

## Dirk van den Blink, specialist in Used Car Management

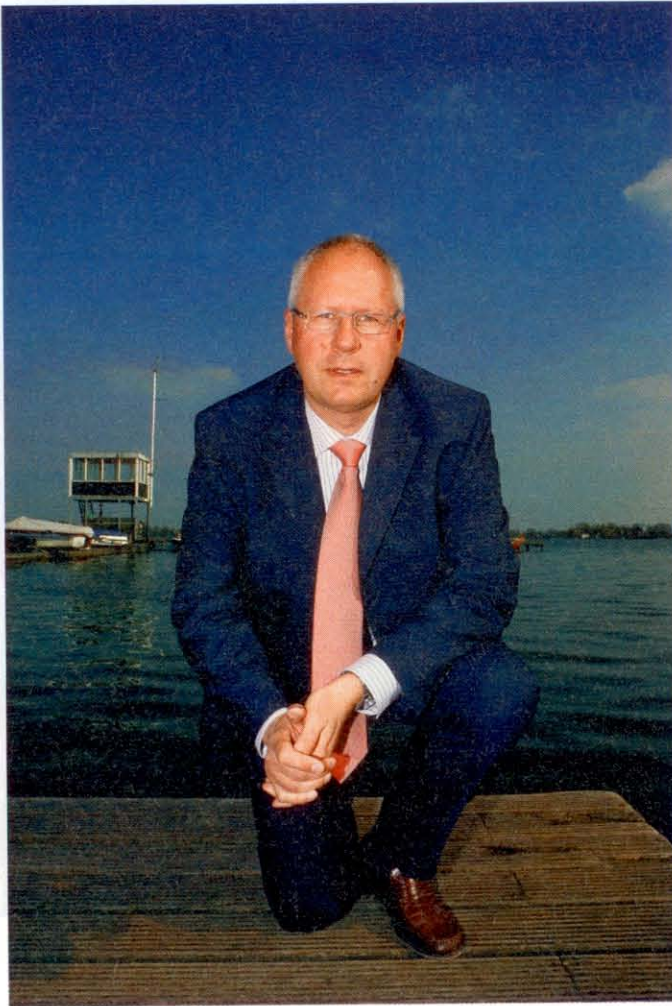
# 'Kijk goed naar de reële waarde'

Voor elk autobedrijf blijft occasionhandel de achilleshiel. Koop je verkeerd in of staan de auto's te lang, dan is het schier onmogelijk een fatsoenlijk rendement te draaien. Dirk van den Blink van het bedrijf Automotivate helpt dealers bij hun occasionmanagement.

'De juiste waardering bij inkoop is cruciaal.' door René Quist

**A**ls je bedrijf afbrandt, koop je dan dezelfde occasions terug? Het is bijna een retorische vraag. Bijna elke dealer heeft wel een paar auto's staan die inmiddels tot de inboedel behoren. En welke dealer heeft niet ooit teveel betaald voor een inruiler?

Dirk van den Blink heeft een hele set aan scherpe vragen die hij stelt als hem wordt gevraagd de occasionverkoop tegen het licht te houden. 'Het begint met goede vragen stellen.' Hij mag ook graag onmogelijke vragen stellen. Ter ondersteuning van zijn betoog haalt Van den Blink een briefje van 50 euro uit z'n portemonnee. 'Kijk, dit is een briefje van 60 euro...' Elke dealer reageert hetzelfde: nee dat is een briefje van 50 euro. Kijk, en zo is het ook met occasions. Elke auto heeft z'n waarde en je moet niet denken dat als je een auto te duur inkoop je deze ook meer waard is. Occasionbeleid begint met goed waarderen bij het inkopen. Als je er desondanks een auto hoger taxeert



dan de handelswaarde, moet je wel zeker weten dat je dat kunt terugverdienen, bijvoorbeeld omdat je gespecialiseerd bent in dat merk. Toch beschouwen veel ondernemers het inruilen, verkopen en weer doorverkopen als een transactie, terwijl het drie afzonderlijke transacties zijn.

Dirk van den Blink werkt vooral voor dealerholdings. Als een bedrijf Automotivate inschakelt, maakt Van den Blink een helder rapport waarmee met kleurtjes is te zien op welke aspecten verbetering noodzakelijk is. 'Het is een 100 punten plan. Wordt er een taxatierapport gemaakt, is de presentatie goed van de auto's. Er wordt een offerte uitgebracht. Ook worden de statijden inzichtelijk gemaakt. Is er een occasionmanager, en hoe is de organisatie opgebouwd? Wordt er fors ingezet op aantallen nieuw en blijft

**Dirk van den Blink houdt de occasionverkoop van voornamelijk dealerholdings tegen het licht.**

### Paspoort

Dirk van den Blink (50) van AutoMotive. Gespecialiseerd in Used Car Management, Dealermanagement, Bedrijfsorganisatievraagstukken, Verkooptrainingen (Bedrijfs- en Personenauto's), Marktonderzoek en Automatiseringsvraagstukken. Werkte o.a. voor A-Point Groep Amsterdam als Interim Manager, bij de RAI Vereniging als projectmanager, bij Polk Benelux & Mitac Limited als Used Car Consultant en bij Volvo (dealermanagement trucks & personenauto's) en verkoop bedrijfsauto's.

de occasionmanager zitten met veel te dure auto's? En staat de occasion snel op internet? Een ander punt is of de auto goed is geïnspecteerd en getaxeerd.'

### Scherp

Van den Blink stelt dat occasionmanagement valt of staat met de voorraadmix. 'Bijkopen is een goede graadmeter. Doet een bedrijf dat, dan weet je dat het serieus bezig is met occasions en dus een beter rendement maakt.' Ook dealers die van tevoren bedenken over wat te doen met een auto (houden of doorstoten naar de handel?) maken meer kans op een goed rendement, legt Van den Blink uit.

Verder dient elk autobedrijf de kilometerstand te controleren in de Nationale Autopas. 'Het gebeurt echt dat een klant later ontdekt dat de kilometerstand niet klopt. En hoeveel autobedrijven doen slechts zaken met één handelaar? Hou ze scherp!' Een ander belangrijk punt bij occasions is de aflevering. 'Als autobedrijf dien je goed op te letten dat er geen onderdelen vervangen moeten worden die anders gegarandeerd tijdens de garantieperiode aan het licht komen. Je moet de kosten van het rijklaar maken goed inschatten. Uiteindelijk betekent bezuinigen op de opknapkosten dat je garantiekosten oplopen. En daar is niemand bij gebaat.'