



CARDOEN

Het hele verkooptraject kan digitaal afgeleid worden, tot en met de levering.

Geen digitale verkoop zonder **vertrouwen**

In deze Covid-tijden is niet enkel de populariteit van de wagen als mobiliteitsoplossing groot, ook de wil om volledig digitaal een voertuig te kopen groeit. Cardoen speelt hierop in. De service is niet nieuw, maar het aanbod is schaars. "Het succes ervan staat of valt met het vertrouwen van de klant dat niet beschaamd mag worden", klinkt het.

Michaël Vandamme

Een tijdje geleden raakte bekend dat tweedehandsverkoper Cardoen voluit de digitale kaart trekt. Een wagen online kopen zonder de minste fysieke verplaatsing behoort voortaan tot de mogelijkheden. En precies zoals dat met andere pakjes het geval is, gebeurt de levering aan huis. De parallel wordt trouwens verder getrokken. Consumenten krijgen immers 14 dagen bedenktijd. Wie ook daadwerkelijk op zijn beslissing wil terugkomen, kan de wagen simpelweg terugbrengen. Werd bovendien minder dan 1.000 km gereden en is het voertuig schadevrij, dan wordt niet alleen de aankoopprijs maar ook de inschrijvingskost integraal terugbetaald. In een notendop is dit de aangeboden service.

Populariteit auto

Steunend op de resultaten van de Covid-19 Mobility Survey van CarNext.com (die zelf een vergelijkbare service aanbieden) blijkt dat 31 % van de mensen meer geneigd is om online een auto aan te schaffen. Een bepaalde trend lijkt zich af te tekenen. Zo leert datzelfde onderzoek dat de privéauto duidelijk de voorkeur geniet boven andere mobiliteitsoplossingen.

81 % verklaart meer geneigd te zijn te rijden dan beroep te doen op het openbaar vervoer. Een ruime meerderheid van 60 % voelt zich trouwens niet veilig ("enigszins of zeer onveilig") bij de verschillende formules van carsharing en carpooling. En tot slot: 84 % wil tijdens de vakantie liever rijden dan vliegen. Het is tegen deze achtergrond dat de demarche van Cardoen gezien moet worden.

Groeiende websiteactiviteit

"Na de eerste lockdown merkten we dat de consument er steeds meer en meer naar verlangt om online een wagen te kopen", legt co-CEO Wim Bruggeman uit. "We ontvingen de laatste maanden 5 % minder bezoekers in de toonzaal, maar zien tegelijk een forse stijging van 20 % in het aantal bezoekers op onze website. Maar liefst een derde van de aankopen sinds maart vertrekt vanuit een reservatie op onze website." Het hele verkoopproces verloopt dus digitaal. Dit wil zeggen dat via gekende kanalen als foto's en video's kennis kan worden genomen met het voertuig, maar ook een videogesprek met de verkoper wordt ingepland. Het retourrecht

van 14 dagen is courant. Maar aangezien het grootste deel van het aanbod 0 km op de teller heeft staan, worden ook de inschrijvingskosten terugbetaald voor zover niet meer dan 1.000 km gereden werd en geen schade is opgelopen.

Transparantie

Dit digitale traject kan slechts succesvol zijn als vertrouwen bestaat en die niet beschaamd wordt. "Meer dan 80 % van onze auto's zijn nieuw met 0 km op de teller", aldus nog Bruggeman. "Voor occasionwagens hebben we strikte normen en onze kwaliteit is steeds gegarandeerd. Klanten kunnen bij ons kiezen voor een garantieperiode van 7 jaar. Als er extra kosten zijn, draaien wij daarvoor op." Ook bij CarNext hamert men op dat vertrouwen. "Wij controleren nauwgezet de hele keten die het voertuig aflegt", verklaarde CEO Ewout van Jarwaarde in november 2019 bij de opening van een concessie in Luik (CarNext is sinds maart 2018 aanwezig op de Belgische markt). "Zo aanvaarden we enkel wagens jonger dan vijf jaar en moet de kilometerstand kloppen. Een onafhankelijke expert controleert bovendien elk aangeboden voertuig op 228 punten."