

ROSA 2015

Relatie Onderzoek Samenwerkingsformules –Autobedrijven

Colofon

In opdracht van: BOVAG

Uitvoering: W.J. Terpstra
BOVAG Afdeling Onderzoek

Copyright© 2015 BOVAG, Nederland

Samenvatting

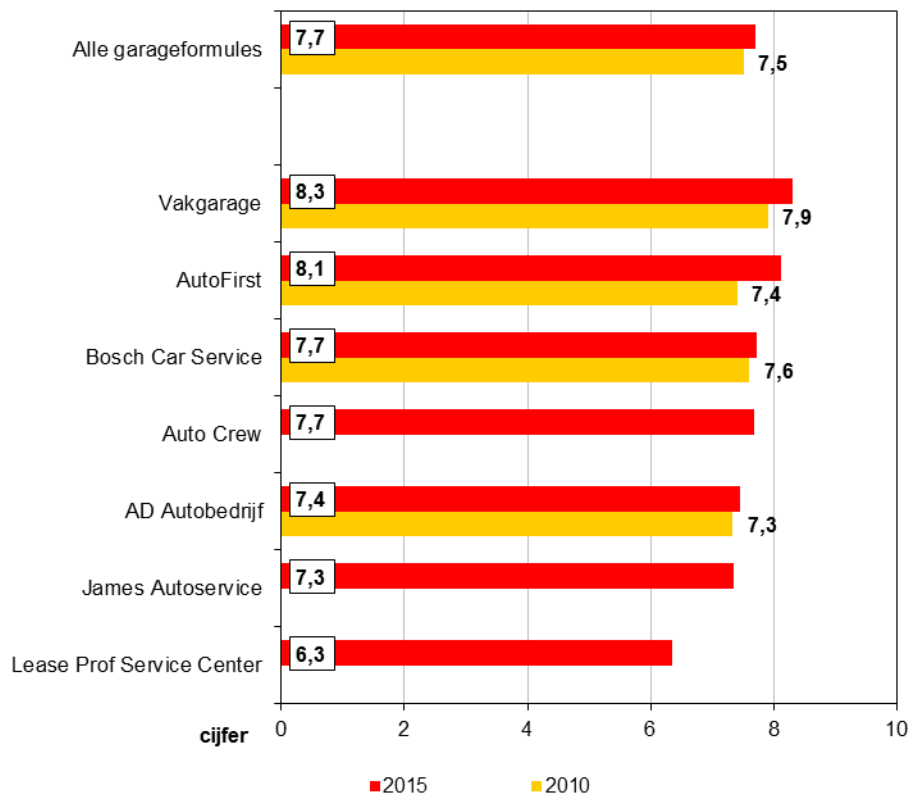
Uitgangspunten

Voor ROSA 2015 zijn 1172 leden van BOVAG, die aangesloten zijn bij een formule, per e-mail benaderd om deel te nemen aan de online enquête. In totaal hebben 397 BOVAG-leden de vragenlijst volledig ingevuld, wat overeen komt met een respons van 33,9 procent. De respons is daarmee hoger dan in 2010 (30,6%). In totaal zijn 13 garageformules beoordeeld. De respons per formule varieert tussen de 13,3 procent en 43,8 procent (zie onderstaande tabel). De resultaten van AD Autobedrijf, Auto Crew, Bosch Car Service en Vakgarage zijn representatief. De resultaten van Autofirst, James Autoservice en Lease Prof Service Center zijn indicatief. Voor de volgende zes garageformules was de respons te laag om tot indicatieve resultaten te leiden: Autoservice Totaal, CarXpert, Otopartner, Profile, Requal en Starga.

Waardering algemeen

BOVAG bedrijven waarderen hun relatie met hun garageformule gemiddeld met een 7,7 (zie onderstaande figuur). Dit is 0,2 punt hoger dan in 2010. Autofirst en Vakgarage scoren bovengemiddeld. Bosch Car Service en Auto Crew scoren gemiddeld. Autofirst maakt de grootste sprong voorwaarts. Het rapportcijfer van Autofirst stijgt van een 7,4 naar een 8,1. Wat verder opvalt is dat bij alle garageformules het gemiddelde cijfer van alle stellingen 0,8 punt lager ligt dan het algemene waarderingscijfer. Zo ligt het stellinggemiddelde voor alle garageformules samen op een 6,9 terwijl het gemiddelde algemene waarderingscijfer een 7,7 is. Dit kan betekenen dat de bedrijven niet elke stelling even zwaar laten meewegen in hun algemene oordeel of dat zij, ondanks hun kritiek op specifieke punten, over het algemeen best tevreden zijn over hun garageformule.

