



De klanttevredenheid aangaande aftersales

Afstudeer werkstuk

Rick Flierman
9-11-2020

Hoe kunnen landbouwmachinefabrikanten hun dealers beter ondersteunen na de verkoop van een machine?

Afstudeer werkstuk

Auteur: Rick Flierman

Studentnummer: 3022358

Opleiding: Agrotechniek en Management

Minor: Internationaal adviseurschap

Opdrachtgever: Aeres Hogeschool, Dronten

Begeleider: K. Selles

Datum: 9-11-2020

Plaats: Wilp

Voorwoord

Voor u ligt het resultaat van een onderzoek naar de tevredenheid van landbouwmechanisatiebedrijven over de aftersales van landbouwmachinefabrikanten. Met dit onderzoek kunnen landbouwmachinefabrikanten hun aftersales verbeteren en hierdoor de tevredenheid van de landbouwmechanisatiebedrijven vergroten.

Mijn interesses hebben altijd al in de landbouwtechniek gelegen en dit zie ik ook als sector waarin ik straks werkzaam ben. Daarom was de keus om in deze sector af te studeren snel gemaakt. Doordat ik mijn hele leven al in de mechanisatie branche actief en geïnteresseerd ben, ben ik altijd al met service bezig geweest. Hierdoor ben ik er ook achter gekomen dat fabrikant en mechanisatiebedrijf elkaar soms niet goed aanvullen. Hier is de onderzoeksvraag uit gekomen hoe de fabrikant het mechanisatiebedrijf beter kan voorzien van de gewenste service.

Ik wil in het bijzonder dhr. Selles en Imants bv bedanken voor de ondersteuning, evenals de geïnterviewde bedrijven voor hun tijd en openheid.

Het onderzoek komt voort uit de afstudeerstage bij Imants bv te Reusel, waar ik in het voorjaar van 2019 mijn stage heb mogen voltooien.

Ik wens u veel leesplezier toe en hoop dat u de informatie nuttig kan gebruiken.

Rick Flierman

9-11-2020

Samenvatting

De agrarische sector is aan het veranderen. Landbouwbedrijven verdwijnen en de overgebleven bedrijven groeien. Als een gevolg hiervan daalt het aantal machines in en rondom Nederland. Hierdoor verandert ook de serviceverlening van de dealer en de relatie tussen de dealer en de fabrikant. In dit onderzoek 'De klanttevredenheid aangaande aftersales' is er onderzocht of fabrikanten van landbouwmachines de klanttevredenheid van hun dealers kunnen maximaliseren aangaande de aftersales afdeling. Dit onderzoek komt voort uit de vraag van diverse fabrikanten hoe de dealers de aangeboden aftersales services op dit moment ervaren en waar deze nog te kort komen. Om dit te weten te komen zijn er gesprekken geweest met diverse dealers en fabrikanten. Om het onderzoek bruikbaar te houden voor de fabrikanten is ervoor gekozen om enkel Nederlandse fabrikanten van landbouwmachines en West Europese dealers te vragen. Dit is beperkt tot Nederlandse, Belgische en Duitse dealers.

Om deze vraag goed te kunnen beantwoorden is de volgende onderzoeksvraag tot stand gekomen:
Hoe kunnen Nederlandse fabrikanten van landbouwmachines de tevredenheid van dealers maximaliseren aangaande de aftersales services?

Door deze interessante vraag aan de geïnterviewden voor te leggen zijn er interessante gesprekken ontstaan en hebben tot verrassende antwoorden geleid. Verrassend was onder meer dat de dealers het vrijwel allemaal met elkaar eens zijn en dat de verschillen slechts in de details zitten, maar deze details voor de klanttevredenheid wel degelijk grote verschillen maken. Bijzonder tevreden zijn de dealers over de persoonlijke communicatie met de fabrikanten. Door korte lijnen spreekt men snel de juiste personen. Hoewel de tevredenheid over de aftersales al erg gegroeid is de laatste jaren, door onder andere het opkomen van nachtlevering en het online uitbrengen van diverse documentatie, blijft er altijd ruimte voor verbetering. Als verbeterpunten werden onder andere het online beschikbaar maken van de documentatie van oude types machines genoemd, of bijvoorbeeld het opzetten van online communicatiesystemen voor het vlot kunnen wisselen van onder andere foto's en video's. Ook het opzetten van een webshop zou de tevredenheid erg goed doen, maar dit vraagt een grote investering vanuit de fabrikant. Fabrikanten zien de toekomst in het uit kunnen lezen van de machines op afstand. Hierdoor kunnen zij eenvoudig de plaatselijke monteurs assisteren.

Abstract

The agricultural sector is changing. Farms disappear and the remaining businesses are growing fast. As a result, the amount of machinery in and around the Netherlands is decreasing. Because of these changes, the services a dealership of agricultural machinery has to provide are also changing. Along with the relationship between machinery manufacturers and their dealers. In this research 'De klanttevredenheid aangaande aftersales' there is investigated if Dutch manufacturers of agricultural machinery can maximize the customer satisfaction of their dealers, specific about the aftersales. This research is a result of multiple manufacturers asking how dealers are experiencing the different aftersales services the manufacturers offer at the moment, and where the manufacturers can improve these services. This research is done by interviewing multiple dealerships as well as different manufactures. To make sure that the research is usable for the manufactures, it is limited to Dutch manufactures only and Dutch, Belgian and German dealerships.

To the answer to that question, you need a main question, which became the following:

How can Dutch agricultural machinery manufacturers maximize the customer satisfaction of their dealers, ongoing the aftersales services?

By questioning this interesting question to the different people interviewed, some interesting discussions popped up which have led to some interesting discoveries. Surprising was for example the answers the dealers gave where almost identical, but with small but important differences. However, these small differences are making a big difference in the dealers' satisfaction. Exceptionally satisfied are the dealers with the personal communication with the manufacturers. Because of short lines, you are speaking to the right person fast. The customer satisfaction is already grown hard the last couple of years, due to improvements in parts delivery times and the innovative online portals which consist a lot of information. However, this can be increased by a couple, mostly simple, improvements. As a result of the research, it turns out that apart from later models, a lot of information of older machine models is missing or incorrect. This does annoy and delay the mechanics working at the dealerships. Another outcome is the wish for an easy way to change out pictures and videos with the specialist sitting at the manufacturers' plant. Furthermore, dealers wish for a web shop, since it is easy to order and will reduce mis orders however, they do also understand that this is a big investment to set up for the manufacturers. Manufacturers on their hand, would like to invest in systems where they can log in to their machines from their office. That way it would make it easier to assist the local dealers with failure searching and repairing the broken-down machinery to reduce downtime to their minimums.

1. Leeswijzer

In het werkstuk kunt u te weten komen wat de dealer zijn visie is op de aftersales services geregeld vanuit de fabrikant. Dit is als volgt opgebouwd:

In hoofdstuk 2 vindt u de benodigde voorkennis. Hier zult u informatie tegenkomen over de landbouwmechanisatie sector, after-sales en klanttevredenheid. Verderop kunt u in hoofdstuk 3 vinden hoe het onderzoek is uitgevoerd om vervolgens in hoofdstuk 4 de resultaten hiervan te vinden, deze data is eerst verzameld in een grote tabel welke u in bijlage 3 kunt vinden.

Volgende stap in het proces is de discussie, waar we alles vanuit een praktisch daglicht bekijken gevolgd door de conclusie. Uit de conclusie is een aanbeveling opgesteld, waarmee de onderzoeker de lezer enkele ideeën geeft wat de lezer met de uitkomsten kan doen.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
Abstract	4
1. Leeswijzer	5
2. De mechanisatie in de landbouw	7
3. Materiaal en Methode	15
4. Resultaten.....	18
4.1 Welke factoren zijn van belang voor een het goed functioneren van aftersales in deze specifieke sector?	18
4.2 Over welke punten zijn dealers tevreden aangaande de aftersales?	21
4.3 Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande de aftersales?	23
4.4 In welke mate zijn deze factoren van belang voor de klanttevredenheid?	24
5. Discussie	27
6. Conclusie en aanbevelingen	30
7. Bibliografie.....	33
8. Bijlagen:	35
Bijlage 1: interview leidraad dealer	35
Bijlage 2: interview leidraad fabrikant.	37
Bijlage 3, resultaten in een tabel.....	38
Bijlage 4, interview dealer 1	38
Bijlage 5, interview dealer 2	40
Bijlage 6, interview dealer 3	41
Bijlage 7, interview dealer 4	42
Bijlage 8, interview dealer 5	44
Bijlage 9, interview dealer 6	45
Bijlage 10, interview fabrikant 1.....	46
Bijlage 11, interview fabrikant 2.....	48
Bijlage 12, interview fabrikant 3.....	49
Bijlage 13, interview fabrikant 4.....	50
Bijlage 14, interview fabrikant 5.....	53
Bijlage 15, interview fabrikant 6.....	54

2. De mechanisatie in de landbouw

Nederland heeft een grote agrarische sector, met in 2018 ruim 53800 bedrijven (CBS, 2018). Deze bedrijven gebruiken bij elkaar erg veel machines om hun werkzaamheden uit te voeren. In 2009 waren er volgens Cumela 200.000 tractoren. Dit is zonder zelfrijders en werktuigen (Cumela, 2009). De bedrijven die deze machines gebruiken gaan hiervoor meestal naar het mechanisatiebedrijf. Het mechanisatiebedrijf is gespecialiseerd in het verkopen, het onderhouden en het repareren van deze machines. Het mechanisatiebedrijf koopt op zijn beurt de machines weer in bij een fabrikant of een importeur. De fabrikant is het bedrijf welke de machines produceert, hier komt echter veel meer bij kijken: de fabrikant moet de machines ontwikkelen, er moet een onderdelen service opgezet worden en er moet voor worden gezorgd dat de machines worden verkocht. Het verkopen kan een fabrikant ook uitbesteden door in een land een importeur aan te stellen. Deze neemt in ieder geval de verkopende taken voor een bepaald land over. In de praktijk ziet men echter vaak dat de importeur ook de aftersales services overneemt, zoals adviesverlening en onderdelenvoorziening (KVK, 2019).

