

“ Ik heb zelf een wagen van nog geen jaar oud met een speciale waxlaag. Dus is het goedkoopste programma goed genoeg. De wagen glimt weer als nieuw en het gaat lekker snel.”

Jeffrey



5 TYPEN WASSERS

Eerder werd al vastgesteld dat een schone auto om verschillende redenen nodig is. De ene wasser is echter de andere niet. Waar de een autowassen vooral ziet als een stuk ontspanning, is het voor de ander meer een noodzakelijk kwaad. Uit BOVAG- onderzoek blijkt dat er grofweg vijf typen wassers bestaan. Door deze verschillende typen in kaart te brengen, krijgt u inzicht in het gedrag van de consument, zijn motivatie voor het wassen van de auto en welke wasmethode daar het best bij past. Ook zetten we de kansen op een rij om specifiek in te spelen op de wensen van een bepaald type wasser.

ER ZIJN TWEE TEGENSTELLINGEN NEERGEZET OM DE VERSCHILLENDE TYPEN WASSERS TE KADEREN:

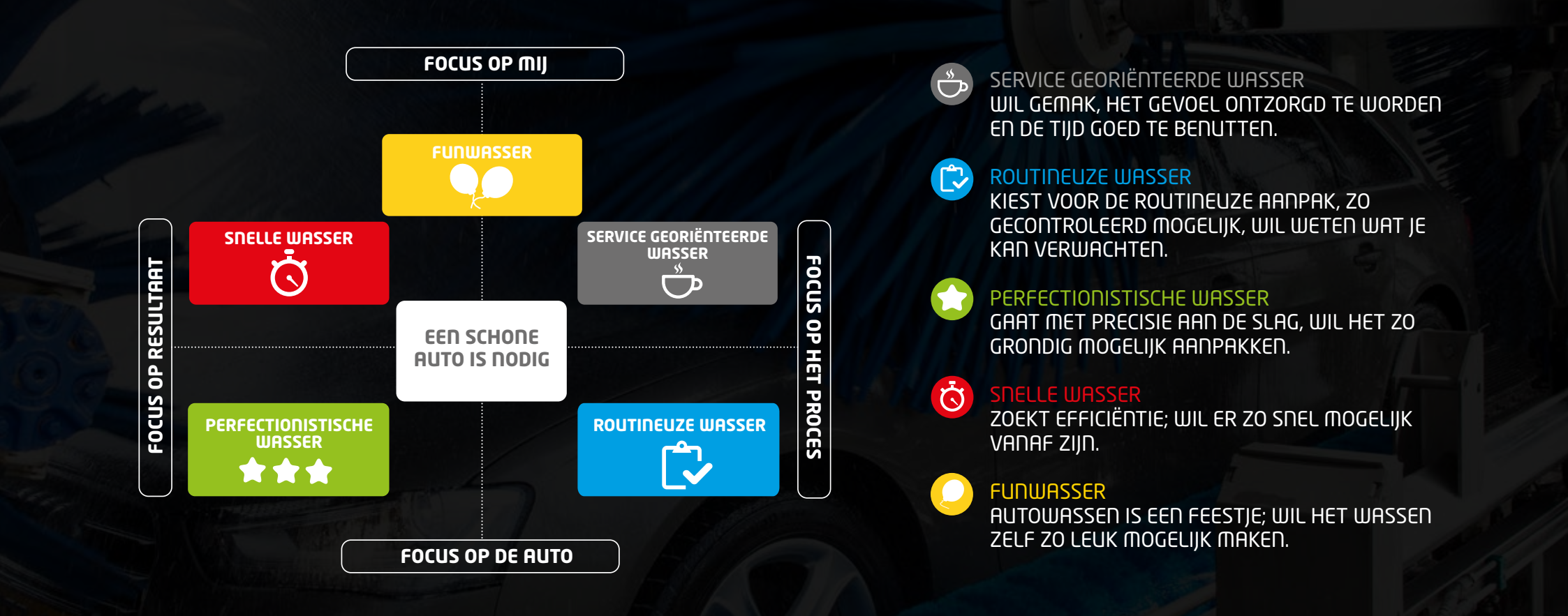
- ➡ Gaat het tijdens het wassen om de consument (hoe die het wassen ervaart) of om de auto (de consument is ondergeschikt)?
- ➡ Gaat het om het resultaat (hoe schoon de auto is en of dit voldoet aan de gestelde eisen) of gaat het om het proces (hoe de consument het ervaart)?

