

# Mobiliteits- oplossingen in élke levensfase

DE MOBILITEITSVRAAG VERANDERT IN RAP TEMPO. DE INVULLING GAAT VAN BEZIT NAAR GEBRUIK. LOUWMAN SPEELT HIER ACTIEF OP IN EN ONTWIKKELDE ZICH TOT KOPLOPER IN MOBILITEITSOPLOSSINGEN. "VANUIT PASSIE OM MENSEN TE BEWEGEN RICHTEN WIJ ONS OP IEDEREEN, IN ELKE LEVENSFASE. OOK OP OUDEREN, MINDERVALIDEN ÉN OP NIEUWE MOBILITEIT ALS AUTODELEN, (LEASE)FIETS EN ABONNEMENTEN."

"We zijn inmiddels zoveel meer dan een autodistributeur", vertelt Eric Louwman, President bij Louwman Group. Hij behoort tot de derde generatie in het bijna 100-jarige familiebedrijf met een rijke historie. "Cruciaal was de keuze van mijn grootvader en oom om in 1964 Japanse automerken te importeren."

Louwman Group, een van Europa's grootste autodistributeurs, is exclusief importeur van Toyota, Suzuki en Lexus. Daarnaast verkoopt dit familiebedrijf onder andere Mercedes-Benz, Peugeot, Kia, Mazda en Mitsubishi, en exclusieve merken als Maserati, McLaren en Morgan. De groep belevt en ondersteunt naast vijfenzeventig eigen locaties meer dan tweehonderd dealerpartners. Louwman: "De laatste jaren groeien we ook snel in zorghulpmiddelen en als specialist in auto- en woningaanpassingen ▶



## Distributeur groeit uit tot merk: 'Klanten willen bewust een Louwman'

voor mensen met een functie- of mobiliteitsbeperking." Louwman is ook actief in (private) lease en financieringen, onderdelenlevering en het grandioze Louwman Museum. Bij Louwman Group werken 3200 medewerkers in Nederland, België, Scandinavië en Tsjechië.

### Hoge loyaliteit

"Onze nieuwe merkpositionering 'Mobility for life' sluit uitstekend aan bij de jarenlang opgebouwde meerwaarde: langetermijnrelaties onderhouden met de klant", legt Louwman uit. Zo geeft Louwman maar liefst tot tien jaar garantie. Geen ander bedrijf in hun branche durft dit aan. Ten opzichte van de concurrentie realiseert Louwman zelfs twee keer zoveel loyaliteit. "Ons doel is om zo lang mogelijk bij de klant betrokken te blijven. Ook als hij in een levensfase komt waarin bijvoorbeeld een scootmobiel of traplift nodig is. Ontzorging speelt daarbij een grote rol", motiveert Louwman. Marlène Volf, directeur Legal & Corporate Affairs, vult aan: "Dagelijks bedenken we diensten bij die nieuwe mobiliteitsvraag. Soms willen mensen een abonnementsvorm of een vervoerscombinatie van (deel)auto, fiets of openbaar vervoer. Wij zetten daarin de trend, gedreven door de klant."

### Voortrekkersrol innovaties

Ook in duurzaamheid loopt Louwman voorop. "Daar geloven we heilig in. In 1998 lanceerden we de eerste batterij-elektrische auto en in 2016 als een van de eersten de waterstofauto: Toyota Mirai. Met onze slimme datagedreven scootmobiel voorkomen we dat mensen stil komen te staan. Via ons platform Auto.nl verkochten we voor corona al auto's online; sindsdien is de verkoop toegenomen", licht Louwman toe.

Dat de voortrekkersrol zijn vruchten afwerpt, blijkt ook uit de groei in leasecontracten. Nu al realiseert Louwman tientallen procenten van de nieuwe auto's voor particulieren in leasevorm. Alle kosten zitten in een vast maandbedrag.

Al 160.000 mensen kiezen via Louwman een vervoersproduct met een ov-kaart. "In het ecosysteem van mobiliteit werken veel bedrijven in onze groep samen, met name fietsvoordeelshop.nl en autodeelbedrijf WeGo. Met ons label Driven.nl brengen we alle vervoersoplossingen bijeen", aldus Louwman. "Door de combinaties blijven we relevant in mobiliteit. Daar is de klant blij mee." De koploper in innovaties gaat een stap verder. "We voelen brede verantwoordelijkheid naar onze maatschappij. We initiëren niet alleen verbetering van waterstofauto's en -bussen, maar we willen ook bijdragen aan het betaalbaar houden van de zorg."

### Iedereen telt

Louwman Group is met de langetermijnrelaties uniek in de markt. Volf is trots op de uitstekende reputatie: "De menselijke manier van zakendoen, kenmerkend vanaf de oprichting, is bijzonder. Wat we zeggen, doen we ook." Ze refereert aan een van de drie mvv-pijlers: iedereen telt bij Louwman. "Vanuit zowel het perspectief van de klant als de medewerker. Sommige klanten hebben om welke reden dan ook moeite om van A naar B te komen. Wij bedenken een oplossing, waarbij het maatschappelijke karakter centraal staat. Dat noem ik menselijk zakendoen."

Louwman vertelt dat een koper van een zes jaar oude Toyota nog vier jaar garantie krijgt. "We maken dit waar in de praktijk. Daarvoor is veel waardering."

Volgens Volf is er intern besef dat wij als Louwman niet alleen sterke merken vertegenwoordigen, maar óók zelf een merk zijn. "Klanten willen bewust een Louwman. We zijn écht onderscheidend." Intern durft iedereen zich uit te spreken in dit bijzondere familiebedrijf. De platte organisatie kent geen afstand tot de top. Louwman spreekt frequent mensen op de werkvloer: "Ik vind toegankelijkheid essentieel. Zo leid ik alle collega's van de dealerbedrijven persoonlijk rond in het museum en leg ik onze unieke klantgerichtheid uit. Samen zijn we Louwman. Dit familiegevoel gaat nooit verloren."

De hoge score in het MT500-onderzoek bevestigt hun passie en toonaangevende rol. "Dat klantgerichtheid op hetzelfde hoge niveau is gebleven, maakt mij nog het meest trots", besluit de sociale President. ◀



DEEL ONLINE