Algemene waarderingscijfer per garageformule



Waardering per stelling

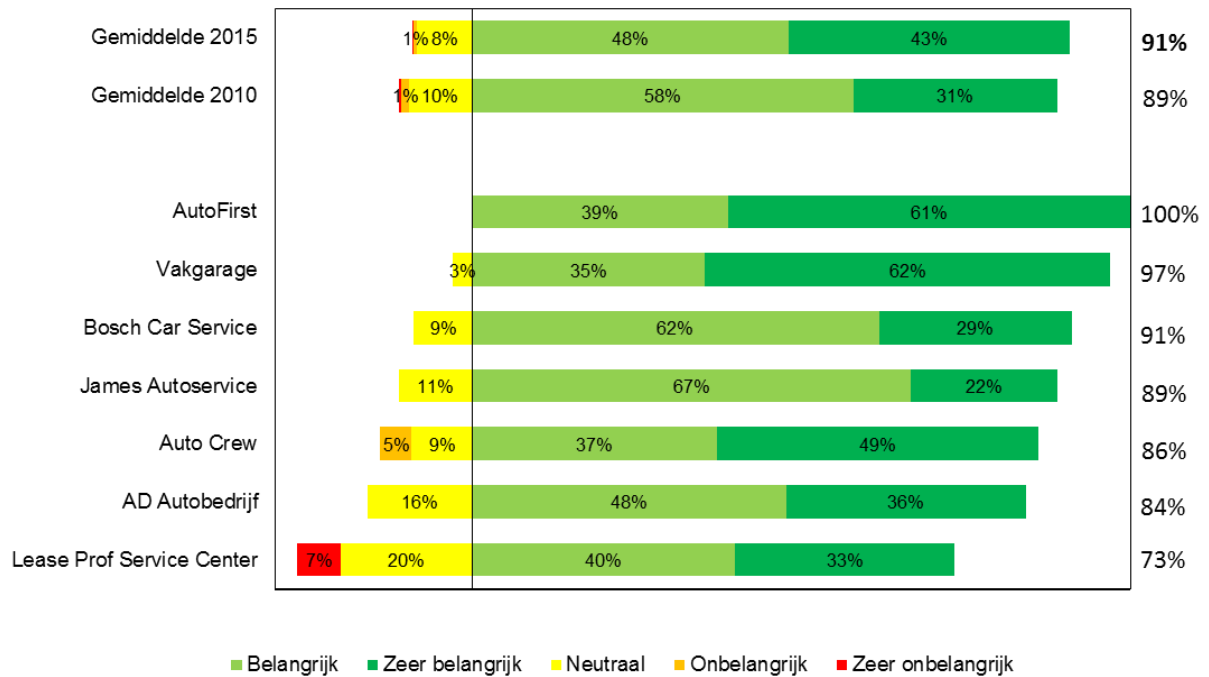
Ten opzichte van 2010 zijn de stellingen niet gewijzigd. Van de 31 onderwerpen waarover onafhankelijke autobedrijven middels stellingen hun waardering kenbaar konden maken, scoren alle 31 onderwerpen gemiddeld een voldoende (pagina 8 en 9). Formuledeelnemers zijn over het algemeen vooral tevreden over het behoud van het zelfstandige ondernemerschap (8,1), de uitstraling van de garageformule op hun pand (7,9) en over de verplichtingen en eisen die aan formuledeelnemers verbonden zijn (7,6). Het minst tevreden zijn de formuledeelnemers over de verhouding van (extra) opbrengsten en kosten die deelname aan de garageformule met zich meebrengt (6,1), de wijze van advisering en ondersteuning bij de bedrijfsvoering (6,2) en de activiteiten die de formules onderneemt voor de zakelijke-/leasemarkt (6,2).

Ten opzichte van 2010 voelen de deelnemers zich meer betrokken bij het beleid van de formules. In 2010 werd dit onderwerp met een 6,4 beoordeeld en in 2015 is dit cijfer gestegen naar een 7,0. Tevens zijn de bedrijven meer tevreden over de bijdrage aan kosten voor marketingactiviteiten, dit cijfer steeg van een 6,8 naar een 7,2. Minder tevreden zijn de bedrijven over het assortiment van marketingproducten en diensten. In 2010 scoorde dit onderwerp nog een 7,5, maar in 2015 is dit gedaald naar een 6,7. Tevens zijn de bedrijven minder tevreden over de ondersteuning op technisch gebied en de activiteiten die de formules onderneemt voor de zakelijke-/leasemarkt. Beide onderwerpen scoren een half punt lager.