IN HET SCHEMA HIERNAAST KOMEN DE VOLGENDE TYPEN WASSERS NAAR VOREN:

- 1 **Service georiënteerde wasser**
Wil gemak, het gevoel ontzorgd te worden en de tijd goed te benutten.
- 2 **Routineuze wasser**
Kiest voor de routineuze aanpak, zo gecontroleerd mogelijk, wil weten wat je kan verwachten.
- 3 **Perfectionistische wasser**
Gaat met precisie aan de slag, wil het zo grondig mogelijk aanpakken.
- 4 **Snelle wasser**
Zoekt efficiëntie; wil er zo snel mogelijk vanaf zijn.
- 5 **Funwasser**
Autowassen is een feestje; wil het wassen zelf zo leuk mogelijk maken.

De verschillende typen wassers (gebruikstrategieën) zijn niet 1-op-1 te vertalen naar de verschillende wasmethoden. Per type wasser geven we wel aan welke wasmethode er het best bij past.

5 TYPEN



- SERVICE GEORIËNTEERDE WASSER**
WIL GEMAK, HET GEVOEL ONTZORGD TE WORDEN EN DE TIJD GOED TE BENUTTEN.
- ROUTINEUZE WASSER**
KIEST VOOR DE ROUTINEUZE AANPAK, ZO GECONTROLEERD MOGELIJK, WIL WETEN WAT JE KAN VERWACHTEN.
- PERFECTIONISTISCHE WASSER**
GAAT MET PRECISIE AAN DE SLAG, WIL HET ZO GRONDIG MOGELIJK AANPAKKEN.
- SNELLE WASSER**
ZOEKT EFFICIËNTIE; WIL ER ZO SNEL MOGELIJK VANAF ZIJN.
- FUNWASSER**
AUTOWASSEN IS EEN FEESTJE; WIL HET WASSEN ZELF ZO LEUK MOGELIJK MAKEN.



DE SERVICE GEORIENTEERDE WASSER

... is druk met werk, gezin en het sociale netwerk. Heeft een bovenmodaal inkomen en hoeft niet te besparen op het wassen van de auto. Vindt dat de auto er gewoon netjes moet uitzien en pakt dit bij voorkeur efficiënt aan. Maakt graag van de nood een deugd door het te combineren met iets anders. Kan prima zelf de auto wassen, maar als iemand anders het kan doen, is dat natuurlijk heel fijn.

“Je mag het jezelf soms best even makkelijk maken, dan heb ik weer even tijd voor wat anders.”

ANNEKE



BEHOEFTE

- Wil autowassen combineren met iets anders (van een nood een deugd maken).
- Zoekt een bepaalde mate van efficiëntie (de taak uitbesteden zodat hij/zij iets anders kan doen).
- Heeft behoefte aan ontzorgen (vindt dat je het jezelf best gemakkelijk mag maken).

GEDRAG

- Houdt rekening met het feit dat het gedaan moet worden.
- Stelt het soms uit (omdat het niet leuk is).
- Voelt autowassen als een verplichting.

MATCH WASMETHODE

- De (full-service) wasstraat sluit hier perfect op aan; de wasser heeft letterlijk tijd voor andere zaken; (koffie drinken, werken, shoppen) terwijl de auto gewassen wordt.
- Een ander je auto laten wassen valt hier ook onder.

KANSEN EN AANBEVELINGEN

1. Zorg voor kwaliteit in een wachtruimte. Denk bijvoorbeeld aan goede koffie met iets lekkers erbij.
2. Combineer autowassen met persoonlijke/ verzorgende diensten, zoals een massage of kapper onder het motto “Verwennerij voor de auto én voor mij”.
3. Bied entertainment tijdens het wachten in de auto (zoals bijvoorbeeld wifi).
4. Een wasstraat in de buurt van een winkelcentrum is een aanrader of bied een haal- en brengservice aan.



... houdt van duidelijkheid en structuur. Is niet hoog opgeleid, maar heeft wel een sterk arbeidsethos. Is betrokken, actief en vult zijn dagen met (vrijwilligers) werk. Gaat graag naar de lokale “carwash” omdat deze dichtbij is. Bovendien steunt hij daarmee de lokale ondernemer. Al vindt hij wel dat ondernemers het soms ingewikkelder maken dan nodig is.