Sinds de intrede van computers in landbouwtechniek zijn de machines in een hoog tempo complex geworden. Dit komt onder andere door de grote hoeveelheid elektronica en de geavanceerde hydraulische componenten (Hooijdonk, sd). Daarbij komt dat het aantal fabrikanten en dealers daalt, net zoals het aantal boerenbedrijven. Het areaal van deze boerenbedrijven groeit echter wel, waardoor de machines per bedrijf een grotere oppervlakte moeten bewerken. Wanneer er iets kapotgaat zal er dus meer druk op het mechanisatiebedrijf liggen om het op korte termijn te repareren (Boom, 2016). Het mechanisatiebedrijf kan zich hierop voorbereiden door onder andere personeel opleiden en onderdelen op voorraad leggen. Daarnaast kan een dealer de service van de fabrikant of importeur inschakelen.

De serviceafdeling van een fabrikant of een importeur ondersteunt de dealer wanneer deze een reparatie uit moet voeren aan een machine, maar hiermee problemen ondervindt. Deze hebben in veel gevallen de documentatie en de specialisatie van hun eigen producten. Door kennis beschikbaar te stellen aan de dealer, zorgt de fabrikant of importeur ervoor dat de eindgebruiker zo weinig mogelijk stilstand heeft en zo snel mogelijk weer in het veld is. Een minimale stilstand is belangrijk voor alle partijen: de eindgebruiker kan zo maximale capaciteit behalen met zijn machine. Daarnaast is het voor de fabrikant van belang voor het imago en kan het mechanisatiebedrijf zijn efficiëntie verhogen.

Door het steeds complexer worden van landbouwmachines is het hebben van goede ondersteuning erg belangrijk geworden. Doordat er tegenwoordig zoveel verschillende configuraties en typen van machines leverbaar zijn, is het als dealerbedrijf onmogelijk om overal alles vanaf te weten. Het is dus noodzakelijk om in geval van een storing terug te kunnen vallen op de fabrikant of importeur. Dit geldt ook voor de onderdelen. Deze zijn zo kapitaalintensief geworden dat niet alles op voorraad te leggen is. Een snelle levering hiervan biedt dan uitkomst (Koetsier, 2019).

Naast mechanisatiebedrijven en boerenbedrijven hebben ook importeurs en fabrikanten baat bij een goede aftersales inrichting. Wanneer er machines kapotgaan binnen de garantieperiode moet de fabrikant deze vergoeden. Zij zijn dus gebaat bij een snelle reparatie. Daarnaast zorgen vlotte reparaties voor een goed imago. Hierin is ook de beschikbaarheid en levertijd van onderdelen bepalend (Geerts, 2019).

Het worden van een full-liner, wat betekend dat een fabrikant een alles omvattend programma van landbouwmachines bouwt en verkoopt (boom, 2017), is tevens een trend dat landbouwmachinefabrikanten bezighoudt (Hartl, 2017). Door diverse fabrikanten over te nemen, zorgen grote concerns ervoor dat zij alle kennis en producten in huis krijgen, waardoor de eindgebruiker nog maar bij één merk aan hoeft te kloppen. Dit moet de eindgebruiker ontzorgen is de achterliggende gedachte, deze hoeft tenslotte nog maar bij één mechanisatiebedrijf aan te kloppen en zorgt daarnaast voor meer omzet bij fabrikanten. Dit brengt echter ook keerzijden met zich mee. Doordat deze grote bedrijven wereldwijd opereren, hebben zij ook te maken met diverse bedrijfsvoeringen, klimaten, klantwensen en bestedingsruimten. Hierdoor zijn er veel verschillen tussen de machines die klanten vragen waardoor er erg veel verschillende machines gebouwd moeten worden en hierdoor wordt het aanbod erg complex.

Een reactie hierop is dat mechanisatiebedrijven zich gaan specialiseren door zich grotendeels op één merk te gaan concentreren en tegelijkertijd te groeien. Hierdoor komt meer werk en kunnen er specialisten opgeleid worden. Deze kunnen de complexer wordende machines in een groter gebied repareren, waar voorheen er meerdere monteurs met minder diepgaande kennis aan de machines werkten. Hier zorgt schaalvergroting voor meer specialisten met specifieke kennis van slechts enkele producten (Esselink, 2018).

De huidige situatie

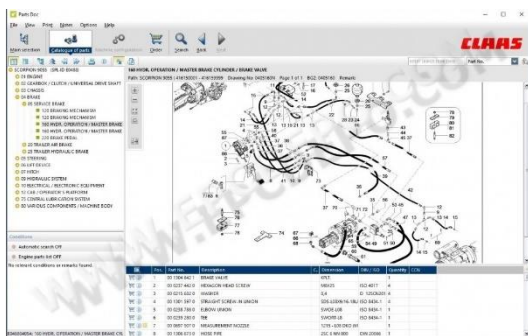
De fabrikanten die landbouwmachines produceren hebben allemaal hun eigen kijk op aftersales en hebben hier hun eigen oplossingen voor gevonden.

De aftersales in de landbouwmechanisatie verschilt ten opzichte van het algemene begrip aftersales. Waar er over het algemeen met aftersales alles na de verkoop bedoeld wordt, valt in de regel het in gebruik stellen van de machine in de landbouwsector bij de verkoop en wordt dan ook vaak gedaan door de vertegenwoordiger al dan niet samen met een specialist. De service die na het eerste gebruik van de eindgebruiker plaatsvindt noemt men wel aftersales (marketingtermen, 2019).

Deze services zijn grofweg op te delen in 3 verschillende onderdelen:

- Documentatie
Schriftelijk document of boek welke tekeningen, schema's en vaak checklists bevat die beschikbaar zijn voor dealers.
- Ondersteuning
Wanneer de documentatie tekortschiet, kunnen specialisten vanuit de fabriek of importeur assistentie verlenen. Dit kan telefonisch, in persoon of via de mail.
- Onderdelen levering
Het voorzien van de dealers in onderdelen.

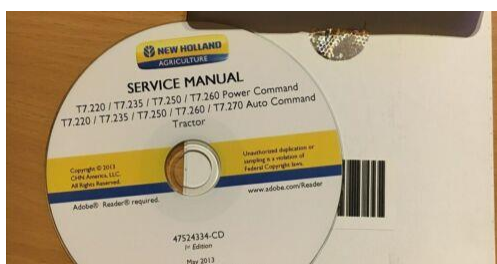
Fabrikanten hebben allen hun eigen systeem voor het aanbieden van deze services. Veel voorkomend zijn online platforms, offline computerprogramma's en papieren boeken. Voorbeelden hiervan zijn te vinden in figuur 1, figuur 2 en figuur 3. In veel gevallen zijn deze systemen afgeschermd, waarbij enkel de dealers met een licentie toegang hebben tot de publicaties. Hierdoor wordt ervoor gezorgd dat dealers ook exclusief dealer blijven.



Figuur 1, offline omgeving. Overgenomen uit *Parts doc* van Claas, 2019. Copyright 2019, Claas

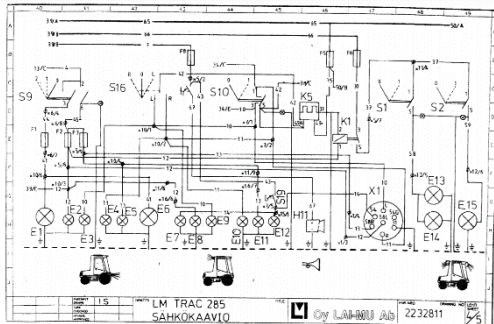


Figuur 2, papieren publicatie Overgenomen uit *Servicemanual* van New Holland, 2005. Copyright 2019, New Holland

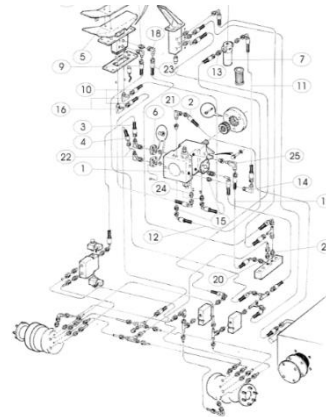


Figuur 3, publicatie op een cd. Overgenomen uit *Service manual* van New Holland, 2008. Copyright 2008, New Holland.