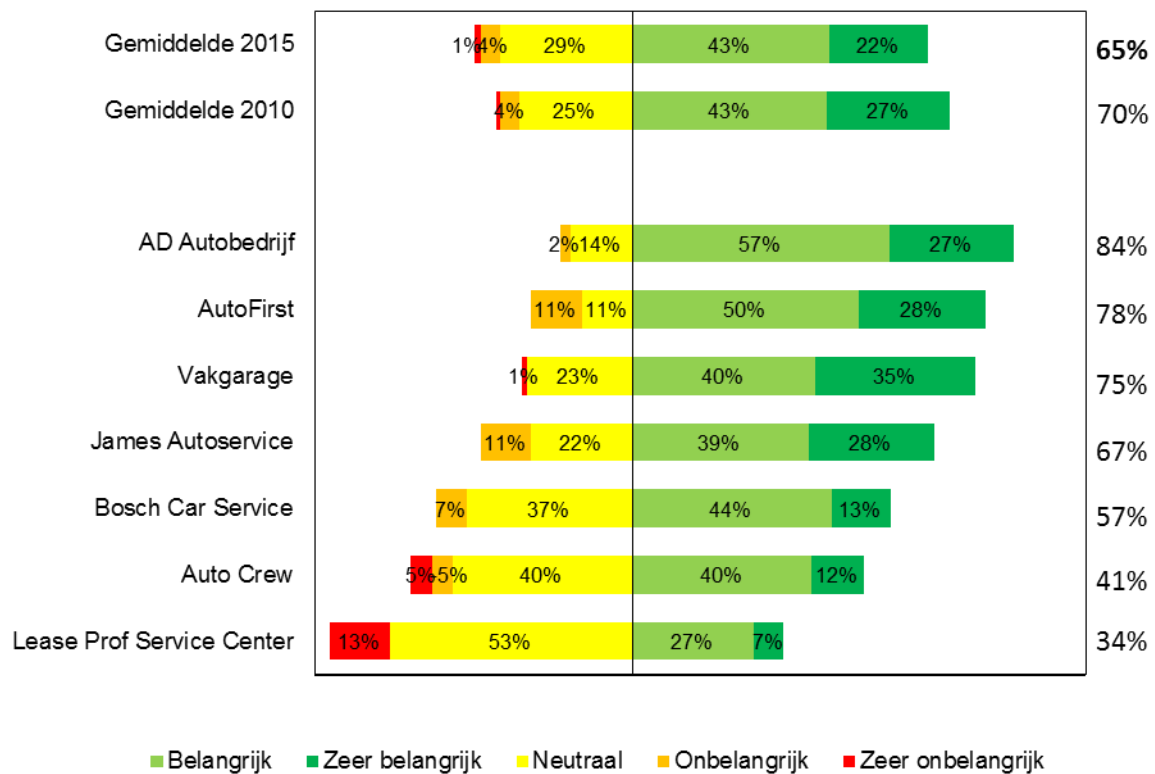
Ondersteuning

Net als in 2010 vinden de formuledeelnemers de ondersteuning op het gebied van techniek het belangrijkste (92%), 57% van de deelnemers vindt dit zelfs zeer belangrijk. Daarnaast hechten de bedrijven steeds meer belang aan de ondersteuning op het gebied van Marketing. 91% van de deelnemers vindt dit belangrijk, waarvan 43% zeer belangrijk. In 2010 vond nog 31% de marketingondersteuning zeer belangrijk. Ondersteuning op het gebied van inkoop wordt door minder formuledeelnemers als belangrijk ervaren. Zo vindt 65 procent dit (zeer)belangrijk, dit was in 2010 nog 70%. Opgemerkt moet worden dat het beleid dat de garageformules op het gebied van inkoop voeren sterk verschilt.

Hoe belangrijk vindt u ondersteuning op het gebied van marketing?