“Sinds afgelopen maand heb ik een wasabonnement; dan krijg je de 5e keer gratis. Fijn dat ze je als klant waarderen en dat laten zien met korting. De volgende wasbeurt staat al in mijn agenda.”

HENK



BEHOEFTE

- Wil duidelijkheid en voorspelbaarheid; geen verrassingen.
- Wil gemakkelijk binnen kunnen rijden.
- Heeft behoefte aan toelichting wat hij/zij kan verwachten.

GEDRAG

- Handelt uit routine; de wasbeurt komt voort uit eerdere ervaringen, men weet wat werkt voor zichzelf (en de auto).
- Heeft de voorkeur voor eenzelfde waslocatie; bekend hoe het werkt, zekerheid op resultaat.

MATCH WASMETHODE

- De wasstraat en de roll-over passen bij dit type gebruiker, omdat het door de keuze voor een specifiek wasprogramma voor de consument (vaak) duidelijk is wat hij kan verwachten.
- Thuis wassen en de wasbox sluiten eveneens goed aan, omdat men zelf kan bepalen hoe schoon de auto moet zijn (afweging moeite- resultaat).

KANSEN EN AANBEVELINGEN

1. Zorg voor een duidelijke(re) uitleg van het wasprogramma; geef aan wat men kan verwachten.
2. Bied een klantprogramma aan, daarmee toon je waardering richting klanten.



DE ROUTINEUZE WASSER

DE PERFECTIONISTISCHE WASSER

... heeft een goede baan en is in het weekend te vinden op de sportvelden. Is trots op zijn auto en wast zijn auto dan ook regelmatig: 1 of 2 keer per maand. Wast de auto het liefst zelf, want dan weet hij of zij zeker dat het goed gebeurt. Bovendien is de perfectionistische wasser bang voor krassen. Hij vindt het daarom belangrijk dat hij alles zelf in de hand heeft, van de producten tot de tijd die hij er aan besteedt. Bij slecht weer kijkt dit type wasser uit naar een wasbox.

“ Ik was mijn auto het liefst thuis, want in een wasbox word ik altijd een beetje onrustig door mensen die daar staan te wachten of als ik iemand zie die maar wat doet. ”

ERIK



BEHOEFTE

- Streeft naar 'echt schoon' (zo grondig mogelijk schoon maken).
- Wil liefde voor de auto uiten.
- De auto moet net zo mooi zijn als in de showroom (trots).

GEDRAG

- Gaat gedetailleerd aan de slag; de lat ligt hoog.
- Pakt het planmatig aan, wil de juiste materialen voorhanden hebben.
- Kiest voor het uitgebreide programma bij een wasstraat; het doel is perfect schoon, niet het ontzorgen.
- Vindt een (te) zonnige dag geen goede auto-wasdag, omdat het schuim dan indroogt.

MATCH WASMETHODE

- Zelf wassen past bij dit type wasser (thuis of in een wasbox) vanwege tijd, ruimte en de juiste producten.
- Een wasbox geniet soms de voorkeur vanwege de faciliteiten/materialen (als het thuis niet kan of niet aanwezig is).
- Daarnaast maakt dit type wasser ook gebruik van de wasstraat ("wast beter dan ik").

KANSEN EN AANBEVELINGEN

1. Verkoop kwalitatief goede (duurzame) producten en materialen aan zelfwassers.
2. Geef actief advies over het gebruik daarvan en/of verzorg demo's of workshops.
3. Communiceer duidelijk de voordelen van een wasbox aan een thuiswasser (milieuvriendelijk, verontreiniging wordt opgeruimd en de onderkant en andere lastige plekken kunnen ook worden gedaan).



... leidt een snel leven en zit voor zijn werk veel op de weg. Heeft een huishouden met twee inkomens en geniet van het leven samen met zijn partner. Doet ook niet moeilijk over dure aankopen of de aanschaf van een leuke gadget. Rijdt in een leaseauto en heeft daarnaast nog een tweedehands auto. Vindt dat de auto er voor zijn werk goed uit moet zien. Bovendien geeft een schone auto hem een opgeruimd gevoel. Heeft geen zin of tijd om daar veel energie en tijd aan te besteden.