In de bovenstaande voorbeelden figuur 1, 2 en 3 staan onder andere schema's en tekeningen. Daarnaast staan er in veel gevallen ook werkvolgordes en details voor diverse reparaties in. Enkele voorbeelden hiervan zijn weergegeven in figuur 4 en 5.



Figuur 4, Elektrisch schema. Aangepast overgenomen uit *Metra 285 HD spare parts catalogue* van Laimu, 2002 (http://www.laimu.fi/wp-content/uploads/2012/01/VOK_LM285_5-2002.pdf). Copyright 2002, Laimu

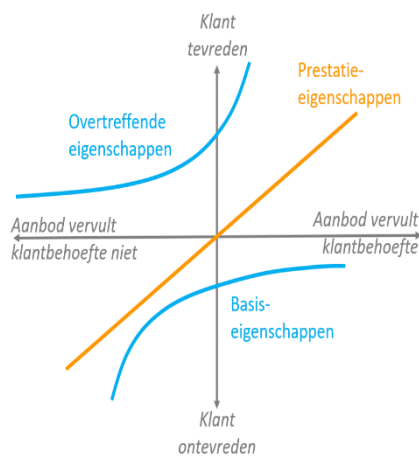


Figuur 5, Onderdelen tekening, d.m.v. exploded view methode. Aangepast overgenomen uit *LMtrac 285 HD spare parts catalogue* van Laimu, 2002 (http://www.laimu.fi/wp-content/uploads/2012/01/VOK_LM285_5-2002.pdf). Copyright 2002, Laimu

Ondersteuning kan gegeven worden via de e-mail of telefoon maar het komt ook voor dat er een monteur van de fabrikant of importeur langs gestuurd wordt.

Een fabrikant is verplicht om naar redelijkheid onderdelen te blijven leveren. Hoewel er geen verplichte termijn is, is de praktijk dat er tot 15 jaar na het stoppen van de productie van een type de onderdelen te bestellen moeten zijn (AMT, 2015). In de landbouw zijn de veelgevraagde onderdelen echter veel langer leverbaar. Er zijn nu nog onderdelen van tractoren en machines van meer dan 40 jaar oud leverbaar (Koetsier, 2019).

Klanttevredenheid



Figuur 6, Kano model. Aangepast overgenomen van <https://managementmodellensite.nl>, Kano-Model (<https://managementmodellensite.nl/kano-model/#.XdL521dKjg8>) Copyright 2019, managementmodellensite

Als een dealer goed ondersteund wordt gedurende zijn reparaties, zal hij hier tevreden door worden. Hij kan immers zijn klanten van snelle en goede service voorzien. De tevredenheid van een klant bestaat uit 3 gedeeltes, Delighters, dissatisfiers en satisfiers (Young-Jin, Seo, & Um, 2018) echter zijn hier de meningen over verdeeld. Zo beweerd (Ted, 2015) dat er slechts 2 soorten zijn, enkel satisfiers en dissatisfiers. Het KANO-model uit figuur 6 heeft 3 typen eigenschappen waarmee producten of diensten kunnen worden beoordeeld: prestatie eigenschappen, overtreffende eigenschappen en basis eigenschappen. In het Engels respectievelijk Satisfier, Delighter en dissatisfier (Young-Jin, Seo, & Um, 2018). Dit is anders als bij de methode van Ted, waar de een Delighter als satisfier benoemd wordt. Ander onderzoek heeft ertoe geleid dat er nog meer termen worden gegeven aan dezelfde eigenschappen zoals attractive, one-dimensional en Must-be (Sunil, Kumar, & Routroy, 2017). Vanaf hier

worden de termen uit het artikel van Young-sin & Um aangehouden.

Dissatisfiers zijn zaken die aanwezig horen te zijn, zijn deze niet aanwezig, dan zorgt dit voor een teleurstelling of irritatie. Echter zorgt de aanwezigheid hiervan niet voor extra tevredenheid. Bij delighters is dit exact andersom en zorgt de aanwezigheid van een delighter voor een grotere tevredenheid, maar het ontbreken hiervan niet voor vermindering van de tevredenheid. Satisfiers zijn zaken die wanneer deze in mindere mate tot niet aanwezig zijn voor ontevredenheid zorgen maar wanneer deze dat wel zijn wel voor tevredenheid zorgen, kortgezegd hoe meer hoe beter.

Om dit te verduidelijken een voorbeeld (C2C Solutions, 2014).

Een delighter bij een hotel is een gratis minibar: krijg je het zorgt het voor tevredenheid, krijg je het niet zorgt dit niet voor ontevredenheid.

Een satisfier kan zowel zorgen voor ontevredenheid als tevredenheid: bijvoorbeeld het inchecken bij een hotel: gaat dit erg snel zorgt dit voor tevredenheid maar gaat dit erg langzaam dan zorgt dit voor ontevredenheid.

Een dissatisfier zorgt enkel voor ontevredenheid wanneer deze niet aanwezig is, zoals handdoeken in een hotelkamer: zijn deze er dan is dat prima maar ga je je er niet anders door voelen, zijn deze er niet dan mis je ze en dan zul je je ontevredener voelen.

Klantbinding

Om als bedrijf klanten te kunnen binden moet hier door het bedrijf veel aandacht aan besteed worden. Een klant waarmee een fabrikant een goede relatie heeft moet tevreden zijn over de services van de fabrikant (Medha, Srivastava, & Rai, 2018). Daarnaast wordt er in dit artikel gesteld dat een dealer voor een hechte binding ook emotioneel bij een fabrikant betrokken moet zijn.

Doordat elke relatie tussen een fabrikant en een dealer anders is, waardeert ook elke dealer de service anders, zie tabel 1. Zo zal de ene dealer een korting van enkele procenten extra als een delichter ervaren terwijl een andere dealer zal zich meer tevreden gaan voelen als een importeur of fabrikant regelmatig advertenties in een vakblad zet. Het geven van korting valt onder financiële binding, de dealer geniet namelijk een financieel voordeel. Het adverteren en het uitbrengen van reclamecampagnes wordt gezien als sociale binding, zie tabel 1. Door hier onderscheid in te maken, kan erachter gekomen worden wat de achterliggende gedachte is van deze tevredenheid, wat op zijn beurt weer kan helpen bij het verbeteren van de services (Li & Schürhof, 2014).

Tabel 1, Verschillende typen klantbinding.

Financiële binding	Sociale binding	Structurele binding
Prijskortingen Beloningen 'Geld terug' garanties Klantenkaarten	Merkbeleving door positionering en branding Intensieve dialoog en frequent, individueel contact met klanten Wederzijds respect en vertrouwen Loyaliteit, erbij willen horen	Producten en diensten op maat leveren Niet kopieerbare producten en diensten leveren Toegevoegde waarde en extra's bieden Op abonnement- of contractbasis werken

Opmerking. Overgenomen uit *Dealer Networks* door Li, D., & Schürhof. N, 2014, Copyright 2014, Opgehaald van <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jofi.12728>

De praktijk is dat een dealer vaak enkele merken heeft, waaronder vaak een trekker merk, waarmee hij een sociale binding heeft en enkele merken met een financiële en structurele binding. Het mechanisatiebedrijf heeft vaak een sociale binding met de trekker leverancier, dit dragen zij trots naar buiten en promoten dit merk veel. Daarnaast zijn er vaak nog enkele andere leveranciers waarmee het mechanisatiebedrijf een sociale binding heeft, bijvoorbeeld de hooibouw- en grondbewerkings-machines. Kenmerkend is dat er vaak niet veel leveranciers zijn waarmee de dealer een sociale binding heeft. Daarnaast heeft een mechanisatiebedrijf een structurele binding met diverse leveranciers waar de dealer niet zonder kan. Dit zijn onder andere de olie en onderdelen leverancier, en de leverancier van specialistische machines. Een financiële binding heeft het mechanisatiebedrijf met leveranciers die producten aanbieden die een concurrerende prijs-kwaliteit verhouding hebben, waardoor deze voor sommige klanten aantrekkelijk worden (Hartl, 2017).

In vergelijking met de klanttevredenheid en loyaliteit betekent dit dus dat:

- Een dealer met een sociale binding het meest loyaal is naar een merk, het voelt hier namelijk veel emotionele waarde.
- Een dealer met een structurele binding ook een goede band wil met een fabrikant, het wil hier op kunnen bouwen en vertrouwd de fabrikant.
- Een dealer met een economische relatie het minst gebonden is aan een fabrikant. Is een vergelijkbaar product ergens anders goedkoper, vindt deze het niet moeilijk om over te stappen.

