

'Een nieuwe auto moet een feestje zijn'

Eric Berkhof is een CEO van klassieke snit: in 1982 als stagiair begonnen en opgeklimmen tot de hoogste positie binnen het bedrijf. In die tijd heeft hij van de kleine autodealer Van Mossel een internationaal, fullservice automobilitieitsconcern gemaakt, zonder de waarden van het familiebedrijf uit het oog te verliezen. "Klanten moeten altijd met een fijn gevoel wegrijden."

Elke maand wil hij zelf nog minstens vijftien auto's verkopen. Dan staat hij gewoon weer in de showroom om klanten te helpen bij hun keuze voor een nieuwe wagen. Belangrijk om voeling te houden met wat klanten willen, zegt hij. "Als ik me alleen maar bezighoud met de grote deals voor onze leasetak of vergaderingen over nieuwe business, dan verlies ik zicht op datgene waar onze business op is gestoeld: mensen die op zoek zijn naar een andere auto. En ook mensen die voor 3000 euro een auto willen kopen, hebben daar waarschijnlijk voor gespaard en zijn blij dat ze eindelijk tot die aanschaf kunnen overgaan. Daarom sta ik erop om van elke overdracht een feestelijk moment te maken, zodat klanten echt met plezier wegrijden. Ik ben trots op het hele bedrijf, maar misschien nog wel het meest op het feit dat we bij elk merk dat we verkopen in de top drie staan van best gewaardeerde dealer, bij acht merken zelfs op de eerste plaats. Klanttevredenheid zegt me meer dan omzetcijfers."

Private lease

Van de autodealer met servicegarage, opgericht in 1949 door Wim van Mossel, heeft Berkhof sinds hij in 1988 de aandelen overnam een groot concern gemaakt. Klanten kunnen bij Van Mossel terecht voor 36 verschillende automerken, voor leaseauto's en voor autofinanciering en -verzekering. En voor wie dat kleine paaltje over het hoofd heeft gezien, is er Van Mossel Autoschade Groep. De ambitie om de klant bij elke stap te kunnen ontzorgen,



> Van Mossel Automotive Groep

'IK STA NOG GRAAG ZELF IN DE SHOWROOM; DAAR HOOR IK WAT ONZE KLANTEN WILLEN'

mag geslaagd worden genoemd: inmiddels telt Van Mossel Automotive Groep 296 voordeuren en 4600 medewerkers, die – van plaatwerker tot verkoopmanager – voortdurend worden bijgeschoold op de Van Mossel Academy. Om de concurrentie voor te blijven worden ook steeds nieuwe manieren bedacht om de klant te bedienen.

Berkhof: "We hebben hier bijvoorbeeld het concept private lease ontwikkeld, maar in 2004 bleek Nederland daar nog niet klaar voor. Nu wel: de laatste vier jaar is dat enorm gegroeid. Zo zie je maar, timing is alles, ook in de automarkt. Daarom is het voor mij ook goed om zelf nog af en toe in de showroom te staan. Dan hoor ik wat onze klanten willen. We vieren over drie jaar ons 75-jarig bestaan en één ding is al die tijd hetzelfde gebleven: niets geeft zo veel voldoening als een klant blij maken met een nieuwe auto." <<



DEEL ONLINE



Eric Berkhof