“ Gewoon even door de wasstraat na het tanken is prima. De auto is ook niet van mij, maar als ik naar een belangrijke klant ga moet de auto wel piekfijn in orde zijn. Het mag alleen niet teveel tijd kosten. ”

ROGIER



BEHOEFTE

- Kiest vooral voor snelheid.
- Wil het zo makkelijk mogelijk.

GEDRAG

- Beslist spontaan (bijvoorbeeld onderweg).
- Wil er zo min mogelijk tijd aan kwijt zijn.
- Heeft weinig binding met het autowasbedrijf.

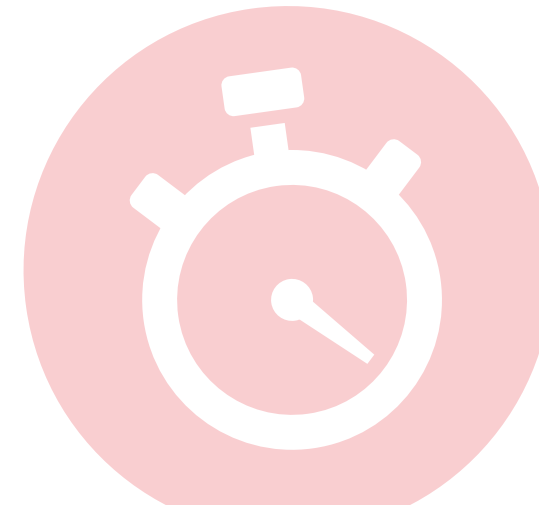
MATCH WASMETHODE

- Deze wasser kiest voor de roll-over: even snel naar binnen en weer door

DE SNELLE WASSER

KANSEN EN AANBEVELINGEN

1. Voorkom een wachtrij (en irritatie daarover) door tickets bij de ingang te verkopen i.p.v. aan de kassa.
2. Bied een mobiele wastruck aan als service bij bedrijven in de buurt.



DE FUNWASSER

... is sociaal en houdt van gezelligheid. Werkt parttime om het te combineren met de zorg voor zijn gezin. Vindt het heerlijk om met zijn familie op pad te gaan; Nederland ontdekken en dat combineren met iets actiefs ter plekke. Heeft een tweedehands auto waar hij goed voor zorgt en daar hoort autowassen ook bij. Het is voor hem wel een gebruiksmiddel. De funwasser maakt van autowassen een feestje en doet dit het liefst thuis op straat samen met zijn kinderen. Bij slecht weer gaat de auto door de wasstraat.

“Mijn kinderen vinden het geweldig om de borstels over de auto te zien gaan. Dan denk ik ook vaak terug aan de tijd dat ik dit samen met mijn vader deed.”

MICHEL →



BEHOEFTE

- Van de nood een deugd maken.
- Plezier (autowassen is het excuus voor lol maken).
- Funfactor (wassen is leuk om te doen, in de zon, met muziek, met het gezin).

GEDRAG

- Gaat bij voorkeur autowassen met mooi weer (is een pré).
- Maakt tijd vrij voor autowassen (wassen kost ook meer tijd).
- Gaat vaak samen met anderen (of door anderen).

MATCH WASMETHODE

- Zelf wassen past bij dit type wasser; voor de deur, met anderen lol maken.
- Dat kan ook in een wasbox (met 'spannende' materialen, zoals een hogedrukpuit, aan de slag).
- Een wasstraat of roll-over sluit eveneens goed aan bij de behoeften van de Funwasser (in de auto zitten en alles over je heen laten komen, de 'spanning' als je in de auto zit).

KANSEN EN AANBEVELINGEN

1. Bied entertainment voor kinderen (bijvoorbeeld een speelhoekje of speeltuin). Benadruk dat (en waarom) het leuk is om juist bij uw wasbedrijf te wassen.
2. Benadruk dat het leuk is om juist bij uw wasbedrijf te wassen en leg uit waarom.