Deze drie typen verschillende typen binding zeggen erg veel over wat een dealer als delichter, satisfier of dissatisfier ervaart. Echter is dit vaak voor fabrikanten nog niet duidelijk welke services dealers positief ervaren. Ondanks dat de aftersales niet het enige is wat voor klanttevredenheid en dus voor een goede klantbinding zorgt, zal dit onderzoek zich hier wel tot beperken.

Hoewel dealer en fabrikant vaak samenwerken, is dit vaak eenrichtingsverkeer waardoor de opmerkingen van de dealers vaak niet gehoord worden. Hierdoor kan het voorkomen dat er bepaalde services aanwezig zijn die niet gebruikt worden, terwijl andere services wellicht door de dealers gemist worden. Het is voor de efficiëntie van de reparatie van belang dat het aanbod van de fabrikant of importeur wordt afgestemd op de wensen van de dealer. Hierdoor kunnen reparaties versneld en de service dus verbeterd worden.

Het is voor fabrikanten momenteel nog onduidelijk waar dealers behoefte aan hebben om de eindgebruikers van een goede service te kunnen voorzien. Het is voor fabrikanten van belang hier inzicht in te krijgen doordat de fabrikanten hun services dan beter kunnen afstemmen op de wensen van de dealers waardoor de aftersales service stijgt en waardoor de tevredenheid door de gehele bedrijfsketen stijgt.

Hoe fabrikanten hun aftersales services het beste kunnen organiseren zodat de grootste tevredenheid wordt gehaald bij de dealers zal de kern zijn van dit onderzoek. Door ook dit wederom te specificeren in de 3 verschillende onderdelen, te weten: documentatie, ondersteuning en onderdelenlevering, wordt ervoor gezorgd dat er een gedetailleerd overzicht komt in wat er gevraagd wordt vanuit de dealers.

Door het onderzoek te specificeren tot Nederlandse fabrikanten met internationale dealers wordt ervoor gezorgd dat de gevonden data specifiek door Nederlandse fabrikanten gebruikt kan worden. Hierdoor worden er geen verschillende landen door elkaar gehaald wat de betrouwbaarheid van de data ten goede komt. Door wel de internationale dealers mee te nemen wordt er daarnaast wel voor gezorgd dat de resultaten voor de gehele organisatie te gebruiken zijn. Het zou namelijk kunnen zijn dat iemand uit een ander land met een andere cultuur andere wensen heeft. Omdat Nederland echter veel samenwerkt met haar buurlanden worden naast Nederland ook Duitsland en België meegenomen. (EU regio's , sd). Hierdoor is het onderzoek uitgevoerd in de volgende landen:

- Nederland
- Duitsland
- België

Hieruit is de volgende hoofdvraag ontstaan:

Hoe kunnen Nederlandse fabrikanten van landbouwmachines de tevredenheid van dealers maximaliseren aangaande de aftersales services?

Deze vraag is te beantwoorden door het antwoord te vinden op de volgende vragen:

1. Welke factoren zijn van belang voor een het goed functioneren van aftersales in deze specifieke sector?
2. Over welke punten zijn dealers tevreden aangaande de aftersales?
3. Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande de aftersales?
4. In welke mate zijn deze factoren van belang voor de klanttevredenheid?

3. Materiaal en Methode

In dit hoofdstuk is te lezen hoe het onderzoek is uitgevoerd. Onder andere de wijze van het doen van onderzoek en analyse is hier te vinden.

Door onderzoek te doen naar de aftersalesafdeling van diverse landbouwfabrikanten is duidelijk geworden welke services er al zijn, welke overbodig zijn en welke er nog missen. Hier kan een fabrikant op inspelen waardoor deze de tevredenheid van dealers kan laten stijgen. Doordat er onderzoek is gedaan naar meerdere fabrikanten zijn er ook meerdere wijzen van het organiseren van aftersales geanalyseerd, waardoor er duidelijk is geworden wat goed werkt en wat niet.

Er bestaan verschillende manieren om te onderzoeken, zo is er onder andere het literatuuronderzoek, waarbij er onderzoek gedaan wordt naar bestaande bronnen. Daarnaast bestaat er praktijkonderzoek, waarbij er een analyse wordt gemaakt van de uitkomst van diverse proeven of interviews. Praktijkonderzoek is op te delen in 2 soorten onderzoek te weten: kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Kwantitatief onderzoek wil zeggen dat er een hoog aantal onderzoeken plaats vinden met minder diepgang, dit is bijvoorbeeld een enquête. Kwalitatief onderzoek is onderzoek welke minder vaak wordt uitgevoerd, maar met veel diepgang. Een interview is hier een voorbeeld van (Baarda, et al., 2018).

Voor het onderzoek is er gekozen om een kwalitatief praktijkonderzoek aan de hand van interviews te houden. Er is hiervoor gekozen omdat er nog weinig onderzoek gedaan is naar aftersales bij landbouwmachine-fabrikanten. Het onderzoek is gedaan aan de hand van interviews met vakspecialisten zoals chef werkplaatsen en magazijnchefs van dealerbedrijven en daarnaast aftersalesmedewerkers bij fabrikanten. Deze personen hebben veel met de services die een fabrikant aanbiedt te maken waardoor deze hier veel ervaring mee hebben opgebouwd. Hierdoor hebben deze personen duidelijke meningen gecreëerd over de aftersales van landbouwmachine fabrikanten en kunnen met goede oplossingen komen.

De verschillende interviews zijn gehouden aan de hand van een half gestructureerd onderzoek. Een half gestructureerd onderzoek houdt in dat er van tevoren een interview structuur gemaakt is met diverse vragen maar hier kan wel van worden afgeweken mocht de geïnterviewde meer informatie willen geven. Belangrijk is wel dat alle vragen die wel in structuur staan wel zijn behandeld (Newcomer, Hatry, & Wholey, 2015). Hierdoor is het onderzoek objectief gebleven. Hiervoor is gekozen omdat elk bedrijf een andere visie en mening heeft over aftersales. Door deze structuur aan te houden is er meer informatie uit de verschillende interviews gekomen. De interview structuren zijn terug te vinden in de bijlages, de structuur voor een dealer in bijlage 1 en de structuur voor fabrikanten in bijlage 2.

De keuze voor de diverse bedrijven die zijn geïnterviewd is willekeurig gemaakt. Wel is er gekeken uit welke bedrijven een selectie is gemaakt. Enkel in Nederland zijn er ruim 850 landbouwmechanisatiebedrijven (Gier, 2019). Hoeveel dit er in Duitsland en België zijn is niet bekend. Hier zitten echter ook veel zzp'ers bij inbegrepen, volgens het bovengenoemde rapport 296. Hoewel ook deze te maken krijgen met de after-sales van diverse bedrijven, zijn deze bedrijven vaak geen hoofddealer van een bepaalde fabrikant. Hierdoor hebben deze bedrijven in veel gevallen niet de volledige toegang tot de aftersales services van een fabrikant, waardoor deze bedrijven geen goed beeld kunnen schetsen van de situatie bij fabrikanten. Om er daarnaast voor te zorgen dat een geïnterviewde dealer een goed afgewogen antwoord kan geven zijn er alleen dealers geïnterviewd die dealer van meerdere merken zijn en waarvan zij meerdere machines per jaar verkopen. Daarnaast hebben alle geïnterviewde dealers een chef werkplaats, welke in veel gevallen geïnterviewd is. Dit waarborgt dat de dealers regelmatig contact hebben met verschillende fabrikanten. Hierdoor kunnen de dealers een goed beeld geven over de huidige situatie. Wanneer een dealer slechts zakendoet met 1 fabrikant of importeur, kan hier een vertekend beeld uit komen.

Volgens Scholl & Olivier (2014) is een goed kwalitatief onderzoek uit te voeren met 4 tot 8 interviews. Meer is altijd mogelijk, maar doordat er dan verzadiging optreedt is dit niet nodig. Door van deze 4 tot 8 interviews een gemiddelde van te nemen, zijn er 6 interviews uitgevoerd. Deze 6 zijn internationaal verdeeld door er 1 in België, 1 in Duitsland en 4 in Nederland plaats te laten vinden.

