



# laat leden onderling handelen

• **Door de toenemende acceptatie van elektronische marktplaatsen kijken we niet vreemd op wanneer iemand goederen koopt via het internet. Opzien baart pas degene, die op deze wijze een motor van een T-Ford aanschaft. Het feit dat met een zeldzaam product uit de vorige eeuw in cyberspace wordt geleurd, bewijst dat internet zich net zo goed leent voor het bereiken van kleine doelgroepen als voor het benaderen van de massa. Bij de Verenigde Nederlandse Motorenrevisiebedrijven (VNM) zijn ze daar al enige tijd van doordrongen. Het succes van hun digitale markplein bracht andere leden van de brancheorganisatie BOVAG ertoe om een zelfde initiatief te gaan ontplooiën. Het vergroten van de handel tussen de leden onderling is de doelstelling.**

*Door Frans van der Geest*

BOVAG heeft een bekende naam bij de meeste Nederlanders. Niet dat altijd de juiste betekenis eraan wordt gehangen; er zijn mensen die denken dat het een keuringsinstelling voor auto's is. BOVAG is een label van een belangenvereniging, een overkoepelende organisatie van 11 bedrijfstakken die allemaal iets met mobiliteit van doen hebben. Naast de auto- en vrachtwagensector zijn ook rij-scholen, motoren- en fietsenhandelaren, pomphouders, exploitanten van auto-wasinrichtingen, alsmede bedrijven in de mobiele recreatie aangesloten. De BOVAG strijdt al 73 jaar tegen de beunhazen binnen de diverse sectoren. Wie met een aangesloten bedrijf zaken doet, weet zich gewaarborgd van uniforme leveringsvoorwaarden, goede garantieregelingen en een eenvoudige procedure voor het afwik-

kelen van eventuele geschillen. Om de 11.000 leden van de 11 verschillende afdelingen van dienst te zijn, heeft BOVAG een secretariaat met ondersteunende diensten in Bunnik. Daar houden 100 medewerkers zich bezig met uiteenlopende activiteiten, variërend van het bijhouden van een ledenadministratie, het geven van adviezen aangaande juridische zaken en bedrijfsvoering, alsmede het bewaken van het keurmerk via controles door een buitendienst.

Een goed gevulde parkeerplaats toont dat de medewerkers van het staffbureau en de vergaderende afdelingsleden hun eigen mobiliteit uitstekend voor elkaar hebben. Naast de gangbare snelweg benutten ze ook intensief de elektronische variant. 'Van de aangesloten autodealerbedrijven is 98% aangesloten op internet', zo vertelt Marco Koster, adviseur Internet-zaken bij de BOVAG. 'En die resterende 2% weet misschien niet eens dat ze het hebben. Ik kan mij ook niet voorstellen dat in deze tijd ondernemers zonder internet kunnen, gelet op het gemak waarmee bestellingen zijn door te geven. Maar van de fietsenmakers is maar 60% aangesloten. Gazelle heeft in die sector het initiatief genomen hun wederverkopers van een aansluiting te voorzien, zodat alle orders voortaan elektronisch binnenkomen. Wij zien het niet als onze taak om onze leden aan te sluiten. In het verleden hebben we wel eens een actie opgezet met Worldonline, maar dat bleek geen succes. Toch denk ik dat, gerekend over alle leden, gemiddeld 80% in ieder geval email ontvangt.'

#### **Van fietsenmaker tot dealdirecteur**

Die hoge penetratiegraad is een prettige bijkomstigheid voor een brancheorganisatie die veelvuldig naar zeer uiteenlopende doelgroepen moet communiceren. Koster vertelt erover: 'We moeten berichten sturen naar rijwielherstellers die 100.000 euro omzetten, maar ook naar directeuren van grote dealerbedrijven die voor miljoenen

aan transacties afsluiten. Beide doelgroepen trachten we eenduidig te benaderen en te vertellen wat er in hun sector gaande is. Dat vraagt om een specifieke, neutrale aanspreekvorm bij het publiceren op internet. Van de 100 medewerkers, leveren 60 op regelmatige basis teksten aan. Dat zijn voornamelijk specialisten die over hun aandachtsgebied iets hebben mede te delen. Wanneer bijvoorbeeld een juridisch adviseur een tekst aanlevert, gaan we na of deze geschikt is voor onze publicatievorm. Zo zal jurisprudentie natuurlijk nooit integraal worden opgenomen, maar een verwijzing krijgen naar een pdf-file die men vervolgens kan 'downloaden'. Naarmate ze meer publiceren, worden de vakspecialisten uiteraard steeds handiger in het inpassen van hun teksten in ons vaste internet-stramien.'