“EEN SCHONE AUTO IS VOOR MIJ EEN AUTO DIE BLINKEND SCHOON IS! HET VOELT GOED OM IN ZO'N AUTO TE RIJDEN, IK WORD ER BLIJ VAN :-)”

SHER

ALGEMENE AANBEVELINGEN

NEEM DE ANGST VOOR KRASSEN EN SCHADE WEG:

- ✓ Stel klanten waar nodig gerust.
- ✓ Geef bijvoorbeeld uitleg over de borsteltechnologie.
- ✓ Besteed expliciete zorg aan antennes en spiegels (bevestig dit met “ze zijn goed ingeklapt hoor”).

VERWIJDER BORDEN ALS ‘WASSEN OP EIGEN RISICO’ OF ‘SCHADE IS EIGEN VERANTWOORDELIJKHEID’:

- ✓ Dergelijke borden bevestigen de angst. Als schade door krassen verzekerd is, overweeg dan de borden te verwijderen. BOVAG-leden mogen deze borden overigens sowieso niet gebruiken.

SPEEL IN OP DE BEHOEFTE AAN SERVICE/ONTZORGEN:

- ✓ Maak het wachten prettiger.
- ✓ Richt een comfortabele wachtruimte in (bank, krant).
- ✓ Verzorg goede horeca, met minimaal goede koffie (niet té luxe koffie).
- ✓ Bied gratis wifi (3G werkt vaak niet).
- ✓ Regel achtergrondmuziek (mits het mogelijk is qua akoestiek).

VOORKOM EEN VERSCHIL TUSSEN DE VERWACHTE EN DE VERKREGEN SERVICE:

- ✓ Klantvriendelijkheid is geen vaststaand gegeven; maak uw personeel attent op het belang hiervan.
- ✓ Neem de tijd voor de klant; vraag naar specifieke wensen en voorkom een ‘lopende band gevoel’, ook bij ticketverkoop in de tankshop.
- ✓ Heb oog voor details; zorg bijvoorbeeld voor voldoende, schone afdroogdoekjes.

ONDERSTEUN DE BELEVING VAN SCHOON:

- ✓ Een frisse geur geeft een schoon gevoel. Vermijd vervelende luchten en chemische (onnatuurlijke) geurversterkers.
- ✓ Zorg dat het ook ‘s ochtends fris ruikt op de waslocatie (geen geur van vies water).
- ✓ Overweeg (waar technisch mogelijk) een persoonlijke geurselectie voor sop.
- ✓ Bied ruimte en tijd om de auto te inspecteren na het wassen.

SLUIT AAN BIJ DE VERWACHTING VAN DUURZAAMHEID:

- ✓ Recycle het water en benoem dit ook naar de klant toe; laat zien dat duurzaamheid van belang is.
- ✓ Onderzoek andere duurzame opties; zonnepanelen, een groene omgeving, duurzame wasproducten, et cetera.
- ✓ Veel BOVAG-leden werken al duurzaam, benadruk dit goed richting klanten.



Natuurlijk kunt u als ondernemer niet ineens uw wasfaciliteiten ombouwen, want daar gaan flinke investeringen mee gepaard. Wél kunt u het om-draaien door te denken vanuit de klant. Welke typen wassers passen het best bij de wasmethode van uw bedrijf en welke wensen en behoeften hebben zij? Met deze kennis kunt u de communicatie en aanvullende services/producten goed afstemmen op uw doelgroep. Hieronder geven we per wasmethode weer welke typen wassers daar bij aansluiten en doen we per type aanbevelingen hoe u die consument in de toekomst nog beter van dienst kunt zijn.

1 Wasstraat

Heeft u een wasstraat? Dan passen de Service georiënteerde wasser en de Funwasser het best bij uw bedrijf. De geboden service en de mogelijkheid tot plezier sluiten goed aan op hun behoeften. Daarnaast zijn de Perfectionistische wasser en de Routineuze wasser interessant, omdat zij de auto (en het gewenste resultaat) centraal stellen. De Snelle wasser wordt pas interessant als de wachttijd minimaal is en het laten wassen weinig tijd kost.



WELK TYPE WASSER PAST BIJ UW BEDRIJF?



