

# Denkpistes voor sombere tijden

In barre tijden is een strakke maar creatieve aanpak vereist om de totale gebruikskost van een voertuig in al zijn aspecten te doorgronden en te controleren. Wij stellen u enkele mogelijke denkpistes voor.

**U**itzonderlijke omstandigheden vragen uitzonderlijke maatregelen... De crisis aanpakken in een bedrijf is in de eerste plaats erkennen dat misschien niet alle middelen zijn aangewend om de kosten te drukken. De crisis aanpakken is ook nieuwe oplossingen overwegen en bepaalde ingeburgerde werkwijzen in vraag stellen of zelfs resoluut overboord gooien. Deze aanpak vergt een grondige analyse van de hele bedrijfswerking, wat voor het wagenparkbeheer neerkomt op een kritische beoordeling van de modus operandi, de voorkeuren op financieringsvlak en de selectiecriteria voor toeleveranciers. Deze oefening hoeft niet noodzakelijk te resulteren in een tabula rasa van

het verleden. Het is trouwens niet onwaarschijnlijk dat deze aanpak op heel wat vlakken in een status quo kan uitmonden en misschien zelfs misschien zelfs aanleiding zou kunnen geven tot de overweging van een hele reeks alternatieven, die in de loop der jaren door routine en vastgeroeste gewoonten verwaarloosd werden.

## Formaliseren

We willen geen open deur intrappen, maar zouden er graag aan herinneren dat een geschreven document, dat meestal car policy wordt genoemd, onontbeerlijk is voor een degelijk wagenparkbeheer. In dat document staan alle richtlijnen en vangnetten vermeld om de begunstigde van

een firmawagen in goede banen te leiden ontsparingen te voorkomen. De shopping list die uit die car policy voortvloeit, moet de deur openzetten voor nieuwe voertuigtypes en rekening houden met de jongste ontwikkelingen op het vlak van schone motortechnologie. "Zo is het de hoogste tijd, voor al wie het nog niet gedaan heeft, om de voordelen van downsizing in overweging te nemen en zo de brandstofkosten, de CO<sub>2</sub>-bijdragen en allerhande belastingen tot te beperken", stelt Daniel Debrouwer, Directeur van EuroFleet Consult. "Misschien bestaat er op de fletmarkt zelfs een groeipotentieel voor low cost-oplossingen zoals Dacia, vooral bij bedrijven die de auto in eerste instantie

beschouwen als een werkinstrument en niet als een incentive." Vraag is of de markt daar al rijp voor is.

## Sensibiliseren

Om volledig tot zijn recht te komen moet de car policy idealiter gepaard gaan met een sensibilisering van de bestuurders. "Zij moeten in de huidige context allemaal betrokken worden bij de vermindering van de exploitatiekosten van het wagenpark op het vlak van bandenslijtage, brandstofverbruik en ongevalschade", onderstreept Stéphane Verwilghen, Managing Director van Arval Belgium. "De bestuurders kunnen bewustgemaakt worden door middel van een reeks tips of een cursus ecodriving", aldus Nancy

De shopping lists moeten vandaag de deur openzetten voor nieuwe voertuigtypes en schone motortechnologie.



Swings, Marketing Assistant bij KBC Autolease. "Andere praktische hulpmiddelen zijn de meetinstrumenten die door de leasemaatschappijen via het internet ter beschikking worden gesteld", zegt Marc Vandenberg, Manager Field Sales bij ING CarLease. "De beste manier om optimaal profijt te halen uit deze tools bestaat erin elke bestuurder te confronteren met zijn eigen resultaten", besluit Stéphane Verwilghen. Wij voegen hieraan toe dat de beste prestaties ongetwijfeld worden geleverd door de bestuurders die hun auto in de garage laten staan wanneer ze zich met andere vervoermiddelen efficiënter kan verplaatsen... Het zou dus niet slecht zijn om sommige automobilisten eraan te herinneren dat de beschikking over een firmawagen hen niet vrijpleit van hun burgerlijke verantwoordelijkheden.

