

CARSONTHEWEB MET NINTEC NAAR DE TOEKOMST

De occasionmarkt is meer dan ooit naar het internationale speelveld doorgroeid. Een van de spelers die dat aan den lijve meemaakt is CarsOnTheWeb. Ze staan op het punt de gebruikte technieken fors te herzien. Niet langer een webportaal maar een compleet platform.

Zo'n tien jaar geleden startte CarsOnTheWeb als een online internationaal veilinghuis voor gebruikte auto's. Business-to-business welteverstaan. Al snel volgde groei op de Belgische en Duitse markt, maar Nederland bleef op slot. In 2008 volgden de grote leasemaatschappijen met het aanbieden van hun teruggekomen wagenpark. Het heeft tot 2009 geduurd voordat de Nederlandse markt bediend werd, maar een daadwerkelijk Nederlands kantoor was er op dat moment nog niet. Inmiddels zijn er filialen in zes landen (België, Duitsland, Frankrijk, Nederland, Italië en Spanje) die worden aangestuurd door een centrale holding. In ons land werken er

twalf mensen op kantoor, onder leiding van directeur Remco Otte: "Elke twee à drie jaar vernieuwen wij de voorkant van onze systemen. Nintec is als leverancier tijdens het selectieproces snel komen bovendien als de ideale partner."

MEDIO ZOMER LIVE

Het resultaat van de samenwerking zal in de zomer zichtbaar worden voor de markt en is nu in een testfase. Het gaat wel wat verder dan 'simpelweg' een nieuwe, gelijke voorkant voor de website. "We hebben een strategische visie op de processen waar we invulling aan wilden geven", zegt Otte. Ogenscheinlijk biedt CarsOnTheWeb immers een overzichtelijk product: het

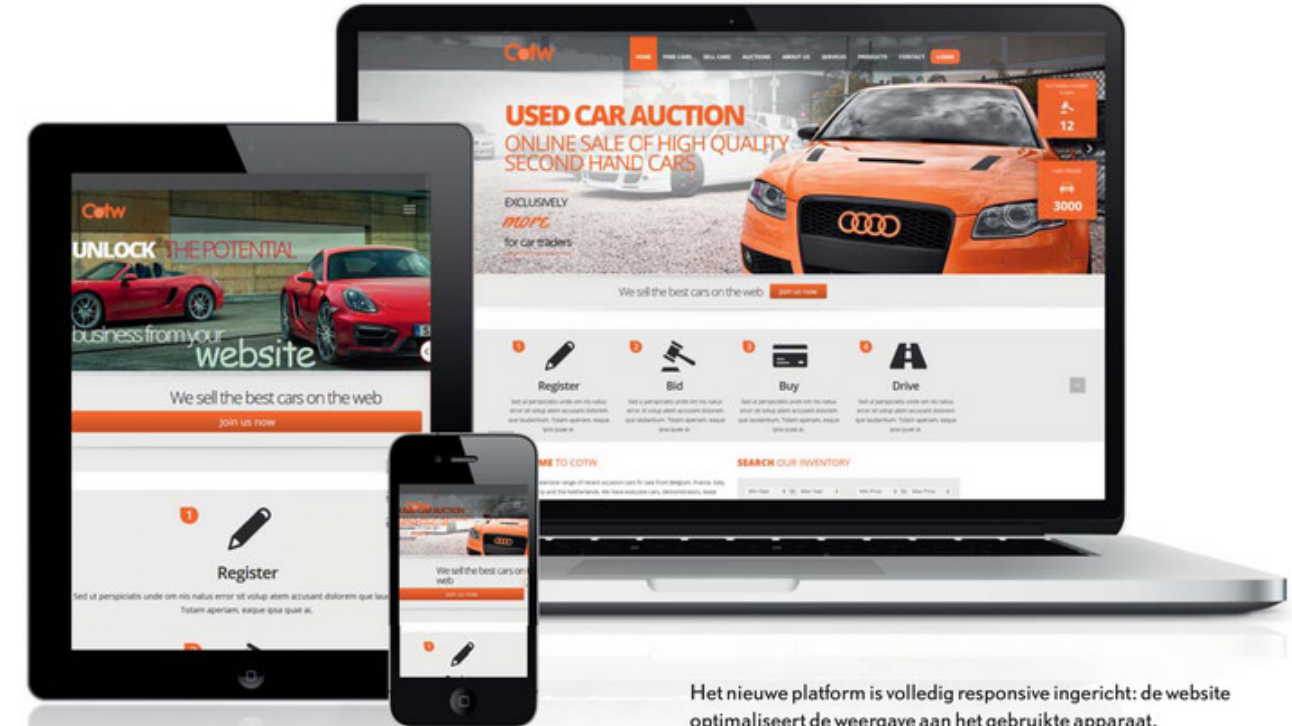
laagdrempelig kunnen aanbieden van gebruikte auto's en het faciliteren van het biedingenproces daaromheen. "Die basis kun je als autobedrijf heel strategisch benutten", legt Otte uit. "De crisis heeft duidelijk gemaakt dat grote voorraden occasions niet alleen kapitaalbeslag vergen maar ook een financieel bedrijfsrisico vormen. Door ons systeem in te zetten kun je de bedrijfsvoorraad minimaliseren, terwijl het aanbod richting de consument juist zoveel groter wordt." Voor Nederland staan er wekelijks zo'n duizend auto's ter veiling, op internationaal niveau ligt dat richting de tweeduizend occasions. Van dit volume komt de helft vanuit de grote leasemaatschappijen.