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE SERVICE GEORIËNTEERDE WASSER:

- ① Zorg voor een goed basiscomfort (wifi, eventueel horeca et cetera). Voorkom een verschil tussen verwachte en verkregen service.
- ② Bied extra comfort door niet alleen goed voor de auto, maar ook goed voor de chauffeur te zorgen. Denk hierbij aan services als een (stoel-)massage en een kapper onder het motto ‘Een oppepper voor de auto én voor mij’.
- ③ Bied ondersteuning aan een multi-taskende klant:
 - ➔ Denk bijvoorbeeld aan een boodschappenservice;
 - ➔ Werk samen met lokale winkels (zet bijvoorbeeld een spaarsysteem op met andere winkeliers).



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE SNELLE WASSER:

- ① Geef de wachttijd aan (wachttijd vóór wassen en de benodigde tijd voor het wassen zelf).
- ② Benoem de rustigere periodes zodat uw klanten weten wanneer het ‘snel tussendoor kan’.
- ③ Zorg voor een goede wachtruimte om de wachttijd in perceptie in te korten (efficiënt de tijd benutten).



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE PERFECTIONISTISCHE WASSER EN DE ROUTINEUZE WASSER:

- ① Bied extra (gedegen) informatie bij een bezoek:
 - ➔ Geef uitleg bij het keuzemenu, vertel (bijvoorbeeld via een korte animatie) wat men kan verwachten. Veelal is het menu niet direct duidelijk.
 - ➔ Bied zekerheid op de kwaliteit van de producten en de dienstverlening (leg uit wat en hoe het schoon wordt gemaakt).
 - ➔ Zet eventueel extra in op behulpzaam en betrokken personeel.
 - ➔ Neem de tijd voor uitleg, maar ook voor het drogen achteraf.
- ② Met name de Routineuze wasser is gevoelig voor een kortingsactie en/of spaarsysteem.



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE FUNWASSER:

- ① Maak een wasbezoek aantrekkelijker met horeca, een comfortabele wachtruimte, wifi, muziek, (stoel-)massage).
- ② Bevestig dat wassen leuk is (en ondeugend in de fantasie).

2 Roll-over

Heeft u een roll-over? Focus dan op de Routineuze wasser, de Snelle wasser en de Funwasser. De Service georiënteerde wasser is minder interessant, omdat hij meer service wil dan een roll-over bij een tankstation kan bieden. De Perfectionistische wasser zal sowieso niet kiezen voor een roll-over omdat het gepercipieerde resultaat niet aansluit bij de wensen.



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE SNELLE WASSER:

- ① Speel in op de gewenste snelheid (in de beleving van de consument), door bijvoorbeeld de ticket-verkoop bij de ingang van het wasgedeelte aan te bieden. Een bezoek aan de shop is dan niet meer nodig.
- ② Overweeg de introductie van een mobiele was-truck met roll-over systeem, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen; donderdag op locatie A, vrijdag op locatie B, et cetera.



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE FUNWASSER:

- ① Maak het wachten in de auto leuker:
 - ➔ Bied bijvoorbeeld wifi aan (hoewel de focus dan verschuift naar de telefoon i.p.v. de ervaring in de roll-over);
 - ➔ Of muziek (dan wordt de aandacht weer naar de roll-over getrokken). Bied bijvoorbeeld een voorselectie aan en introduceer een carwashkaraoke-actie ter promotie van de roll-over ervaring (denk aan het programma 'carpool karaoke' als referentie).



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE ROUTINEUZE WASSER:

- ① Bied duidelijke informatie:
 - ➔ Geef uitleg bij het keuzemenu, vertel (bijvoorbeeld via een korte animatie) wat men kan verwachten. Veelal is het menu niet direct duidelijk;
 - ➔ Zet eventueel extra in op behulpzaam en betrokken personeel. Neem de tijd voor uitleg in de shop;
 - ➔ plaats duidelijke sensoren (een rood licht dat 'niet verder rijden tijdens wassen' betekent, kan in perceptie bijvoorbeeld 'iets gaat niet goed' betekenen).
- ② Bied een spaarsysteem of kortingsactie aan. Met name de Routineuze wasser komt geregeld terug bij dezelfde locatie en waardeert het om daar als vaste klant voor beloond te worden.

3 Wasbox

Heeft u een wasbox? Dan zijn de Perfectionistische wasser en de Funwasser een goede match. De Routineuze wasser is eveneens interessant door zijn behoefte aan een voorspelbaar resultaat (en hij heeft het bij de wasbox helemaal zelf in de hand). Voor de Snelle wasser is de wasbox geen optie; het wassen duurt te lang. De Service georiënteerde wasser wil het wassen juist uitbesteden, dus die zal ook niet kiezen voor een wasbox.



