

Onderzoek naar personeelsbehoefte tot 2025

Nieuw business model nodig voor autobranche

De autobranche staat op het punt ingrijpend te veranderen. Innovam deed in opdracht van OOMT en in samenwerking met BOVAG onderzoek naar de gevolgen voor verkoop- en technisch personeel tot 2025. Het resultaat is een dringende oproep aan ondernemers: onderneem nu actie en maak je bedrijf toekomst-proof.

Toekomst voorspellen koffiedik kijken? Integendeel; de meeste ontwikkelingen die in de onderzoeksrapporten van Innovam en OOMT staan beschreven, worden nu al zichtbaar. Afvlakende groei van het wagenpark, nieuwe technieken, ander consumentengedrag, concurrentie van partijen buiten de branche: de effecten op zowel technische als sales-functies zullen de komende tijd steeds beter voelbaar worden. Niet alleen de branche, maar ook het beroepsonderwijs zal op die veranderingen moeten inspelen.

Technologieversnellers

Technische innovatie kan de komende jaren een boost krijgen door bijvoorbeeld de

toetreding van branchevreemde partijen en technologieversnellers; huidige toepassingen in auto's die al klaar zijn voor toekomstige technische doorbraken. Innovaties als Smart Mobility (waardoor auto's kunnen communiceren met hun omgeving) zullen dan ook de komende jaren hun weg vinden naar nieuwe auto's en ook naar een deel van het rijdend wagenpark.

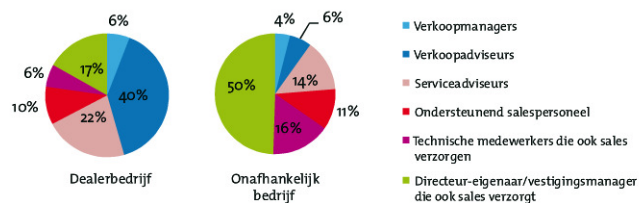
De technicus ziet zijn beroep ingrijpend veranderen. Hij zal steeds minder bezig zijn met vervangen van slijtagedelen en regulier onderhoud. Daarentegen zal de monteur van de toekomst meer kennis in huis moeten hebben van diagnose, elektronica, software

en telecom. Door de toenemende complexiteit van die werkzaamheden ontstaan meer specialisaties in het autobedrijf. De onderzoekers voorzien zelfs de komst van gespecialiseerde bedrijven voor bijvoorbeeld diagnosewerk of werk aan autosoftware.

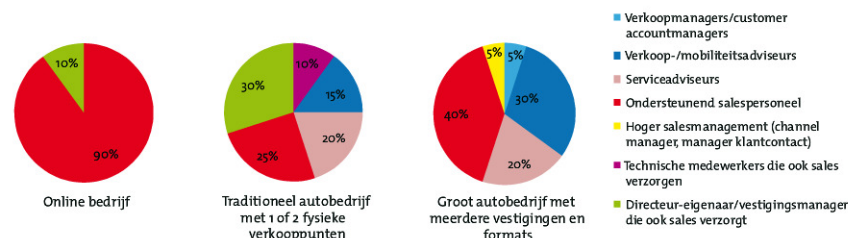
Business model

Voor het verkoopapparaat zijn de geschetste veranderingen zo mogelijk nog ingrijpender. Het traditionele businessmodel is straks voor veel autobedrijven niet meer houdbaar, voorspelt het rapport 'Klaar voor de toekomst.' Is de dealer nu nog hét afzetkanaal voor nieuwe auto's, in de nabije toekomst gaat internet een steeds belangrijker rol

Gemiddelde verdeling salesfuncties in 2013



Voorbeeld verdeling salesfuncties in 2025



spelen. Onafhankelijke bedrijven verwachten in 2025 50 tot 100 procent van hun auto's online te verkopen. Daarnaast neemt het aantal fysieke verkooppunten af; volgens branche-experts met wel 75 procent. Het aantal verkopers en verkoopmanagers zal naar verwachting in 2020 met een kwart zijn gedaald. Een andere opvallende trend is dat autoverkoop steeds vaker worden overgenomen door branchevreemde partijen zoals webwinkels.

De salesteams van autobedrijven zullen in 2025 namelijk anders zijn samengesteld dan nu het geval is. Er komt behoefte aan verkoopondersteunend personeel, zoals een telefoonteam, gastheren-/vrouwen en aan mensen die gespecialiseerd zijn in online sales en marketing (zie kader). Verder wordt de serviceadviseur belangrijker, terwijl een verkoopmanager op ieder verkooppunt straks niet meer vanzelfsprekend is.

Dans ontspringen

De meeste autobedrijven zien haarfijn in dat de branche gaat veranderen. Maar opvallend genoeg denken ze zelf vaak de dans te ontspringen. Traditionele salesfuncties zullen volgens de meeste bedrijven afnemen in

de hele branche. Behalve dan in de eigen vestiging, daar blijft alles zoals het is. Nog zo'n staaltje geloof in eigen succes: ruim 90 procent van de ondervraagde ondernemers verwacht dat het aantal fysieke autoverkooppunten in Nederland de komende jaren fors zal dalen. Toch denkt slechts 29 procent dat het eigen bedrijf een verkooppunt zal sluiten tussen nu en 2025.

Gezonde ondernemershouding, of de kop in het zand? OOMT en Innovam raden ondernemers in elk geval aan heel goed te kijken naar hun business model. Als autobedrijven hun marktaandeel willen behouden, zullen ze keuzes moeten maken. Bijvoorbeeld om de focus te verleggen naar online klantbenadering, centralisatie of het verbreden van het aanbod tot mobiliteit. Dat zal onvermijdelijk gevolgen hebben voor de omvang en samenstelling van het personeelsbestand.

De onderzoeksrapportages vindt u op www.innovam.nl via het tabblad 'Onderzoek'.

MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR **oomt**

Webondersteuners gezocht

De opvallendste nieuwkomer in het autobedrijf van de toekomst is de webondersteuner. In 2025 zal deze functie in veel autobedrijven te vinden zijn. Webondersteuners zijn verantwoordelijk voor het beheer van de website en de online shop. Ze zorgen bijvoorbeeld voor de plaatsing van nieuwe auto's in de webwinkel en voor promotie via social media.