

Persbericht

3 juni 2019

Onafhankelijk onderzoek toont ongeëvenaarde klantgerichtheid van het Nederlandse BMW & MINI dealernetwerk.

Onafhankelijk onderzoek toont ongeëvenaarde klantgerichtheid van het Nederlandse BMW & MINI dealernetwerk.

De toekomst van een premiummerk gaat over persoonlijke relaties.

Rijswijk. BMW Group investeert al decennia lang fors in haar dealerorganisatie. In Nederland vertaalt zich dit in een uitgebreid netwerk met 52 vestigingen verspreid door heel Nederland – klanten hoeven nooit meer dan 30 minuten te rijden naar een BMW dealer in hun eigen regio. Deze vestigingen vallen onder vijftien dealergroepen die op hun beurt grote investeringen doen om hun klanten optimaal te kunnen bedienen. “De toekomst is persoonlijk, daar ben ik van overtuigd”, aldus Algemeen Directeur BMW Group Nederland Stefanie Wurst. “Onze dealers zijn in staat een unieke, persoonlijke relatie met de klant op te bouwen en dáár maken wij het verschil. Dankzij dit sterke fundament in combinatie met ons brede en innovatieve portfolio én het nieuwe aanbod in het succesvolle, hogere segment zijn we in Nederland zeer succesvol.”

Dat blijkt uit de cijfers. 2018 was een recordjaar voor BMW Group Nederland, waarbij BMW, BMW i en MINI elk meer auto's dan ooit tevoren verkochten. BMW werd hierdoor voor het vierde jaar op rij marktleider en ook in het eerste kwartaal van 2019 werd het verkoopsucces doorgezet. BMW eindigde wederom met afstand op de eerste plaats in het premium segment. De servicebeloftes van onze dealers zorgen daarbij voor een excellente relatie met de klant. Dat zien wij niet alleen terug in onze eigen, voortdurende klanttevredenheidsanalyses, maar ook in onafhankelijk onderzoek.

Mensen maken het verschil

“Aandacht is alles en men neemt echt de tijd voor je. Zowel in het voortraject als na aflevering.” Een quote van een van onze klanten die goed een van de belangrijkste merkbeloftes weerspiegelt: ‘Aandacht’ en die komt van échte mensen. Klanten die met vragen zitten, kunnen zeven dagen per week bellen met het BMW Group call center in Rijswijk, geen menu's, geen chatbots, maar een helder antwoord op elke vraag – ook via e-mail en social media.

De ruim 2000 dealermedewerkers (onder andere verkoopadviseurs en monteurs) ontvangen

Firma
BMW Nederland bv
BMW Group Company

Postadres
Postbus 5808
2280 HV Rijswijk

Bezoekadres
Einsteinlaan 5
2289 CC Rijswijk

Telefoon
(070) 41 33 222

Fax
(070) 39 07 771

Internet
www.bmw.nl
www.mini.nl

Persbericht
Datum 3 juni 2019
Onderwerp Onafhankelijk onderzoek toont ongeëvenaarde klantgerichtheid van het Nederlandse BMW & MINI dealernetwerk.
Blad 2

vanuit hun eigen dealer constante bijscholing, via de BMW Group Training Academy. Daar ontvangen zij uitgebreide trainingen om ervoor te zorgen dat zij de laatste en beste kennis hebben om klanten zo goed mogelijk te bedienen. Ook het aflevermoment is geheel naar keuze in te plannen en gebeurt in een speciale ruimte onder begeleiding van een verkoopadviseur of Product Genius – een specialist die geen verkoopfunctie heeft, maar de klant uitgebreid kan inlichten over alle bijzondere facetten van elk BMW model. Het in ontvangstnemen van een nieuwe BMW kan best overweldigend zijn, dus indien de klant dat wenst, is er zelfs een tweede aflevermoment mogelijk om werkelijk alle functies en bijzonderheden van de auto te leren kennen. De 2018 editie van het Nationaal Zakenauto Onderzoek dat vakblad Automobiel Management jaarlijks (en inmiddels voor het tiende jaar) uitvoert in samenwerking met automotive dataspecialist RDC en de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) weerspiegelt de kwaliteiten van het BMW dealernetwerk. De zakelijke rijder blijkt zijn BMW niet alleen te kiezen op basis van autospecifieke zaken (wegligging, luxe, veiligheid, design), maar in belangrijke mate (77%) ook vanwege de service van de dealer. Ook bijzonder is dat zowel klanten, prospects als potentiële merkverlaters de service van hun BMW dealer als extreem goed beoordeelden en opvallend veel beter dan bij directe premium concurrenten. ‘De toekomst is persoonlijk’ is geen holle frase, maar een eigenschap van onze dealerorganisatie die direct voel- en zichtbaar is voor onze klanten.