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE PERFECTIONISTISCHE WASSER:

- ① Bied meer tijd:
 - ➔ autowassen kost deze wasser veel tijd. Anderen hierdoor tot last zijn, voelt niet prettig. Door het vooraf reserveren van een ruimte, kan de onrust afgekocht (en ingepland) worden.
- ② Maak het (nog) makkelijker:
 - ➔ zorg voor een verstelbare hogedrukspuit zodat deze afgestemd kan worden op specifieke wasbehoeften (vogelpoep verwijderen en velgen wassen vragen om meer druk dan standaard vuil);
 - ➔ Maak vooraf betalen met pin of een tegoedkaart mogelijk (i.p.v. gedoe met muntjes tussendoor).



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE FUNWASSER:

- ① Maak de locatie (extra) kindvriendelijk, bijvoorbeeld met een speelplek voor kinderen als de interesse in autowassen over is (waardoor de ouder ongestoord verder kan met wassen);
- ② Bied muziek op de achtergrond aan (als dat mogelijk is met de akoestiek), eventueel instelbaar per wasbox.



4 Zelf wassen

Wat doet u met klanten die bij voorkeur thuis wassen? Als het gaat om de Perfectionistische wasser, dan is de wasbox een interessant alternatief voor thuis wassen. Bovendien kunnen ze getriggerd worden met handige tips en goede wasproducten. Om de Routineuze wasser te overtuigen van een andere wasmethode, zal de angst voor krassen weggenomen moeten worden. De Funwasser kiest zelf het moment en de locatie voor een andere wasmethode (bijvoorbeeld in de winter niet op straat) en is lastig te beïnvloeden. De Service georiënteerde wasser en de Snelle wasser zullen in principe niet zelf wassen vanwege gebrek aan service/tijd.



AANBEVELINGEN SPECIFIEK VOOR DE PERFECTIONISTISCHE WASSE

- ① Ondersteun de thuiswassers bij het zelf wassen:
 - ➔ bied een goed assortiment wasproducten (te koop bij wasstraat, wasbox of tankstation met roll-over). Verkoop duurzame, milieuvriendelijke en kwalitatief goede producten;
 - ➔ geef 'wastips' voor een beter resultaat.
- ② Communiceer over de voordelen van de wasbox:
 - ➔ Milieuvriendelijkheid (verontreiniging wordt opgeruimd);
 - ➔ Meenemen van de onderkant/ lastige plekken;
 - ➔ Gebruik van goede materialen (hogedrukspuit);
 - ➔ Mogelijkheid tot gebruik eigen producten.



Er zijn verschillende typen klanten die om verschillende redenen voor een bepaalde autowas-methode kiezen. De Service georiënteerde wasser en de Funwasser passen het best bij een wasstraat. Een roll-over sluit goed aan op de behoefte van de Routineuze wasser en de Snelle wasser. En de wasbox is een goede optie voor de Perfectionistische wasser en eventueel ook voor de Funwasser.

En dat niet alleen: de Perfectionistische thuiswasser is ook een potentiële klant van een wasbedrijf als het gaat om de verkoop en het advies van de betere was- en poetsmiddelen. Niet alle thuiswassers zijn voor het wassen naar het wasbedrijf te trekken, maar een grote groep wil er in potentie wel producten kopen.

Welke wasmethode u ook aanbiedt, het is belangrijk om uw (toekomstige) klant te kennen zodat u uw aanbod daarop af kunt stemmen. Hanteer de volgende stappen:

- ① **FOCUS:**
bepaal welke klant bij uw bedrijf past en richt uw pijlen daar op.
- ② **VERBETER:**
doe wat u doet goed of zelfs beter (voorkom bijvoorbeeld onfrisse luchtjes).
- ③ **VERRAS:**
stem nieuw aanbod af op uw klant (denk bijvoorbeeld aan extra service als goede koffie, wifi of hoogwaardig poetsmateriaal).

Kortom, durf kleur te kiezen voor een toekomstbestendig autowasbedrijf.



BENIEUWD NAAR DE
5 TYPEN TANKERS?
Maak kennis met ze.

.....

KANTEL
DE BROCHURE!