Ook bij de fabrikanten is er een strikte selectie nodig geweest om een goed inzicht te kunnen krijgen hoe een Nederlandse fabrikant er over denkt. Allereerst moet de fabrikant zowel producten in Nederland alsook in het buitenland leveren. Omdat het gehele onderzoek over de landbouwmechanisatie gaat moeten ook deze fabrikanten machines produceren voor gebruik in de landbouw. Tevens moet de fabrikant in zowel binnen- als buitenland met dealers werken. Bij directe verkoop is de service aanpak niet vergelijkbaar. Het aantal interviews is gelijk met de dealers: 6. Dit aantal wordt ook bevestigd door Doorewaard, Kil en Van de Ven (Doorewaard, Kil, & Ven, 2015)

Tijdens de interviews zijn er aantekeningen gemaakt waardoor alle informatie goed is genoteerd. Doordat er binnen een half uur na het interview een uitgebreide samenvatting is gemaakt van het interview, is ervoor gezorgd dat de meeste informatie goed opgeslagen is (Sanj, 2011-2018). Echter is dit niet voldoende. Om ervoor te zorgen dat alle informatie juist genoteerd is en ervoor te zorgen dat er tijdens het maken van de samenvatting geen fouten gemaakt zijn, is het interview ook opgenomen en is hier later een transcriptie van gemaakt. Met deze transcriptie is de reeds genoteerde informatie gecontroleerd en zo is gewaarborgd dat alle bruikbare informatie juist genoteerd staat en later verwerkt kon worden in het verslag. Daarnaast is er van de geïnterviewde dealers gevraagd of zij een lijst wilden opstellen waarin genoteerd staat wat voor een service(s) of document(en) zij zullen gaan gebruiken tijdens het uitvoeren van de aftersales en zo voor een hogere klanttevredenheid zal gaan zorgen bij de dealers. Door de dealers hier een rangschikking in te laten maken, is hieruit een prioriteitenlijst af te leiden. Een voorbeeld van deze service en documentenlijst is in tabel 2 te vinden.

Tabel 2, voorbeeld van een services lijst, ingevuld door de geïnterviewden

Services	Gradatie (1-10) waarbij 1 = weinig toevoeging 10 = erg grote toevoeging
<i>Onderdelenboek</i>	8
Checklist	6
....	

De fabrikanten hebben een soortgelijke aanpak gekregen. Ook hier zijn er tijdens het interview geluidsopnamen gemaakt en zijn deze later getranscribeerd. De antwoorden die hieruit gekomen zijn, zijn verderop in het onderzoek verwerkt als vergelijking met de uitkomsten van de dealer interviews.

Nadat alle informatie verzameld is, is deze geanalyseerd. Door de informatie overzichtelijk naast elkaar te zetten in een tabel, is er een goed overzicht ontstaan waar de verschillende bedrijven gelijkenissen en verschillen tonen. Dit kan het beste worden gedaan aan de hand van diverse codes. Dit wordt gedaan door het aanmaken van codes voor een vraag en de diverse antwoorden die hiervoor gegeven worden. Hierdoor wordt het overzichtelijker en daarnaast kunnen er makkelijker verbanden gelegd worden (Boeije H. , 2005). Tevens wordt het hierdoor inzichtelijk waar de bedrijven gezamenlijk tevredener van worden. Door de services onder elkaar te zetten, is er een goed overzicht tot stand gekomen aan welke services fabrikanten de meeste prioriteit zouden moeten geven en in welke services fabrikanten minder energie hoeven te steken. Hoe vaker een dealer een bepaalde service als belangrijk opgeeft, hoe hoger deze service in de lijst is beland. Naar deze informatie is objectief gekeken en is de mening van de auteur niet meegenomen. Door de overige vragen te hebben geanalyseerd is er te verklaren waardoor er verschillen zitten tussen diverse bedrijven en de behoeften van deze bedrijven.

Het is voor de fabrikanten van belang dat er een zo duidelijk mogelijk plan gecreëerd kan worden waarbij er services worden aangereikt waarmee de dealerbedrijven het beste reparaties en service uit kunnen voeren. De doelgroep voor het onderzoek is dan ook de fabrikant. Deze moeten uiteindelijk de actie gaan ondernemen om hun aftersales te verbeteren.

4. Resultaten

4.1 Welke factoren zijn van belang voor een het goed functioneren van aftersales in deze specifieke sector?

Tabel 3, een kort overzicht met de factoren die genoemd werden bij de bovenstaande deelvraag.

Nr.	Factor	Deelfactor
Dealer	1. Onderdelenvoorziening	Voorraad
		Levertijd
	2. Documentatie	Kloppende onderdeeltekeningen
		Reparatiehandleidingen
		Gebruikershandleidingen
		Zoeken op serienummer
		De documentatie is compleet
		De documentatie is digitaal
		Prijzen van onderdelen beschikbaar
		Onderhoudsschema
		Checklist
	3. Communicatie	Bereikbaarheid van de juiste personen
		Bereikbaarheid buiten kantooruren
		Communicatiesystemen
	4. trainingen	Monteurstrainingen
	5. Ondersteuning	Telefonische ondersteuning
		Fysieke ondersteuning
		Updates
Fabrikant	1. onderdelenvoorziening	Voorraad
		Voorraad van oudere machines
		Levertijd
	2. Documentatie	Digitale documentatie
		Kloppende documentatie
	3. Communicatie	Online omgeving
		Persoonlijk contact
	4. Traingenen	Wanneer nodig
	5. Ondersteuning	Wanneer nodig

Dealer

Onder de dealers is gevraagd wat zij belangrijk vinden vanuit de fabrikant om een goede aftersales service te kunnen verlenen aan de eindgebruikers. Opvallend is dat de meerderheid van de dealers het met elkaar eens is, slechts een enkeling wijkt hiervan af. Gegeven zijn de volgende factoren:

- Onderdelenvoorziening

Onderdelenvoorziening werd door elke dealer als een belangrijke factor genoemd. Vooral het op voorraad zijn van onderdelen en een snelle levertijd wordt vaak genoemd.

“Wanneer in het seizoen een machine stilstaat doordat er een defect is, moet deze zo snel mogelijk weer aan het werk. Het meerdere dagen moeten wachten op onderdelen is dan echt uit den boze.”
(dealer 6, 2020, p.50)

- Documentatie

Ook documentatie is genoemd als een erg belangrijke factor door de meerderheid van de dealers. Specifiek gaven zij aan de volgende factoren belangrijk te vinden:

- Kloppende onderdelentekeningen
- Reparatiehandleidingen
- Goede gebruikershandleidingen
- Mogelijkheid tot zoeken op serienummer
- Complete documentatie
- Digitale beschikbaarheid.
- Prijzen beschikbaar van de onderdelen
- Een eenvoudig onderhoudsschema
- Een eenvoudig te gebruiken checklist

Met name de kloppende onderdelentekeningen, reparatiehandleidingen en duidelijke gebruikershandleidingen werden vaak genoemd bij de dealers. slechts 1 van de ondervraagde dealers verkiest papieren documentatie over digitale.

Het is erg belangrijk dat ik eenvoudig de juiste onderdelen kan vinden die ik nodig ben om de machine te repareren. Ik vind dat het eenvoudigst gaan wanneer ik het serienummer over kan nemen vanaf het type plaatje. Er sluipen namelijk erg snel fouten in wanneer een fabrikant een keer een modificatie doorvoert.
(Dealer 1, 2019, p.43)

- Communicatie

Naast onderdelenvoorzieningen en documentatiesystemen werd communicatie ook genoemd als een belangrijke factor voor een goede aftersales. De dealers geven aan hierbij vooral de eenvoud van het bereiken van de juiste personen, de bereikbaarheid buiten kantooruren, en het systeem van communiceren belangrijk te vinden.

- Trainingen

Een goede technische training is door een meerderheid van de ondervraagde dealers genoemd als belangrijke factor.

Een ander belangrijk onderdeel zijn de cursussen waar de monteurs naar toe kunnen, om meer kennis te krijgen van de machines waaraan ze moeten werken. Hier wordt onder andere de werking en de plaats van diverse onderdelen uitgelegd en wat de beste manier is om storingen te vinden. Ieder jaar gaan diverse monteurs van ons hiernaartoe om op de hoogte te blijven.

(Dealer 5, 2020, p. 49)

- Ondersteuning

De ondersteuning vanuit een fabrikant hangt nauw samen met de communicatie. Hoe wordt er iets ondersteund, en hoe wordt dit gecommuniceerd. Belangrijkste ondersteuning vinden de dealers de technische ondersteuning. Dit gebeurt zowel fysiek als telefonisch. Dit wordt dan ook vaker als belangrijke factor genoemd als bijvoorbeeld het ondersteunen bij het verzamelen van data of uitvoeren van updates.

Fabrikant

De fabrikanten geven aan te verwachten dat de dealers de volgende factoren goed kunnen gebruiken bij het goed kunnen laten functioneren van de aftersales

Binnen de fabrikanten zitten grote verschillen hoe zaken zijn aangepakt. Deze verschillen komen vaak voort uit de bedrijfsgroote van deze fabrikanten. Bij de fabrikanten wordt veel aandacht besteedt aan de aftersales. Vooral de onderdelenvoorziening wordt belangrijk gevonden. De insteek hierin is wel verschillend. Een enkeling kiest ervoor zoveel mogelijk 'normdelen' (delen die niet specifiek voor een machine / merk gemaakt worden maar algemeen beschikbaar zijn). De meerderheid legt echter een eigen voorraad aan met maatwerk onderdelen. De fabrikanten melden verder dat het bijzonder is dat zij onderdelen lang blijven produceren. Zo kun je bij enkele fabrikanten nog onderdelen bestellen van machines die 45 jaar geleden geproduceerd zijn.

