

» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

Meer grip op
online sales

Hoe stuurt u op uw occasionportalbudget?



JAARCONGRES BOVAG ONAFHANKELIJKE AUTOBEDRIJVEN

» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

Waarom sta ik hier?

Dat kan een ondernemer veel beter vertellen dan ik

JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN



Waar loopt een autobedrijf tegenaan?

- Stijgende kosten
- Beperkt inzicht
- Handelen op onderbuik gevoel
- **Behoefte aan meer grip**



**MEER
GRIP**



Alle online activiteiten kosten samen veel geld

Wat leveren die uitgaven mij op? De praktijk

JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN



Meten is weten

Leadbronnen

Portaal 1

Portaal 2

Portaal 3

Portaal 4

Portaal 5

Portaal 6

Portaal 7

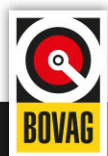
Eigen website

Google

Binnenloper

Overig

Totaal

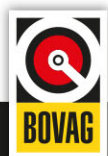


**MEER
GRIP**

Meten is weten

Leadbronnen Aantal leads Verkopen Conversie Kosten per lead Kosten per verkoop

Portaal 4	10	1	10%	€ 115,50	€ 1.155,00
-----------	----	---	-----	----------	------------



MEER
GRIP

65%

Rechtstreeks
van portalen

270

Leads tijdens
periode

5%

Is spontaan
bezoek

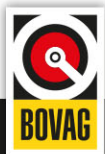
21

Verkopen uit
de website

€ 114,-

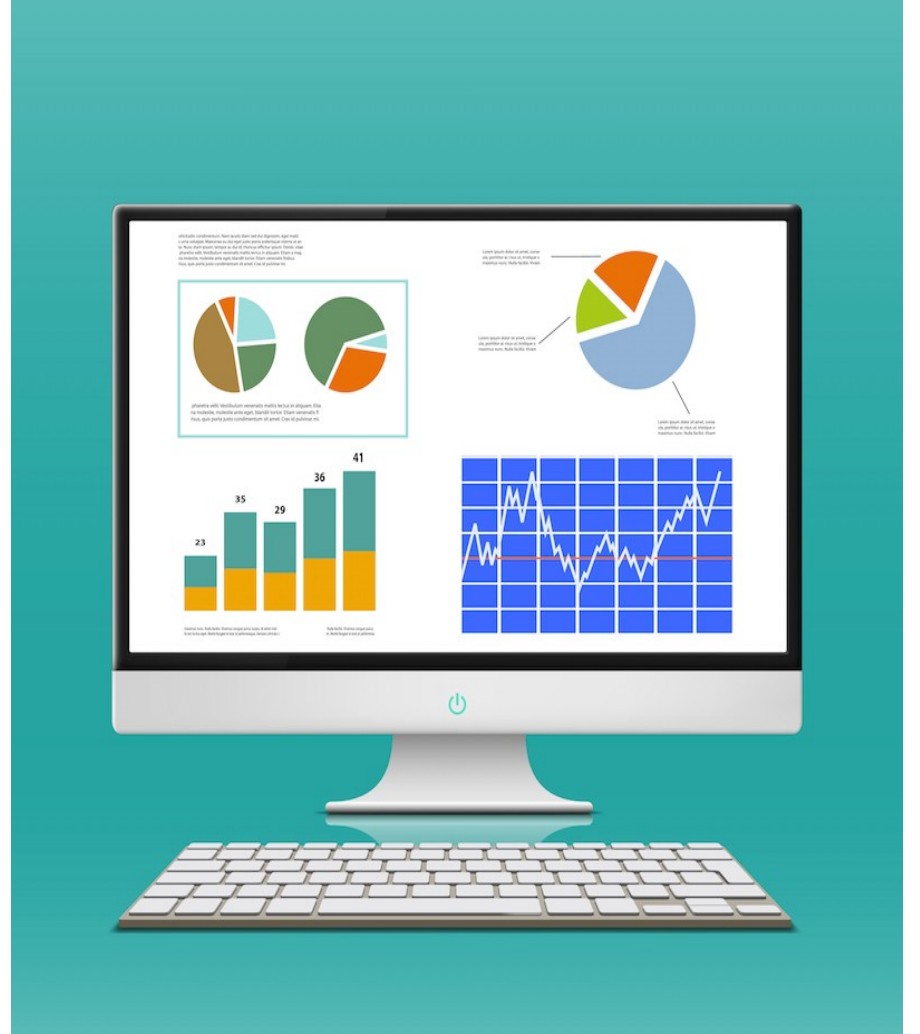
Gemiddelde online
kosten per verkoop

**MEER
GRIP**



Wat kan ik met deze data?

- ✓ Sturen op basis van cijfers
- ✓ Rendement van online uitgaven bepalen
