

«Onze modellen zijn een maatstaf»

In tegenstelling tot tal van andere autoconstructeurs, die de economische malaise sterk voelen in hun verkoopcijfers, weet Ford zich in ons land goed te handhaven. Geen wonder dat Sarah Timmermans, Directeur Operations, en de kersverse Manager, Fleet & Sustainable Mobility Dirk Dens in hun nopjes zijn.

“2009 is duidelijk een overgangsjaar, waar we in de eerste plaats een stabiele omgeving moeten creëren”, opent Dirk Dens het gesprek. “In 2010 moeten we opnieuw een groeieffect creëren. De lopende leasecontracten die vandaag verlengd zijn, lopen ooit af en ik verwacht dat er medio 2010 tal van opportuniteiten ontstaan. De jongste jaren heeft Ford stelselmatig zijn marktaandeel verruimd. We willen dit verderzetten door een nog grotere focus op de fleetmarkt. Verder verwacht ik veel van de nieuwe modellen C-MAX en Focus die binnenkort worden voorgesteld.”

■ Waarom zijn jullie producten zo goed aangepast aan de huidige conjunctuur?

D. Dens: “De nieuwe Fiesta en Ka kwamen net op een moment dat iedereen sprak over milieuvriendelijker rijgedrag. Dat samen met de kwaliteit van onze producten en de lage CO₂-uitstoot van onze ECONetic-uitvoeringen maakt dat we ideaal gewapend zijn om ook vandaag mooie resultaten te behalen.”

Sarah Timmermans: “Op dit moment verkopen we al meer dan de helft van onze voertuigen onder de magische grens van 120 g CO₂ per km.”

Dirk Dens: “Dat cijfer zou nog groter kunnen zijn als we in België extra incentives vanuit de overheid krijgen, denk aan een slooppremie bijvoorbeeld.”

■ Ford heeft de jongste jaren een hippe revolutie gekend. Behoort het outhouderige imago definitief tot het verleden?

S. Timmermans: “Zeker wel. Ik denk dat ons merk-dna ‘DCDQ’, wat staat voor Dependable Contemporary and Driving Quality, vandaag de realiteit is. Tot voor een paar jaar waren de elementen Dependable en Driving Quality wel in orde, maar kwam de C van Contemporary niet uit de verf. Vandaag is dat wel het geval.”

D. Dens: “Ik herinner me dat Lewis Booth, toen Voorzitter van Ford of Europe, ooit verklaarde dat onze auto’s ‘pizazz’ nodig hadden. De verandering is gekomen nadat hij duidelijk maakte dat onze modellen beter moesten worden, wat de aan-

leiding was om het Kinetic Design-verhaal op te starten.”

S. Timmermans: “Vrij vertaald moet de klant de indruk hebben dat onze wagens bewegen ook al staan ze stil. En daarin zijn we geslaagd.”

■ Hoe onderscheidt het merk Ford zich van de andere generalisten in de automobiel?

S. Timmermans: “Onze restwaardepolitiek is enorm belangrijk en we gaan voorzichtig om met kortetermijnacties. Ons Senior Management hecht ook veel belang aan de befaamde JD Powerranking inzake kwaliteit en betrouwbaarheid. We hebben hier altijd gemikt naar de uitstekende levels van de Japanse merken en die hebben we onderhouden gehaald. Daarnaast zijn de rijkwaliteiten van Ford exemplarisch. Tal van merken gebruiken de technische kwaliteiten van onze modellen als maatstaf voor de ontwikkeling van hun eigen gamma.”

■ Is de multimerkenstrategie van sommige concessiehouders een goede zaak voor jullie merk?

S. Timmermans: “Er zijn 2 soorten multimerkenconcessiehouders. Je hebt de concessiehouders die werken met 1 hoofdmerk en die 1 of 2 kleine merken hebben bijgevoegd. Vaak gaat het om familiebedrijven. Daarnaast heb je de multimerkengroepen, die de structuren op holdingniveau sterk houden maar die op executievlak een organisatie per merk hebben. Ik geloof enkel in een multimerkenverhaal als elk merk zijn eigenheid bewaart. Dat zijn de enige succesvolle multimerkenconcessiehouders op lange termijn, omdat de complexiteit van de auto zowel op verkoopvlak, fleetvlak als technisch vlak te groot is om menselijk doenbaar te zijn voor kleinere familiebedrijven.”

Steven SCHOEFS

Sarah Timmermans en Dirk Dens van Ford Belgium zijn trots dat Ford zo goed weet in te spelen op de ‘groene’ wind die door het automobiellandschap waait.

