



## QUICK SCAN

**HÉT PROBLEEM VAN DE MARKT**

» Citroën merkt dat de crisis en de bijtellingsmaatregelen van invloed zijn op de verkoop. De ingevoerde bijtellingscategorie van tussen de 7 en 25% zorgt bovendien voor een nieuwe uitdaging: voor fabrikanten is het complex om CO<sub>2</sub>-zuinige auto's met een norm van tussen de 14 en 20% te produceren. Ondertussen tonen steeds meer klanten belangstelling voor hybride auto's en neemt het aantal leasewagens toe. In deze bewegelijke markt moeten klanten de juiste modellen gepresenteerd krijgen.

**ONZE VISIE**

» Uitvoerig advies en genoeg informatie zijn noodzakelijk om klanten goed te bedienen. Ook moeten de bijtellingsmaatregelen worden ondersteund. Nederland wil de CO<sub>2</sub>-uitstoot sneller dan de rest van Europa verminderen en heeft in vergelijking met de EU een ambitieus doel.

**UW OPLOSSING**

» Als dealer zit Citroën tussen de importeur en de fabrikant in. Waardevolle informatie uit de markt wordt teruggekoppeld voor innovatie en ontwikkeling. Citroën heeft een kenmerkende aanpak. Accountmanagers gaan erop uit en zoeken klanten zelf op. Ze luisteren aandachtig en stellen veel vragen om solide (maat-)oplossingen te bieden.

# Wijk eens af van het bestaande

In het monumentale Citroën-pand aan de Stadionplein in Amsterdam toont senior accountmanager Frank Antonissen de nieuwste C4 Cactus-modellen en verschillende uitvoeringen in de DS-lijn.



“We zijn in Nederland van oudsher behoorlijk Duits georiënteerd als het om auto's gaat. Onze Franse auto's gaan gepaard met comfort, veiligheid en uitstekende service. Een goede prijs-kwaliteitverhouding zie je bijvoorbeeld bij de nieuwste Jumper; een krachtig model met een groot laadvermogen.”

**WETEN WAT JE NODIG HEBT**

De specialist in personen- en bedrijfswagens heeft een klantverdeling van zo'n 45% particulier en 55% zakelijk. Particulieren komen veelal voorbereid binnenlopen. Via diverse traditionele en digitale media zoeken zij informatie op en ze luisteren naar wat anderen adviseren. Ze weten vaak wat ze willen en nodig hebben. “Vrijgevig zijn particulieren momenteel niet. Ze willen goedkope uitvoeringen.”

Zakelijke klanten, van kleinbedrijf tot grote multinationals, kopen meer met ratio dan emotie. Het is onvoldoende om hen via e-mailmarketing, bannering en dergelijke te benaderen. Om in contact te komen, zijn afspraken en een persoonlijke aanpak nog altijd noodzakelijk.

Veel bedrijven weten bovendien vaak niet wat ze nodig hebben. “Daarom vragen we naar zaken zoals waar de wagen voor gebruikt gaat worden, welke specificaties doorslaggevend zijn, het beoogde budget en meer.”

**CO<sub>2</sub> EN DE ZAKELIJKE MARKT**

Zowel zakelijke als particuliere klanten vragen om CO<sub>2</sub>-zuinige wagens. “De bijtelling en het belastingplan zijn onontkoombaar. Zo paste Citroën sommige auto's met 89 gram CO<sub>2</sub> per kilometer aan, om te voldoen aan de 85 gram maatregel. We willen nog meer voor de zakelijke markt betekenen. Wijk eens af van het bestaande, is ons advies. Kies voor eigenzinnig, creatief en vooruitstrevend. Wie meer wil weten, is welkom op 22 en 23 mei tijdens de ondernemersoverstapdagen. <<

**CITROËN AMSTERDAM**

Stadionplein 22-24, 1076 CM Amsterdam  
Telefoon 020 - 570 19 22  
E-mail [info-sp@citroenamsterdam.nl](mailto:info-sp@citroenamsterdam.nl)  
[dealer.citroen.nl/citroenamsterdam](http://dealer.citroen.nl/citroenamsterdam)