- ✓ Kanalen met elkaar vergelijken
- ✓ Snel de belangrijkste verbeterpunten signaleren
- ✓ Meten of veranderingen succesvol zijn
- ✓ Weten of je het wel of niet goed doet



**MEER
GRIP**

Wat zegt dit over de portalen?



- ✓ Geen algemeen oordeel
- ✓ Afhankelijk van de klantreis en aanbod
- ✓ Veel leads wil niet zeggen dat je veel verkoopt
- ✓ Ook interne werkwijze evalueren

**MEER
GRIP**

Leads zijn bijna nooit slecht

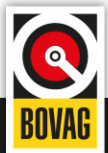
Portaal X levert altijd veel leads op, maar ik verkoop er bijna niets uit.



Ik stuur altijd een mail terug, met een antwoord op de vraag, maar hoor vaak niets meer.



Ligt het aan de leadbron, of de opvolging?



Tip:

“Als een portaal niet goed converteert, probeer dan eens een nieuwe aanpak”

**MEER
GRIP**

» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

De klantreis is de basis

**JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN**



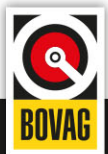
Wie is mijn klant?



Wie is mijn klant?



MEER
GRIP



De momenten van de waarheid

➤ Contactpunten

➤ Aanbod

➤ Presentatie

➤ Leadaanvraag

➤ Bezoek



**MEER
GRIP**

Hoe doe ik dat?

Mijn voorraad bestaat voornamelijk uit auto's die betrouwbaar zijn. Ik bied zelf veel zekerheden



Mijn voornaamste doelgroep is 50+ en focust op kwaliteit, boven prijs



Ik plaats mijn voorraad op portalen A, B en C, want dat valt binnen de doelgroep

Tip:
“Bepaal jouw
doelgroep en
pas daarop de
online kanalen
aan”