De visie van de fabrikanten over levertijd is bij de meerderheid gelijk. Het snel leveren van onderdelen moet zeker een optie zijn, maar moet ook extra mogen kosten. Ook moet de mogelijkheid bestaan om voor minder verzendkosten te kunnen bestellen. Het mag dan langer duren voor de onderdelen geleverd zijn.

De verkoop van onderdelen hebben wij anders aangepakt als vele anderen. 90 procent van onze verkochte onderdelen zijn slijtdelen. Door hiervoor een samenwerking te zoeken met een groothandel in agrarische onderdelen, hebben wij hier geen werk meer mee en heeft de dealer altijd de onderdelen op tijd. Zo kunnen wij ons bezig houden met onze corebusiness, machines bouwen.

(fabrikant 6, 2020, p. 59)

De fabrikanten geven aan bezig te zijn met de omschakeling naar digitale documentatie. Van nieuwe machines geven de fabrikanten aan alles ten minste online beschikbaar te stellen, sommige ook nog op papier. Redenen hiervoor zijn dat updates eenvoudiger doorgevoerd kunnen worden, zoeken eenvoudiger wordt gemaakt en het maakt het zoeken op machinenummer mogelijk. Ook wordt met digitale documenten een langere levensduur gegarandeerd van de documentatie.

De fabrikanten doen dit ook met de communicatie. Echter is binnen de communicatie de verdeeldheid groter. Waar de grotere fabrikanten de moeite nemen om hiervoor een online omgeving op te zetten, geven de kleinere fabrikanten aan op de telefoon te blijven focussen.

Voor de toekomst is er de wens een portalcomputersysteem in te zetten waarin de dealer de machines zelf kunnen configureren. Ook zal elke machine een eigen code krijgen, waar na inloggen direct de historie duidelijk is. Er zoveel mogelijk data verzameld worden over het gebruik van de machine. Dit om de dealer te motiveren en het te vergemakkelijken voor het personeel.
(Fabrikant 3, 2020, p. 54)

Op gebied van training is eenzelfde verdeeldheid te zien. De fabrikanten die complexe machines aanbieden focussen veel op trainingen, die vinden zij erg belangrijk en wordt veel aandacht aanbesteed. Dit is minder bij de fabrikanten van de meer eenvoudige machines. Fabrikanten geven aan dat trainingen hiervoor niet nodig zijn.

4.2 Over welke punten zijn dealers tevreden aangaande de aftersales?

Tabel 4, een kort overzicht met de factoren die genoemd werden bij de bovenstaande deelvraag.

Nr.	Factor	Deelfactor
Dealer 1.	Communicatie	Informatievoorziening
		Zowel online, telefonisch als via de e-mail
		Korte lijnen
2.	onderdelenvoorziening	Voorraad
		Levertijd
3.	trainingen	Trainingen en cursussen
		gradaties
Fabrikant 1.	onderdelenvoorziening	Veel aandacht
		Onderdelenboeken
2.	ondersteuning	Storingsnummer
		Korte lijnen
3.	documentatie	Al veel online

Dealer

De tevredenheid van dealers wisselt erg per fabrikant. Wanneer een fabrikant het een op orde heeft, hoeft een andere fabrikant dit niet te hebben. Over het algemeen is men tevreden.

Het merendeel van de dealers is tevreden over de communicatie bij de fabrikanten. Vooral bij de kleinere fabrikanten zijn de fabrikanten erg welwillend om de dealers van de juiste informatie te voorzien, zowel via de telefoon als via de email. Volgens de dealers komt dit door de korte lijnen bij de fabrikanten.

Het achter de hand hebben van technische specialisten bij een fabrikant vind ik erg belangrijk en werkt bij alle fabrikanten waar ik mee werk erg goed. Het is wel erg verschillend hoe ik deze moet benaderen. Zo heeft het trekker merk een volledig onlineprogramma waar ik vragen kan stellen, maar ook de eerder gestelde vragen kan zien. Andere kleinere fabrieken bel ik op met een vraag of stuur ik een e-mail. In de meeste gevallen krijg ik erg snel reactie met een hulpvol antwoord of wedervraag.
(dealer 5, 2020, p.49)

Daarnaast zijn de dealers het over het algemeen erg tevreden over de onderdelenvoorziening. Zo erg dat de dealers zelf minder onderdelen op voorraad leggen. Zoals dealer 1 (2019) aangeeft: “Door de groei in de hoeveelheid verschillende onderdelen die de dealers nodig zijn en het minder worden van het aantal verkochte machines per dealer, leggen de mechanisatiebedrijven minder onderdelen zelf op voorraad maar vertrouwen op de voorraad van de fabrikant” (p.39). Een snelle levering is hierbij wel van belang. Ook hierover zijn de dealers tevreden. Bij zo goed als alle fabrikanten is het mogelijk om de onderdelen via nachtlevering de volgende dag binnen te hebben.

Waar de dealers ook graag gebruik van maken zijn de trainingen en cursussen voor de monteurs. Hierover is het merendeel van de dealers tevreden. Een dealer prijst de mogelijkheid tussen verschillende diepgang gradaties. Hij geeft aan hierdoor een van zijn monteurs specialist te kunnen maken, maar de rest wel de basiskennis mee te geven.

Fabrikant

Over goed lopende factoren zeggen fabrikanten het volgende.

Veruit de meeste aandacht besteden de fabrikanten aan een goed onderdelenmagazijn en de organisatorische kant hiervan. Daarnaast wordt ook veel aandacht besteed aan de onderdelenboeken. De gedachte van de fabrikanten is hierbij dat het voor elkaar hebben van het onderdelenmagazijn en onderdelenboeken stilstand kan reduceren tot een minimum. Daarnaast wordt veel aandacht besteed aan de bereikbaarheid van de fabrikanten. Vooral tijdens kantooruren wordt ervoor gezorgd dat de juiste personen eenvoudig te bereiken zijn. Een enkeling geeft aan ook een storingsnummer/noodnummer te hebben waar buiten de kantooruren op gebeld kan worden.

De fabrikanten zeggen ook allemaal dat ze druk zijn om de documenten die ze hebben in een onlinedatabase te krijgen. De huidige machines zijn er al te vinden, aan de gedateerde modellen wordt gewerkt. Er wordt volgens de fabrikanten al veel gebruik van gemaakt en werkt goed.

4.3 Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande de aftersales?

Tabel 5, een kort overzicht met de factoren die genoemd werden bij de bovenstaande deelvraag.

Nr.	Factor	Deelfactor
Dealer 1.	documentatie	Kloppende documentatie
		Onvolledige documentatie
		Onoverzichtelijk gerangschikt
		Meer foto's is wenselijk
		Documentatie van oudere machines ook online
2.	onderdelenvoorziening	Het hebben van een webshop
		Pagina met interactieve tekeningen
Fabrikant 1.	onderdelenvoorziening	webshop
		Meerdere magazijnen, levertijd wereldwijd omlaag
	2. ondersteuning	Machines online uit kunnen lezen
		Machines kunnen volgen
	3. documentatie	Volledige online omgeving

Dealer

Naast de factoren waar de dealers tevreden over zijn, zijn er ook factoren welke verbeterd kunnen worden.

Dealers geven aan dat deze verbeterpunten vrijwel allemaal betrekking hebben tot de informatievoorziening. Diverse modificaties worden niet in de documentatie doorgevoerd of de schema's zijn niet toereikend of kloppend. Daarnaast de structuur onoverzichtelijk zijn, waardoor het erg lastig wordt de goede informatie te vinden. Ook is meerdere malen gezegd dat er meer met foto's gewerkt zou moeten worden. Zowel overzichtsfoto's en detailfoto's zouden erg helpen bij reparaties volgens meerdere dealers.

Hoewel het als erg positief wordt ervaren dat veel informatie online staat, wordt de wens uitgesproken om ook de oudere informatie online te kunnen vinden. Hierdoor is alle informatie te vinden op 1 plek en kunnen ook de oudere machines eenvoudig onderhouden worden.

Van het merk grondbewerkingsmachines wat ik voer ben ik nog niet lang dealer, nadat het merk wat ik eerst voerde failliet gegaan is. Hierdoor ontbreekt binnen het bedrijf de kennis van de oudere machines. Ik zou het dan ook ideaal vinden als deze informatie wel vindbaar zou zijn voor wanneer ik tweedehands machines verkoop.
(dealer 6, 2020, p. 50)

De grote fabrikanten hebben meestal een webshop voor de onderdelenvoorziening, waar er bij de kleinere fabrikanten vaak via e-mail of telefonisch onderdelen besteld moet worden. Het bestellen via een webshop voorkomt fouten en gaat eenvoudig wordt gezegd. Hierin zouden andere fabrikanten zich kunnen verbeteren. In een ideale situatie is de webshop gelinkt aan de onderdelen tekeningen. Hierbij kan een onderdeel aangeklikt worden in een interactieve tekening. Er wordt dan direct duidelijk wat het deel kost, of het voorradig is en kan het besteld worden.