Het ontwikkelen van de sites voor de diverse leden doet BOVAG niet zelf. Er is ooit overwogen om een basispakket samen te stellen waarmee de leden hun eigen websites kunnen maken. Door de verschillen in kennisniveau zou dat echter te veel intensieve begeleiding vergen. Bovendien gebeurt dat nu al vanuit de fabrikanten en importeurs. Zo heeft Volvo een overkoepelende site, waaronder de sites van de afzonderlijke dealerbedrijven ressorteren. De websites van de diverse

BOVAG-afdelingen hebben ook allemaal dezelfde structuur, maar de kleurstellingen en uiteraard de inhoud verschilt aanmerkelijk. Verantwoordelijk voor de inrichting is het bedrijf Seneca Web Development uit Delft. Het bedrijf introduceerde als value added reseller (VAR) van Smartsite het gelijknamige content management systeem (CMS) als paraplu beheersysteem voor alle afzonderlijke sites. Met de keuze voor dit CMS toont Marco Koster zich tevreden. 'Qua prijsstelling en functionaliteit beantwoordt dit product aan onze wensen. We hebben leveranciers van veel omvangrijkere en duurdere CMS-producten over de vloer gehad. Echter om je simpelweg te verplaatsen door het huidige wegverkeer koop je ook geen Ferrari.'

#### **Vraag en aanbod van zeldzame techniek**

Smartsite bleek tevens goed inzetbaar bij de ontwikkeling van een elektronische marktplaats voor de leden van de VNM (Verenigde Nederlandse Motorenrevisiebedrijven). Het betreft hier bedrijven die zich bezighouden met het reviseren van zowel automotoren als grote dieselmotoren voor vrachtwagens en schepen. De leden hebben veelvuldig onderling overleg over de technische specificaties, onderdelen of over gereedschappen. Met het bellen en handelen ging veel tijd

(advertentie)



**Verwerken van inkomende facturen kan goedkoper!**

**SWETS FARRINGTON**  
DOCUMENT SYSTEMS

023 536 83 84 • infohaarlem@swets-farrington.nl • www.mijnfactuur.nl

verloren en dus ontstond het plan om een nieuwsgroep te vormen op internet. Daarvoor zouden de VNM-leden nog steeds telkens naar de site moeten gaan. Wie een in 'de soep gedraaide' Audi S4 motor ter revisie krijgt aangeboden, wil graag snel weten of er ergens een gaaf exemplaar geheel of in onderdelen beschikbaar is. En degene die over zo'n zeldzaamheid beschikt, wil er voor een interessante prijs snel vanaf. Het idee van een marktplaats was geboren. Seneca ontwikkelde het digitale marktplaats, waarop de VNM-leden gemiddeld zo'n 60 aanbiedingen aantreffen. Daaronder bevond zich ook een complete motor van een T-Ford. De eigenaar was blij verrast over de snelheid waarmee hij het vooroorlogse pronkstuk van de hand kon doen.



