



Dit jaar werd een volledig digitale Black Friday georganiseerd, goed voor 55 verkochte voertuigen.

INTERVIEW MET RICHARD DE JÉSUS, VERKOOPSDIRECTEUR BIJ SAN MAZUIN

“Menselijke tussenkomst in verkoopstraject blijft cruciaal”

Het digitale niet enkel gebruiken om te informeren, maar ook als manier om met de klant te communiceren was de grote uitdaging van de lockdown. En dat vergt een aanpassing, niet in het minst voor de eigen verkopers. Toch blijft de menselijke interventie essentieel, al dan niet via chat of video.

Michaël Vandamme

“Al voor corona begaven we ons op het digitale pad, maar de pandemie zorgde wel voor een behoorlijke versnelling”, legt Richard de Jésus uit. “Toen de lockdown bekend raakte, zijn we rond de tafel gaan zitten om een antwoord te bedenken op de vraag wat we konden doen? We hadden een site waar natuurlijk meer info op kon worden geplaatst. Wat meer foto's ook. Maar eigenlijk wilden we iets dat écht het verschil zou maken. En dus werd een site ontwikkeld die niet enkel een informatiekanaal voor de klant is, maar die ook een vrij directe communicatie met die klant mogelijk maakt. Er kan gechat worden, of een videoconferentie kan georganiseerd worden.”

“Het digitale vervangt niet het klassieke, maar het heeft in deze tijden zijn meerwaarde bewezen”, vervolgt de Jésus. “In sommige gevallen draagt het ook bij tot een andere relatie met de klant. Vergeet niet dat het laagdrempelig kan werken ook. Voor wie een eenvoudige vraag heeft, kan een chat nuttiger zijn dan een bezoek. En vragen zijn er! Gedurende vele jaren verkochten we een product dat de klant erg goed kende, maar met de komst van nieuwe technologieën wordt het ook voor hem complexer. Trouwens, wanneer

over het digitale gesproken wordt, draait het vaak over het meekrijgen van de klant. Maar je moet ook je eigen verkopers meehebben. Wij kozen niet voor economische werkloosheid, maar gebruikten die ruimte om hun transitie naar deze nieuwe manier van werken te bewerkstelligen.”

Virtueel expertiseren

“Door de lockdown stelde zich een duidelijk probleem in het traditioneel verkoopproces”, analyseert de Jésus. “De aanschaf van een nieuw voertuig is nu eenmaal vaak gekoppeld aan de overname van een vorig voertuig. Alleen kan dit pas wanneer het correct gewaardeerd wordt. En dat is enkel mogelijk na een expertise, wat knap vervelend is als je geen fysieke verplaatsingen kan organiseren (glimlacht). Door met onze softwareleverancier te spreken, kwamen we tot een oplossing die, zo vertelde hij ons, elders al prima gebruikt wordt. Concreet gaat het om een tool die de klant in staat stelt zelf een expertise uit te voeren. Alle gegevens worden ingevuld, van kilometerstand tot chassisnummer. Uiteraard worden ook de nodige foto's genomen. De klant

heeft via dit kanaal ook een volledig virtueel contact met de verkoper die kan bevestigen als alle vereiste informatie binnen is, of kan bijsturen als dat nodig is. Wie minder vertrouwd is met een smartphone, kan dezelfde oefening via een website uitvoeren. De foto's van het voertuig zullen dan geüpload worden. Het grote voordeel van deze aanpak is dat de verkoop in alle duidelijkheid kan plaatsvinden. En dit zonder de minste fysieke verplaatsing. We maken alvast dagelijks gebruik van dit systeem. De lockdown bracht de dingen in een stroomversnelling, maar het kan ook gebruikt worden als het te expertiseren voertuig zich op een wat te ver afgelegen plek bevindt.”

Black Friday

“Vorig jaar organiseerden we een black Friday, en ook dit jaar deden we dat... digitaal”, besluit Richard de Jésus. “Het was aanvankelijk koffiedikkijken of dit zou aanslaan, maar al snek bleek dat de inschrijvingen vlot binnenliepen. We kunnen zeker van een succes spreken. Bijna 200 afspraken werden gemaakt, waarvan er de

dag zelf amper 7 geannuleerd werden. Die vrijdag werden 50 verkopen gerealiseerd. Ter vergelijking: vorig jaar waren er dat 88. Bovenop die verkoop werden ook nauwe contacten gesloten die wellicht in nieuwe verkopen zullen uitmonden. Dit sterkt me in mijn overtuiging dat klanten de drempel om digitaal aan te kopen duidelijk overschreden hebben. We gingen die vrijdag zo ver als we digitaal kunnen gaan. De klant kan naar de site gaan, kennismaken van het aanbod, maar dankzij het feit dat hij ingeschreven is ook vlot contact leggen met de verkoper.”

“DE MENSELIJKE TUSSENKOMST IS EEN NOODZAAK”

“We ontwaarden gevoelig meer verkeer op onze site in deze coronatijden”, legt Richard de Jésus uit. “Op zich is dat positief, maar jammer genoeg leidt dit niet tot meer verkoop. Als je echter een menselijke tussenkomst organiseert, ook digitaal, wijzigt het plaatje. Door de klant in staat te stellen via video een gesprek te voeren met de verkoper, haal je een belangrijke drempel weg. Het is net die menselijke component die het verschil maakt.”



Om een digitaal verkoopkanaal te laten slagen is op een gegeven moment steeds een menselijke tussenkomst vereist, fysiek of digitaal.

groupe **SARMAZIN**
sarmazin.be

Hulp nodig? +32 81 40 85 40 (ma t.e.m. vr van 09u - 17u) NL / FR

Voertuig identificatie

Nummerplaat of chassisnummer van uw wagen?

1-ABC-123

es / of

Chassisnummer

← VOLGENDE →

[Qnieuw](#)

Merk	Audi
Eerste inschrijving	03/2016
Model	A4
Carrosserievorm	Break
Brandstof	Diesel
Motorinhoud	1900 cm ³ > 2199 cm ³
Transmissie	Automatisch
Kilometerstand	88 035 km
Nummerplaat	/
Chassisnummer	/

Via de website of een app kan de klant zijn eigen voertuig expertiseren, waarna een overnameprijs kan bepaald worden bij de aanschaf van een nieuwe wagen.



IN MEMORIAM

Francis du Quesne

Francis du Quesne, voormalig zaakvoerder van DQN, is overleden op 22 november 11. DQN is een van de weinige Belgische fabrikanen van garage-equipment dat in Antwerpen geassembleerd wordt. In het familiebedrijf dat zijn vader had opgericht in 1925 voerde hij vele van zijn uitvindingen in waarvoor hij een groot aantal patenten behaalde.

Hij gaf zijn grote vakbekwaamheid en zakelijk inzicht door aan zijn zoon, Bertrand du Quesne, en het hele DQN-team zodat zij zijn werk kunnen voortzetten ten dienste van de klant.

Dankzij hem onder andere wordt Belgisch vakmanschap tot ver buiten onze landsgrenzen geprezen om zijn kwaliteit en betrouwbaarheid. Op de foto ziet u hem op een editie van AutoTechnica, waaraan DQN al zolang aan deelneemt als de beurs bestaat.

We willen ons diepste medeleven betuigen aan de familie.