Fabrikant

Fabrikanten geven aan dat het werken met een webshop inderdaad erg goed werkt. Echter geven zij ook aan dat dit een erg grote investering vraagt waardoor de fabrikanten die hier niet groot genoeg voor zijn afhaken. Zij geven te werken met bestellingen van onderdelen via de e-mail. Verder geven de fabrikanten aan te werken aan de overgang naar een digitale omgeving. Op een enkeling na is deze overal online, en wordt op dit moment verbeterd. Waar fabrikanten daarnaast naartoe willen is het uit kunnen lezen van machines op locatie. Door middel van een internetverbinding kunnen zij machines uitlezen en hierdoor ook service verlenen en eventueel optimalisatie uitvoeren zonder fysiek aanwezig te zijn.

Een ander verbeterpunt is om de levertijd wereldwijd te verminderen. Hiervoor willen diverse fabrikanten wereldwijd magazijnen oprichten om daar onderdelen op te slaan op te kunnen verzenden naar dealers in de desbetreffende regio.

4.4 In welke mate zijn deze factoren van belang voor de klanttevredenheid?

Deze vraag is enkel beantwoord door dealers: enkel zij kunnen beoordelen wat zij belangrijk vinden. Dit hebben zij gedaan door een volgorde te maken in hoe belangrijk de dealers een factor vinden. Dit is terug te vinden in bijlage 3, bij de codes beginnend met een T.

Duidelijk wordt dat erg veel waarde wordt gehecht aan het hebben van een duidelijk reparatiehandboek met duidelijke foto's in deze documentatie.

Daarnaast moet volgens bijna alle dealers deze informatie compleet en kloppend zijn. Het zoeken op machinenummer is ook hoog aangeschreven en houdt volgens de geïnterviewden hiermee verband, door op machinenummer te kunnen zoeken wordt het eenvoudiger om de juiste informatie eenvoudig te kunnen vinden.

De documentatie moet vindbaar zijn op machine niveau, bijvoorbeeld via het serienummer van de machine. Dit geldt met name wanneer er modificaties doorgevoerd zijn. Het is dan erg vervelend als de tekeningen van een goed type, maar van een andere bouwserie naar voren komen die niet altijd helemaal kloppen.
(dealer 5, 2020, p.49)

Het tijdig en snel leveren van de onderdelen is erg belangrijk volgens de dealers. Zo zegt een geïnterviewde dat dit best optioneel kan zijn tegen een hogere verzendprijs, maar deze optie wel aanwezig moet zijn. Het hangt nauw samen met het voorradig zijn van de diverse onderdelen. Dit wordt ook als erg belangrijk ervaren. De diverse dealers gaven dezelfde redenen:

Onderdelenleveringen worden steeds belangrijker, omdat de dealer zelf steeds minder op voorraad heeft liggen. Een machinelijn wordt slechts enkele jaren geleverd waarna er weer een nieuwe lijn met nieuwe onderdelen komt. Hierdoor is het onmogelijk om alle onderdelen op voorraad te hebben. Een vereiste is daardoor wel dat er wanneer iets vandaag besteld wordt, het met nachtlevering diezelfde nacht geleverd moet kunnen worden. Dit mag extra kosten met zich meebrengen ten opzichte van een voorraad order. Vaak wordt hier extra korting op verleent. Met een voorraaddorder wordt bijvoorbeeld 's winters onderdelen besteld voor beurten waar geen haast bij is.
(dealer 1, 2020, p.43)

Waar ook door veel dealers erg veel waarde aan gehecht wordt is de communicatie met de fabrikant. Hier wordt binnen de aftersales vooral gebruik van gemaakt voor technische vragen en het regelen van garanties. In de meeste gevallen is hier bij de fabrikant een speciaal team of persoon aanwezig welke veel ervaring met de machines heeft en deze van binnen en buiten kent.

Om de monteurs ook eigen kennis te geven worden deze ook regelmatig op cursus gestuurd. Vooral bij ingewikkelde machines wordt dit gedaan. Dit is goed georganiseerd binnen de fabrikanten en wordt veel waarde aan gehecht binnen dealers.

Het hebben van een webshop wordt als minder belangrijk ervaren door de dealers. Wanneer een kleinere fabrikant geen webshop heeft maar de onderdelen via de e-mail besteld moeten worden wordt dit niet ervaren als een probleem. Van de grote spelers wordt dit wel verwacht. Al is dit in veel gevallen ook het geval. Vaak wordt dan ook de koppeling gemaakt met de tekeningen en de documentatie. Hierdoor kan een dealer die onderdelen wil bestellen dit vanuit de tekeningen doen. Dit wordt erg gewaardeerd vanwege de geringe kans op fouten en de snelle werking ervan.

Om voor de fabrikanten een duidelijk beeld hierin te geven is tevens gevraagd aan welke factoren de dealers de meeste waarde hechten. Door factoren waar dealers veel waarde aan hechten bovenaan te zetten en degene waar zij het minst zouden missen onderaan, is hier een goed beeld van gecreëerd.

Tabel 6, een kort overzicht met de factoren die genoemd werden, op volgorde van belang.

Nr.	Deelfactor
Factoren, in volgorde van waarde.	
1.	Documentatie
2.	Onderdelen levering
3.	Communicatie
4.	Online portal
5.	Snelle communicatie
6.	gebruikershandleidingen
7.	Track en trace codes

Het belangrijkste vinden dealers dat de documentatie op orde is: alle zes de geïnterviewde dealers hebben aangegeven dit als belangrijk te ervaren. Hier wordt altijd eerst in gekeken voordat er contact gezocht wordt. Onder andere de juistheid van informatie en het beschikbaar hebben van informatie over oudere typen wordt genoemd als verbeterpunt.

2^e factor op de lijst is de snelle levering van onderdelen. Wanneer een machine nieuwe onderdelen nodig heeft, moeten deze snel geleverd kunnen worden. In het seizoen is er soms weinig tot geen tijd voor stilstand.

3^e op de lijst staat communicatie. Voor technische ondersteuning wil men graag contact kunnen zoeken via de telefoon. Wanneer er foto's gestuurd moeten worden werkt Whatsapp het eenvoudigst. Het werken met deze twee media wordt als prettig ervaren door de snelheid van het reageren en het persoonlijke contact. Wanneer het langer mag duren, of er zakelijke dingen gevraagd worden zal er eerder worden gebruik gemaakt van de e-mail. Dit wordt ervaren als zakelijker en eenvoudiger om de gedeelde informatie op te slaan. Voor noodgevallen kan videobellen (zoals facetime bijvoorbeeld) een optie zijn. Door het tegelijkertijd delen van informatie kunnen storingen snel gelokaliseerd worden.

4^e factor is de online portal. Veel grote fabrikanten werken hier reeds mee. Onder de portal wordt een online omgeving verstaan, waarbij diverse documenten zoals gebruikershandleidingen, onderdeelboeken en reparatiehandboeken te vinden zijn. Daarnaast kan hier vaak gezocht worden in een database met eerder voorgekomen storingen en oplossingen.

5^e punt in deze lijst is de eerder bij communicatie aangehaalde snelle reactie op vragen. Wanneer een vraag snel beantwoord wordt, zorgt dit voor extra tevredenheid en geen frustratie.

6^e factor. De gebruikershandleidingen. Dealers ervaren het als prettig wanneer de fabrikant een duidelijke en uitgebreide handleiding meegeeft. Eindgebruikers komen dan met minder vragen naar de dealers en dat zorgt voor rust.

7^e factor heeft betrekking tot een track-en-trace code van de bestelde onderdelen. Dealerbedrijven hebben graag duidelijkheid wanneer ze hun onderdelen kunnen verwachten. Met een track-en-trace code wordt niet enkel bedoeld op de code van de koerier, maar ook vanuit het magazijn, bijvoorbeeld wanneer een onderdeel niet voorradig is, dan weet de dealer dit direct.

5. Discussie

Het doel van het onderzoek is erachter te komen hoe fabrikanten van landbouwmachines de klanttevredenheid van hun dealers kunnen vergroten, als we het over de aftersales hebben.

Voor het onderzoek zijn zowel dealers als fabrikanten van landbouwmachines geïnterviewd. Hierin is geconcentreerd op de Nederlandse fabrikanten en voornamelijk Nederlandse dealerbedrijven. Daarnaast zijn ook een Duitse en Belgische dealer geïnterviewd, om te zien of hierin verschil te zien is. Om zowel de kant van de dealer als van de fabrikant te horen, zijn naast dealers ook fabrikanten geïnterviewd.

De bereidheid mee te werken aan het onderzoek van de gevraagde bedrijven was groot. Hieruit blijkt weer dat de aftersales een hot thema is binnen de branche. Dit heeft tevens ook te maken met het tijdstip van het afnemen van de interviews, in de winter. Dan hebben de meeste bedrijven het minder druk, aangezien de machines dan minder gebruikt worden. Door het grote aantal geïnterviewde bedrijven is een betrouwbaar beeld ontstaan van de huidige situatie binnen de landbouwmechanisatie.