Inmiddels blijkt het plein het best bekeken onderdeel van de VNM-site te zijn. Alle redenen voor Marco Koster om ook andere afdelingen een dergelijk digitale marktplaats aan te bevelen. De pomphouders zijn als eerste aan de beurt. Hun onderlinge handel bestaat voor een deel uit snoepautomaten en koelingvitrines voor broodjes of dranken. Maar nog belangrijker wordt – met het oog op de vergrijzing – de verkoop van complete tankstations. Verder komen ook de universele autobedrijven, verenigd in de ABA, in aanmerking. Door hun zeer gevarieerde aanbod zijn ze

voor wat betreft de onderlinge handel vergelijkbaar met de motorreviseurs. Wel worden ze beperkt in het aantal 'items'. Krijgen ze de gelegenheid hun gehele voorraad auto's op de site te zetten, dan is de voorhanden opslagcapaciteit gauw opgesoupeerd. Bovendien zijn er op dat vlak al andere succesvolle sites ontwikkeld. Onderdelen en gereedschap vormen ook hier in eerste instantie het elektronisch geadverteerde assortiment.

### **Zakendoen volgens duidelijke spelregels**

De marktplaatsen richten zich niet tot de consument. Alleen BOVAG-leden kunnen er met hun toegangscode bij. Volgens Marco Koster is het streven gericht om de leden gemakkelijker met elkaar zaken te laten doen. 'Wanneer straks een autobedrijf een Trabant aangeboden krijgt om te repareren, hoeft hij geen nee meer te verkopen. Binnen de ledengroep kan eenvoudig contact worden gelegd met een in deze Oost-Duitse tweetakt gespecialiseerde reparateur, die het karwei op zich wil nemen. Met de transactie als zodanig bemoeien wij ons niet. Dat regelen de ondernemers onderling. De wetenschap dat ze zakendoen met een collega BOVAG-lid geeft voldoende zekerheid. We werken hier met duidelijke 'disclaimers', zodat iedereen weet wat wel en niet gepast is. Wie via de sites boekjes wil verkopen, zal toch goed moeten nagaan of de voorraad bestaat uit motortechnische handleidingen of uit enkele jaargangen Playboy.'

Een belangenorganisatie stelt terecht z'n leden voorop. Bij de BOVAG is de ledenadministratie bepalend voor de onderliggende informatievoorziening. Nu nog wordt het ledenbestand en de financiële administratie verwerkt met systemen, draaiende op een IBM AS/400 computersysteem. Het onderhoud daarvan en het inhuren van met dit hardware platform bekende menskracht wordt te kostbaar. Vandaar dat een aanvang is gemaakt met een migratietra-

ject naar een Windows-server omgeving. De selectie van een standaard relatiebeheersysteem in combinatie met een financieel administratief pakket is bijna voltooid. Ook een documentenbeheersysteem staat op het boodschappenlijstje. Overgang naar een nieuwe versie van Smartsite zit eveneens in de pen. Met behulp van de universele XML-koppeling zullen de gegevens tussen de applicatie en content management eenvoudig uitwisselbaar zijn. Een mutatie komt dus eerst terecht in het relatiebeheersysteem en wordt na een beoordeling doorgegeven aan het CMS voor verder publicatie op de sites. Andere voordelen van de nieuwe versie liggen op het vlak van de personalisatie. Daardoor ontvangen op den duur leden alleen die informatie waarvoor zij aantoonbaar interesse hebben getoond of zelf hebben aangegeven die te willen ontvangen.

### **Contentbeheer op huurbasis**

Met de aanschaf en inrichting van het contentbeheersysteem bij de BOVAG is een bedrag gemoeid van ongeveer 150.000 euro. Maar daar vallen dan wel alle sites van de diverse brancheverenigingen onder. In die prijs zit ook de bijdrage voor de licentierechten van alle medewerkers die content publiceren. De realisatie van de digitale marktplaats van de motorrevisiebedrijven vergde additioneel een bedrag van 12.000 euro. Alle ontwikkel- en beheerwerkzaamheden zijn door de BOVAG uitbesteed. Wie zelf aan de slag gaat, kan aanzienlijke kosten besparen. Bovendien is het mogelijk om de software te huren. Afhankelijk van de gewenste functionaliteit is Smartsite te huren voor een bedrag, variërend van 250 tot 450 euro per maand met eenmalige opstartkosten van 500 euro. Daarvoor hoeft de gebruiker niet over een technische infrastructuur te beschikken en ook niet over kennis van zaken. Het inrichten, onderhouden en 'hosten' van de site is volgens de leverancier 'een fluitje van een cent'. ■