**MEER
GRIP**

» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

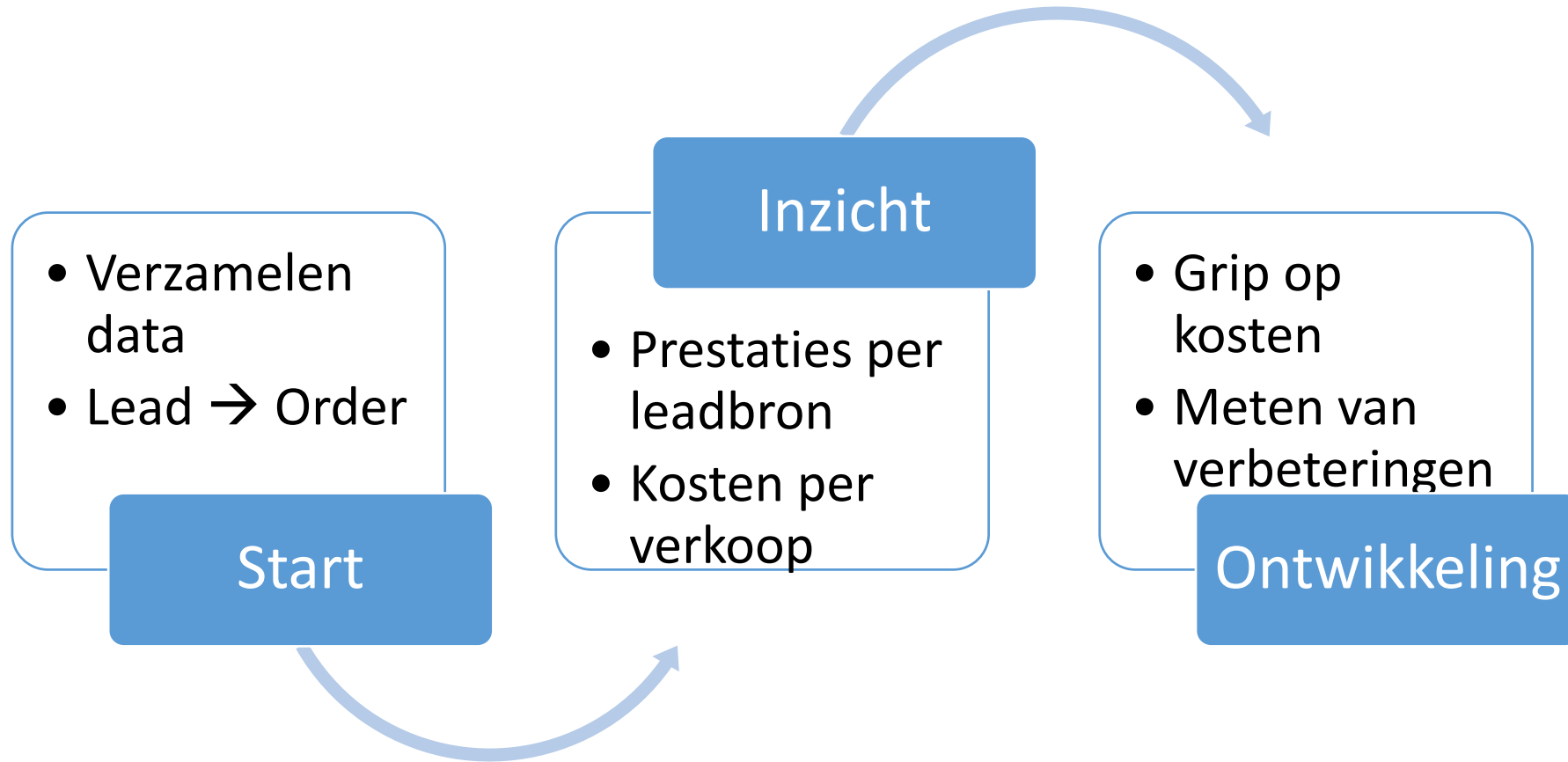
Zelf aan de slag

Leuk Gijs, maar hoe doe ik dat zelf?

**JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN**



Het hoeft niet moeilijk te zijn



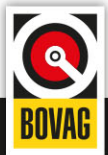
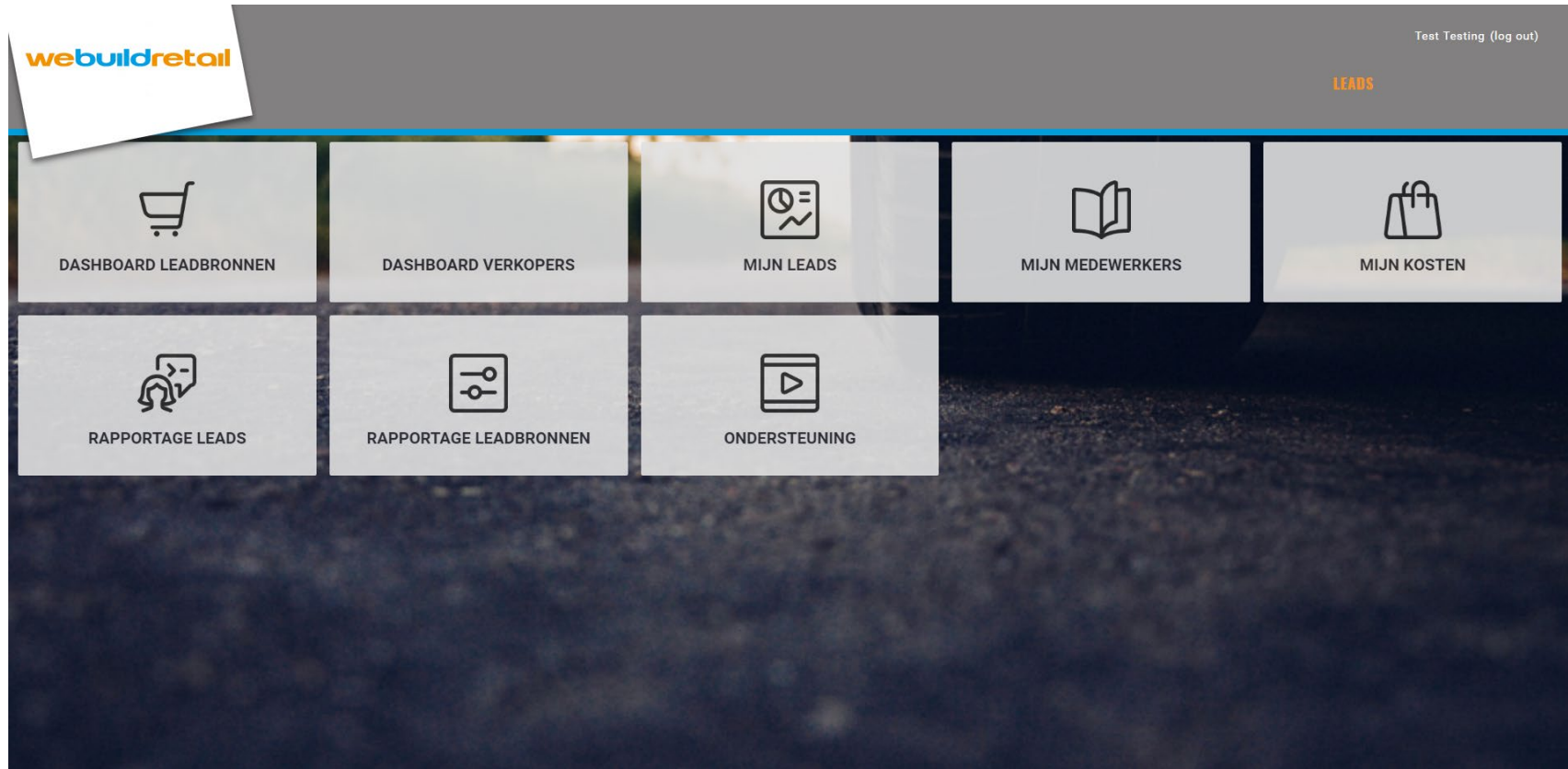
Wat heb ik nodig?

- ☐ Leadbronnen in kaart
- ☐ Leads
- ☐ Verkopen
- ☐ Kosten per kanaal
- ☐ 5 minuten per dag
- ☐ Excel of...



**MEER
GRIP**

Een tool!



**MEER
GRIP**

JAARCONGRES BOVAG ONAFHANKELIJKE AUTOBEDRIJVEN

Ik wil wel, maar...

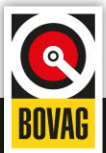
Ik ben al erg
druk

Heeft het wel
nut?

Mijn
medewerkers
niet

Dit is voor
mij te
moeilijk

“Zonder wrijving, geen glans”



**MEER
GRIP**

Maak werkafspraken

In januari zijn er volgens de meting
weinig leads binnen gekomen.