Helderheid

Bij BMW krijgen klanten geen verrassingen achteraf wanneer zij de factuur onder ogen krijgen. Vooraf maakt een service-medewerker duidelijke onderhoudsafspraken met de klant en als de auto klaarstaat, ligt ook de factuur klaar die, indien gewenst, stap voor stap wordt doorgenomen. Het aankoopproces verloopt al even helder, al dan niet na een proefrit in het gewenste model BMW of MINI. Vaak heeft de klant al een persoonlijke configuratie gemaakt (via de configurator op www.bmw.nl) die de verkoopadviseur eenvoudig kan inladen in zijn eigen systeem om de samenstelling definitief te maken. En als er eenmaal onderhoud nodig is, zorgt BMW ConnectedDrive ervoor dat de auto de eigen dealer informeert over de servicebehoefte. De dealer neemt vervolgens contact op met de klant om een afspraak in te plannen, voor zover hij of zij dat al niet zelf heeft gedaan, heel eenvoudig via de BMW Connected app.

Persbericht
Datum 3 juni 2019
Onderwerp Onafhankelijk onderzoek toont ongeëvenaarde klantgerichtheid van het Nederlandse BMW & MINI dealernetwerk.
Blad 3

Kwaliteit

“Erg professioneel en hulpvaardig met een constante, fantastische service zoals je verwacht als je een kwaliteitsauto als een BMW aanschaft”, liet een klant als commentaar achter via ‘Voice of the customer’ – het programma van BMW Group Nederland om de klanttevredenheid te meten. De constante kwaliteit van de service bij BMW dealers zou een verklaring kunnen zijn voor de hoge loyaliteit van de BMW-klanten. Eens een BMW, altijd een BMW lijkt ook op te gaan voor degenen die privé een BMW rijden, zowel nieuw als gebruikt. Dit volgt uit een onderzoek dat [EDM AutomotiveBase](#) uitvoerde in opdracht van het gerenommeerde Automotive Management. Automotive Management vroeg EDM om op basis van de eigen database en die van RDW te onderzoeken in hoeverre mensen bij een volgende aanschaf voor hetzelfde merk kiezen. BMW noteerde de hoogste loyaliteitscore onder klanten van zowel nieuwe als gebruikte BMW’s met respectievelijk 76% (+2 procentpunt t.o.v. 2018) en 61% (+1 procentpunt t.o.v. 2018). Dus van de BMW-bezitters die in 2018 een nieuwe auto kochten, kocht ruim driekwart opnieuw een BMW. Van de eigenaren die in 2018 een gebruikte BMW kochten, kocht ruim de helft wederom een gebruikte BMW.

Mobiliteit

De loyaliteit en algehele tevredenheid kunnen ook te maken hebben met de uitstekende bereikbaarheid (een klant hoeft nooit meer dan een half uur te rijden naar een vestiging in de eigen regio) en mobiliteitsoplossingen die BMW dealers bieden. Klanten waarderen bijvoorbeeld de haal en breng service en het feit dat ze altijd kunnen rekenen op vervangend vervoer dat overeenkomt met hun eigen BMW. Het zijn zaken die voor de BMW rijder snel vanzelfsprekend worden. Niet voor niets laat, geheel in lijn met het loyaliteitsonderzoek van Automotive Management, ‘Het Nationaal Zakenauto Onderzoek’ een intentionele loyaliteitscore van 75% zien. Dat wil zeggen dat driekwart van de BMW-rijders aangeeft dat hun volgende auto wederom een BMW wordt.

Rijswijk, 3 juni 2019

BMW Group Nederland Corporate Communications

Persbericht
Datum 3 juni 2019
Onderwerp Onafhankelijk onderzoek toont ongeëvenaarde klantgerichtheid van het Nederlandse BMW & MINI dealernetwerk.
Blad 4

Noot voor de redactie

Informatie:

BMW Group Nederland, Corporate Communications
Andrew Mason
Tel.: (070) 413 3 338
andrew.mason@bmw.nl / www.press.bmwgroup.nl

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg BMW Nederland op Facebook, Twitter en YouTube.



De BMW Group.

BMW Group is met de merken BMW, MINI, Rolls-Royce en BMW Motorrad wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Als internationaal concern maakt BMW Group gebruik van 30 productie- en assemblagevestigingen in 14 landen. Het wereldwijde verkoop- en distributienetwerk spreidt zich uit over meer dan 140 landen.

In 2018 verkocht BMW Group wereldwijd ruim 2.490.000 auto's en meer dan 165.000 motorfietsen – in Nederland is BMW Motorrad al 9 jaar op rij marktleider. In 2018 bedroeg de winst voor belastingen € 9,815 miljard en de omzet € 97,480 miljard. Op 31 december 2018 bood de onderneming wereldwijd werk aan 134.682 medewerkers.

Het succes van BMW Group is van oudsher gebaseerd op langetermijndenken en verantwoord ondernemen. De onderneming heeft ecologische en sociale duurzaamheid in haar gehele waardeketen verankerd. Een allesomvattende productverantwoordelijkheid en spaarzaam omgaan met natuurlijke bronnen maken integraal deel uit van de strategie.

Website: www.bmw.nl
Facebook: www.facebook.com/BMW.Nederland
Twitter: https://twitter.com/BMWGroup_NL
YouTube: <https://www.youtube.com/user/BMWnederland>