

# De meest persoonlijke mobiliteitsprovider

De beleving van mobiliteit is volop in beweging. Dat geldt ook voor de leasemarkt, merkt de directie van BMW Financial Services | Alphabet. Elektrificatie, verduurzaming en flexibilisering brengen een transitie met zich mee. “Wij ontzorgen onze klanten en nemen hun onzekerheid weg.”

**A**ls werknemers een leaseauto kiezen, is inmiddels in 70% van de offertes sprake van auto's met een stekker. “Daarbij gaat het voor een groot deel om hybride voertuigen, maar bij 44% van alle geleverde auto's wil de gebruiker inmiddels een volledig elektrische wagen”, geeft Joost van der Meij, Chief Operational Officer (COO) van BMW Financial Services | Alphabet aan. De groei aan elektrische auto's zet door, nog los van overheidsbeleid, verwacht Van der Meij. “Inmiddels bestaat onze vloot van 130.000 voertuigen voor 25% uit volledig elektrische auto's.”

Een nog duidelijkere manier om de transitie die de automobielbranche doormaakt te illustreren, is er eigenlijk niet. De COO stond echter ook zelf in het hart van een transformatie: BMW Financial Services, waarvan hij CEO was, ging begin vorig jaar samen met zusteronderneming Alphabet. “We zijn binnen BMW het eerste voorbeeld van een nieuwe marktbenadering richting al onze klanten.”

## PASSIE

Voordat hij die nieuwe go-to-market kan uitleggen, schetst de COO de achtergrond van de partijen die vorig jaar fuseerden. “Alphabet richt zich voornamelijk op operationale lease en fleetmanagement: grote aantallen auto's van verschillende merken. BMW Financial Services deed daarentegen uitsluitend leasing en financieringen van BMW en MINI.”

Het samenvoegen van beide organisaties moet tot een optimale bediening van de leasemarkt leiden. Dit door de sterke punten van beide bedrijven, die nadrukkelijk onder de eigen naam blijven opereren, te verenigen. “BMW/MINI kent een heel sterke merkbeleving, in combinatie met Duitse gründlichkeit. Alphabet



## ‘Wij ontzorgen onze klanten en nemen hun onzekerheid weg’

is heel sterk in maatwerk”, geeft Van der Meij aan. “Deze business is van oudsher in zoverre complexer vanwege het aanbod van een groot aantal merken en de vraag naar bredere mobiliteitsproposities. Ze zijn ervaren in het volledig ontzorgen van bedrijven, terwijl ze daarbij naar de medewerkers van die bedrijven heel persoonlijk zijn.” Daarmee bedoelt hij dat de berijder van de leaseauto zich gezien weet. “Alphabet is een forse organisatie, maar heeft geen typisch corporate cultuur.” Er zijn zeker ook overeenkomsten tussen de beide organisaties, met als meest opvallende element de passie bij de medewerkers, aldus Van der Meij.

### COMPLETE KLANTREIS

“Het is ons streven om de beste en meest persoonlijke leasemaatschappij van Nederland te zijn. Zo geven we inhoud aan onze ambitie ‘Moving mobility ahead’. Daarom brengen we de sterke punten van beide organisaties samen”, stelt Van der Meij. En zoals bij elk samengaan van organisaties is het bouwen van een gemeenschappelijke cultuur geen sinecure. Sterker nog: er werd ruim de tijd genomen om Alphabet Nederland en BMW Financial Services te integreren om klaar te zijn voor verdere groei. “We wilden elkaar binnen de organisaties eerst goed leren kennen. Welke processen worden gehanteerd, wat zijn de voor- en nadelen van bepaalde proposities? Wat kunnen we bewaren en zelfs versterken om te komen tot een gemeenschappelijke taal en cultuur?”

Zoals bij veel partijen die samenkomen is de eerste winst te behalen bij de backoffices. Ook in dit geval. “Het is niet goed om innovaties op twee plekken te ontwikkelen. We brengen mensen en kennis daarom bij elkaar; we hebben dat ook nodig om duurzaam te kunnen groeien.”

Van der Meij heeft daarbij als COO een belangrijke rol. “In feite ben ik in deze functie verantwoordelijk voor de complete klantreis. Vanaf het moment dat iemand zich op een nieuwe auto oriënteert tot het moment dat deze aan het eind van de looptijd weer ingeleverd en verkocht moet worden.”

Gedurende de leaseperiode gaat het zodoende over de complete communicatie, zowel met de bedrijven die leaseauto’s voor hun personeel afnemen als met de berijders. “Van het afleveren van de auto tot schademeldingen en de registratie van tankbeurten”, geeft Van der Meij aan. “We willen niet alleen de werkgevers volledig ontzorgen, maar ook berijders ondersteunen met een app waarmee ze zelf 24/7 veel zaken rondom de auto online kunnen regelen.”

### ONZEKERE TOEKOMST

De verandering in de mobiliteitsbehoefte van bedrijven en hun medewerkers gaat verder dan verduurzaming. “Overheidsinstellingen en bedrijven willen en moeten vaker inzetten op een aantoonbare mvo-strategie. Daarbij speelt mobiliteit een grote rol.” Net zo belangrijk is echter het feit dat zowel bedrijven als berijders flexibiliteit willen: ov, auto en fiets moeten gecombineerd kunnen worden. “Mensen zijn onzeker over de toekomst van mobiliteit. Wordt het elektrisch of niet? Wat zijn de fiscale maatregelen die op ons afkomen? Het is aan ons om die onzekerheid weg te nemen.” <<



DEEL ONLINE