Bestudering leert dat er sinds 10
januari geen nieuwe leads in staan



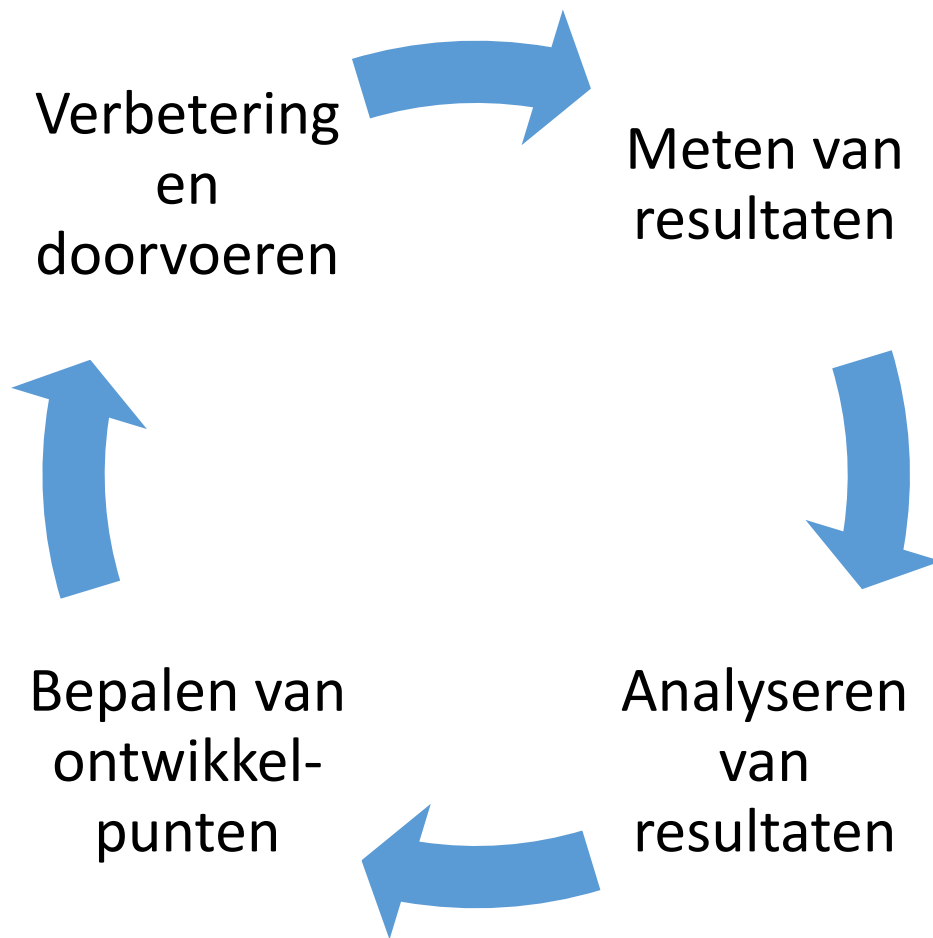
Tool blijkt niet bijgewerkt

Tip

“Zorg dat het
bijhouden van
leads in een
overzicht routine
wordt”



Continue verbeteren



**MEER
GRIP**

Betrek het team

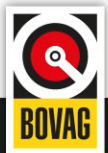
Portaal Y blijkt na meting vrijwel geen leads op te leveren



Na onderzoek met verkoper blijkt dat auto's niet worden geadverteerd



Blijkt onduidelijkheid te zijn over werkzaamheden



**MEER
GRIP**

» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

Ik wil meer leads en meer verkopen

Portalen dekken maar een deel van de klantreis af.
Ga aan de slag met de overige kritiek momenten.

**JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN**



Van kijken

1. Remarket
2. Testen me
3. Verbeteren
4. Conversie
5. Testen me



» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

Vragen?

» Wilt u
MEER
GRIP
op uw bedrijf
?

Start morgen met meten

Gebruik ons lead dashboard 2 maanden gratis. Ga naar dashboard.webuildretail.com om je aan te melden!

**JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN**



» Wilt u
**MEER
GRIP**
op uw bedrijf
?

**JAARCONGRES
BOVAG
ONAFHANKELIJKE
AUTOBEDRIJVEN**



"WeBuildRetail (WBR) is een jonge, gedreven en ambitieuze start-up die voortkomt uit Nederlands grootste opleider in de mobiliteitsbranche, Innovam. Wij richten ons op de online aanwezigheid van het autobedrijf"

 www.linkedin.com/webuildretail/
 www.facebook.com/webuildretail1/



Gijs ter Bruggen
Consultant
gijs@webuildretail.com
06 - 53 86 81 34
linkedin.com/in/gijsterbruggen