In de afgelopen jaren is remarketing sterker internationaal geïntendeerd. Als in het ene land een overschot aan bepaalde typen bestaat kan er in een ander land mogelijk toch een goede prijs en marge op worden gemaakt. Een goed voorbeeld zijn de hybrides die in ons land gebruikt minder aantrekkelijk waren dan in andere landen waar juist een tekort heerste. Omdat exportdocumentatie en logistiek allemaal geregeld wordt biedt CarsOnTheWeb een model aan dat van deur tot deur werkt. Dat de grote leasemaatschappijen steeds vaker zelf over remarketingplatformen beschikken, ziet Otte niet als bedreiging. "Wij ontsluiten markten die voor veel partijen moeilijk toegankelijk zijn en waar ze nu via CarsOnTheWeb moeiteloos terecht kunnen."

ONGEACHT INFRASTRUCTUUR

De uitdaging voor Nintec als systeembeleverancier is om het gehele bedrijfsproces vanaf het initiëren van de transactie tot het afhandelen daarvan, feilloos te laten verlopen. Omdat CarsOnTheWeb in vijftig landen klanten bedient moeten de achterliggende systemen kunnen omgaan met de lokaal gebruikte infrastructuur. Waar in sommige landen smartphones massaal gebruikt worden en mobiel internet breed beschikbaar is, geldt dat weer niet voor andere landen waar de klassieke desktopsystemen nog populair zijn.

"Hier geldt duidelijk de wet van de remmende voorsprong", zo is de ervaring van Nintec-ceo Vipin Moharir. "In landen waar niet of nauwelijks internetinfrastructuur lag, wordt meteen geïnvesteerd in de beste technieken. De nieuwe digitale omgeving voor CarsOnTheWeb moet echter laagdrempelig zijn zodat ook in de landen met een minder



Het nieuwe platform is volledig responsive ingericht: de website optimaliseert de weergave aan het gebruikte apparaat.

Remco Otte (directeur COTW Nederland) en Vipin Moharir (ceo Nintec) werken aan de laatste details om medio juni live te kunnen gaan met het nieuwe platform.



goede infrastructuur de dienstverlening optimaal is. Vanzelfsprekend hebben we het nieuwe platform bovendien volledig responsive ingericht: de website optimaliseert de weergave aan het gebruikte apparaat."

BIG DATA

Hoe simpel het proces in de basis ook moge lijken, zo complex is het als de details naar voren komen. Juist daarin onderscheidt Nintec zich in positieve zin, zegt Otte. "De groei die we hebben doorgemaakt heeft geleid tot dertigduizend transacties op jaarbasis. Tijdens de laatste momenten van de veiling wordt er door honderden verschillende bedrijven tegelijk geboden. Dat moet het systeem vlekkeloos aankunnen. Bovendien praat je dan over big data, zeker wanneer de groei van het aantal deelnemers verder doorzet. En daar gaan we wel vanuit. Nintec beschikt over de benodigde expertise als het gaat om het gebruik van en de omgang met big data, dat is precies wat wij nodig hebben om onze groeiplannen te vervullen." Omgekeerd sluit dit profiel goed aan bij het type klanten dat Nintec zoekt, zegt Moharir. "We werken graag samen met klanten die

een marktverstorend businessmodel hantieren. Bedrijven met een strategische visie op hun markt en de daadkracht om strategie om

Autobedrijven kunnen hun occasionvoorraad minimaliseren terwijl ze via Carsontheweb.com toch het juiste aanbod richting de consument hebben'

te zetten in slagkracht en acties. CarsOnTheWeb past naadloos in dat profiel: het grootste remarketingplatform met klanten in vijftig landen. Samen zetten we nu de vervolgfase in gang."

VIRTUELE VOORRAAD

Die volgende stap laat zich samenvatten met de stelling waarmee we begonnen: van portaal naar platform. "Gepersonaliseerd en voorspellend", somt Otte de twee

belangrijkste kenmerken op. "Met ons systeem kan het autobedrijf zijn klant optimaal bedienen. De eindconsument heeft een latente behoefte, een behoefte die onbewust aanwezig is, en die moet je zien in te vullen als autobedrijf. Dan is de daadwerkelijke order hooguit een kwestie van tijd. Dankzij ons systeem heeft het autobedrijf altijd de juiste voorraad en omdat het voorspellend werkt, kunnen ook alternatieven getoond worden voor de auto die op dat moment door het autobedrijf bekeken wordt. Wij werken alleen business-to-business maar de service strekt hierdoor uit richting de consument. Je zou zelfs als autobedrijf ons actuele aanbod zonder prijzen kunnen tonen om met die virtuele voorraad de klanten binnen te krijgen. Tachtig procent van onze kopers koopt daadwerkelijk op bestelling van de klant en loopt beduidend minder risico dan de auto-ondernemer die een occasion op voorraad zet om deze van daaruit te verkopen. CarsOnTheWeb als een concept dus om return on equity terug te brengen naar return zonder op voorhand je balans te belasten met equity. Hier liggen heel veel kansen, ook voor de grote ketens."