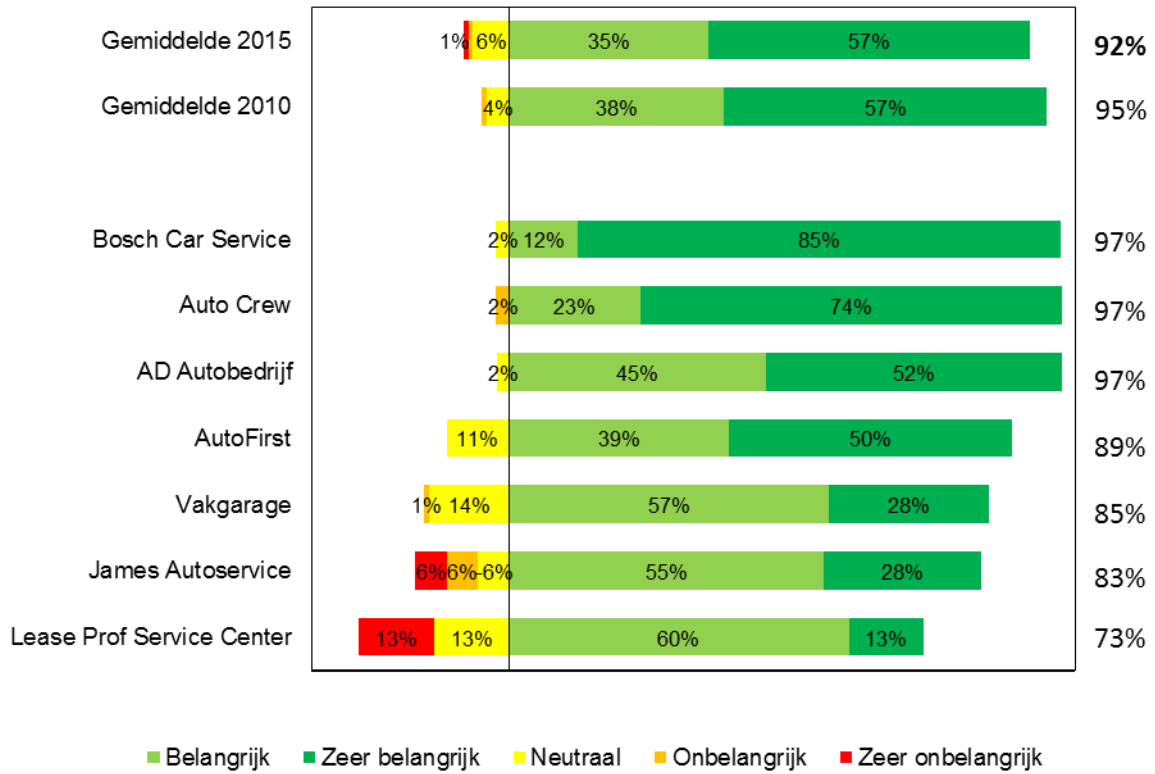


Hoe belangrijk vindt u ondersteuning op het gebied van inkoop?



*Vermelde percentages zijn de opgetelde categorieën 'belangrijk' en 'zeer belangrijk'

Hoe belangrijk vindt u ondersteuning op het gebied van techniek?



Alle garageformules

Algemeen waarderingscijfer relatie met garageformule Cijfer
7,7

De drie hoogste rapportcijfers voor alle garageformules

- Behoud zelfstandig ondernemerschap (2)	Cijfer 8,1
- Uitstraling formule-aankleding pand (17)	7,9
- Verplichtingen en eisen formuledeelname (1)	7,6

De drie laagste rapportcijfers voor alle garageformules

- Verhouding (extra) opbrengsten en kosten (28)	Cijfer 6,1
- Advies en ondersteuning bij bedrijfsvoering (31)	6,2
- Activiteiten zakelijke-/leasemarkt (9)	6,2

Meest bemoedigende ontwikkelingen ten opzichte van 2010

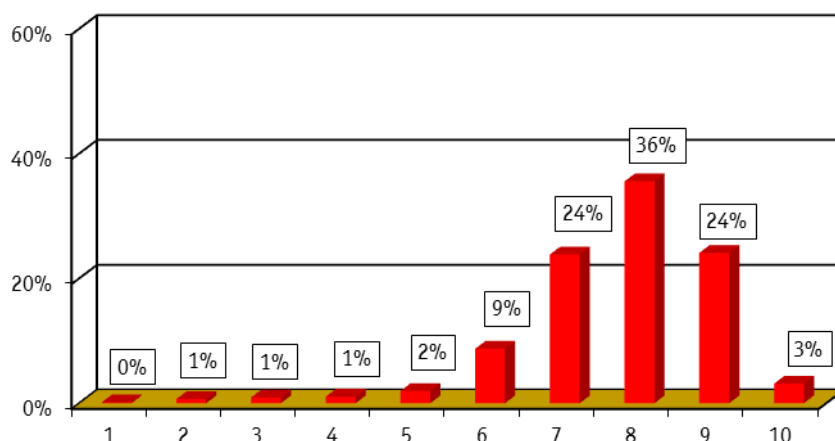
- Wijze van betrokkenheid deelnemers bij beleid (4)	Verschil in rapportcijferpunten** +0,6
- Bijdrage aan kosten marketingactiviteiten (13)	+0,4
- Beleid mbt spreiding deelnemers (rayons) (5)	+0,2

Meest verontrustende ontwikkelingen ten opzichte van 2010

- Assortiment marketingproducten en diensten (12)	Verschil in rapportcijferpunten** -0,8
- Ondersteuning op technisch gebied (23)	-0,5
- Activiteiten zakelijke-/leasemarkt (9)	-0,5

Frequentieverdeling gegeven waarderingscijfer

(Percentage respondenten dat een bepaald rapportcijfer geeft)



*Vermelde percentages zijn de opgetelde categorieën 'belangrijk' en 'zeer belangrijk'

Waarderingscijfers voor alle formules per stelling, 2010-2015