## Onderhandelen

Het is goed om voor je eigen deur te vegen. Datzelfde doen voor je partners en toeleveranciers is nog beter. Onder druk van de crisis zullen de leasemaatschappijen, nu wellicht meer dan in het verleden, bereid zijn om rond de tafel te gaan zitten en bepaalde voorwaarden van de overeenkomsten met hun klanten willen herbekijken. Temeer omdat sommigen onder hen vandaag vragende partij zullen zijn voor een verlenging van de contracten. "Dat is een hardnekkige tendens", stelt Daniel Debrouwer vast. "Om te weten of deze trend de fleet-owners ten goede kan komen, moet elk geval apart bekeken worden. Voor zover het aantal werkelijk gereden kilometers in de lijn ligt van wat initieel werd geraamd, zal een verlenging van het contract een verlaging van het maandelijkse leasebedrag meebrengen." En het is op dat vlak dat er misschien goede zaken te doen vallen. Want door huurcontracten te verlengen, tempert de leasemaatschappij de zware impact

## KORTETERMIJNDENKEN

Terwijl de verlenging van bepaalde contracten vandaag een aantal leasemaatschappijen in staat stelt om hun verliezen op de tweedehandsmarkt te beperken, beantwoordt deze denkpiste ook aan de verwachtingen van een aantal bedrijven die het niet zien zitten om voor drie of vier jaar contracten aan te gaan voor nieuwe voertuigen die misschien op het parkeerterrein verzeild raken als de arbeidsmarkt nog meer onder druk zou komen te staan. Hebben deze bedrijven al overwogen om een beroep te doen op formules voor kortetermijnverhuur? Die bieden een welkome flexibiliteit in onzekere tijden.



Een contractverlenging stelt een aantal leasemaatschappijen in staat om hun verliezen op de tweedehandsmarkt te beperken.

van een clash tussen de geschatte herverkoopwaarde en de waarschijnlijk lagere prijs die ze voor haar auto's zal ontvangen op een instortende tweedehandsmarkt. "De klant moet ervan worden overtuigd dat de verlaging van de restwaarden bij de ondertekening van een nieuw contract voor een middenklassewagen resulteert in een verhoging van het leasebedrag met 40, 50 of zelfs 70 euro. Geld dat hij eenvoudigweg kan besparen door het lopende contract te verlengen. Door dit verkoopargument te hanteren, gaan we misschien wel voorbij aan de gunstige impact van de nieuwe auto-technologieën op het brandstofverbruik. En dan vergeten we nog dat een auto van vier jaar oud meer onderhevig is aan defecten, met alle gevolgen van dien op het vlak van indirecte kosten voor het bedrijf."

## Prospecteren

Het mag duidelijk zijn dat de crisis de krachtsverhoudin-

gen enigszins wijzigt. Bij gebrek aan krediet en onder druk van de sombere tweedehandsmarkt zijn de leasemaatschappijen niet de enige partijen die open staan voor dialoog. Ook de invoerders zouden bereid gevonden kunnen worden om een aantal toegevingen te doen. "Sommige commerciële acties zouden we bijna als lichte waanzin kunnen bestempelen", merkt Daniel Debrouwer op. Om zeker te zijn dat hij voordeel geniet van die acties, moet de eindklant van zijn leasemaatschappij de grootst mogelijke transparantie eisen op het vlak van de inhoud en berekeningswijze van de aanbiedingen die hem worden aangereikt. "Sommige key accounts gaan zelfs zo ver dat ze vragen om betrokken te worden bij de onderhandelingen met de invoerders. Een discussie tussen drie partijen die de fleet-owner garandeert dat hij meeprofiteert van de kortingen die de constructeur toestaat."

## Een akkoord sluiten

Onderhandelen is ook luisteren en informatie inwinnen. "De beste manier om verrassingen, teleurstellingen en onverwachte kosten aan het einde van het contract te vermijden, bestaat erin om goede afspraken te maken over de berekeningswijze van de vergoeding van eventuele gebruiksschade bij de teruggave van het voertuig", aldus Nancy Swings. "De onderhandelingen met de leveranciers zijn misschien ook de ideale gelegenheid om met hen een Service Level Agreement te bepalen, dat in het bijzonder ingaat op de kwaliteit van bepaalde prestaties", onderstreept Marc Vandenberg. Want hoewel deze kwaliteit moeilijk te kwantificeren is, zal de tevredenheid van de bestuurder altijd bijdragen tot zijn efficiëntie en engagement. Een goed uitgekende mobiliteitspolitiek kan in dit verband misschien een opportuniteit vormen van deze crisis.

Alain VANDERSANDE