Welke factoren zijn van belang voor een het goed functioneren van aftersales in deze specifieke sector?

De dealers hebben een duidelijke mening over wat zij belangrijk vinden voor het goed uit kunnen voeren van aftersales. Door de dealers te vragen naar wat zij belangrijk vinden om prettig aan aftersales te werken, geven zij aan de volgende factoren als belangrijk te ervaren: het hebben van een goede en snelle onderdelenservice, een kloppende en uitgebreide documentatiedatabase, een goede bereikbaarheid voor technische ondersteuning en de mogelijkheid tot het krijgen van gedetailleerde cursussen.

Bij het onderzoek naar deze factoren probeerde de onderzoeker zo neutraal mogelijk te blijven en geen voorbeelden aan te halen. Wat opviel is dat sommige factoren haast normaal zijn geworden en dus ook niet als eerst worden genoemd terwijl deze wel erg veel gebruikt worden, een reparatiehandleiding bijvoorbeeld. Doordat de interviews in de winter, en dus buiten een piekperiode, plaatsvonden hadden de fabrikanten en dealers voldoende tijd om hierover in gesprek te gaan, wat interessante gesprekken heeft opgeleverd.

De praktijk komt grotendeels overeen met de eerder geschetste situatie in hoofdstuk 2, de huidige situatie, te vinden op blz. 9. Opvallend is dat zowel de dealer als de fabrikant veel waarde hechten aan trainingen en cursussen, iets wat eerder werd onderschat. Wat ook opvalt is dat dealers meer waarde aan een goede en snelle onderdelenlevering hechten als eerder gedacht.

Meer verdeeldheid is er over de documentatie. Waar er drie systemen bestaan (digitaal online, digitaal offline en op papier) wordt de online manier het meest geprezen. De offlinewijze wordt bijna niet meer gebruikt en de analoge (papier) wijze wordt nog regelmatig gebruikt, als is het vaak voor eenvoudige machines die niet veel documentatie nodig hebben.

Wat van tevoren zeker niet werd gedacht is hoe goed de fabrikanten op de hoogte zijn van de situatie bij de dealers. Tussen de verschillende visies op aftersales zit minder verschil dan eerder gedacht. Verschillen die er zijn, zijn vooral aanwezig bij factoren over data en gegevens. Zo wil de fabrikant graag weten wat er speelt bij de eindgebruikers, inzicht hebben waar de machines lopen en wat deze doen. De dealerbedrijven zijn hier toch wat huiverig voor, omdat zij dan eenvoudiger hun positie kunnen verliezen mochten de fabrikanten een reorganisatie willen doen.

Hoewel veel dealers op dit moment al tevreden zijn, kan verbetering worden gehaald in de soms erg belangrijke details. Zij kunnen nu zien wat de dealerbedrijven belangrijk vinden en dus belangrijk is om goed voor elkaar te hebben. Het helpt voor de fabrikanten dat de dealers het grotendeels met elkaar eens zijn.

Over welke punten zijn dealers tevreden aangaande de aftersales?

Dealers zijn over de meeste factoren die de fabrikanten aanbieden tevreden. Vooral over de communicatie en de onderdelenvoorzieningen zijn de dealers erg te spreken. Fabrikanten geven aan zich hierin te kunnen vinden. Ook geven zij aan erg veel aandacht aan de documentatie te geven.

Lastig aan het beantwoorden van deze vraag is dat de geïnterviewde dealers niet altijd dealer zijn van de geïnterviewde fabrikanten. Hierdoor konden bepaalde gevallen niet besproken worden en hoor je als onderzoeker vaak slechts 1 kant van het verhaal. Het is wel gelukt om een helder beeld te krijgen van de sector.

Waar er in hoofdstuk 2 wordt gesproken over 3 levels van tevredenheid, te weten delighters, satisfiers en dissatisfiers, wordt de delighter niet teruggevonden. De oorzaak hiervoor is hoogstwaarschijnlijk het zakelijke karakter van de sector. Een voorbeeld van een satisfier is de levertijd van onderdelen. Deze is prima en zorgt dus voor tevredenheid. Dissatisfiers worden verderop behandeld.

Over het algemeen zijn de dealers erg tevreden over de after-sales. Wel wordt er gezegd dat er grote verschillen zitten tussen de verschillende fabrikanten. Voornaamste reden die hiervoor genoemd wordt is het verschil in grootte. De wijze waarop de dealer en de fabrikant de laatste jaren met elkaar omgaan is erg veranderd. Vooral de digitalisering heeft hier een grote rol in gespeeld. Zowel de techniek van de machines als de serviceverlening zijn erg veranderd. Dit heeft tevens de trend met zich meegebracht dat de dealers steeds minder onderdelen op voorraad leggen maar meer op het magazijn van de fabrikanten gaan vertrouwen. Daarnaast is ook de communicatie iets waar de dealers over te spreken zijn, de kennis bij een fabrikant moet eenvoudig te bereiken zijn en dat is het ook zo ervaren de dealers.

Het is voor de fabrikanten goed te weten hoe de dealers denken over de verschillende factoren. Hierop kunnen zij aansturen bij de verbetering van de aftersales. Andersom is dit ook zo, doordat dealers weten wat de meningen van de fabrikanten zijn, kunnen zij zich hierop afstemmen met onder andere hun communicatie.

Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande de aftersales?

Hoewel de dealers over veel factoren tevreden zijn, zijn er ook verbeterpunten. Tijdens het onderzoek naar deze verbeterpunten kwamen er diverse opmerkingen van zowel dealer als fabrikant. Wat net zoals de vorige deelvraag lastig is, is dat ook nu in acht moet worden genomen dat de fabrikant en de dealer niet altijd met elkaar zaken doen.

De verbeterpunten hebben voornamelijk betrekking op de documentatie en de onderdelen. Zo hebben dealers graag meer duidelijke foto's in werkplaatshandboeken, om bijvoorbeeld details aan te geven. Daarnaast zien zij graag alle informatie op dezelfde plek bij elkaar, ook van de oudere typen machines. Dit zou onder andere kunnen komen door de vele overnames die verschillende merken de laatste jaren hebben gedaan. Hierdoor is ook de service van diverse oude machines ineens bij andere monteurs terecht gekomen waar zij nog niet veel ervaring mee hebben (Boom, Dealerlandschap blijft verder veranderen, 2017), iets wat ook genoemd werd in de interviews (dealer 6, 2020, blz48)

Het is goed om te zien dat de fabrikanten doen wat zij kunnen om ervoor te zorgen dat de dealers zo eenvoudig mogelijk hun aftersales uit kunnen voeren. Dat de insteek vaak verschilt, wat waarschijnlijk voortkomt uit de grootte van de fabriek en de type machines, de ene machine heeft minder of andere ondersteuning als een andere machine. Maatwerk is hier het juiste antwoord. Het is echter voor fabrikanten wel erg behulpzaam te weten waar de zwakke punten in de aftersales liggen, zij kunnen hier dan eerst de focus op gaan leggen. De fabrikanten zelf zien de toekomst in het online uit kunnen lezen van de machines. Hierdoor kunnen zij snel zien waar de problemen zich bevinden en de dealer die zich daadwerkelijk bij de machine bevindt assisteren met de reparatie.

wat opvallend aan de resultaten is, is dat de fabrikanten in grove lijnen wel weten waar hun verbeterpunten liggen, maar het in de details ontbreekt. Hiervoor kunnen de fabrikanten dit onderzoek gebruiken. de dealers hebben praktische verbeterpunten genoemd waar de fabrikanten mee aan de slag kunnen.

In welke mate zijn deze factoren van belang voor de klanttevredenheid?

Uit de resultaten van de laatste deelvraag is gekomen dat er 7 belangrijke factoren zijn, in de de volgende volgorde: Kloppende documentatie, snelle levering van onderdelen, een goede communicatie tussen fabrikant en dealer, een online portal, snelle reactie op vragen, goede gebruikershandleidingen en het krijgen van een track-en-trace code.

Deze vraag is als laatste gevraagd tijdens het interview. Hierdoor waren de geïnterviewden al warm en al langere tijd over de resultaten gesproken. Daardoor is dit een volledige uitkomst. De uitkomst is wel globaler als de voorgaande deelvragen.

Wat verder aan deze uitkomsten opvalt is dat de track-en-trace code erbij gekomen is, verder missen er factoren die wel in de eerdere deelvragen naar voren kwamen. Aan de gegeven antwoorden is op te maken dat de dealers uit zijn op snelheid. Dit komt doordat de eindgebruikers steeds meer met hun machines moeten doen, en stilstand steeds meer iets is wat zo veel mogelijk vermeden moet worden. De reden hiervoor is het teruglopende aantal boeren en machines, zoals in hoofdstuk 2 is te lezen. Voor de fabrikanten betekent dit dat er ingespeeld moet worden op deze trend. Dit kan bijvoorbeeld door het verkorten van de levertijden of het zoeken naar onderdelen te vergemakkelijken.

Voor fabrikanten is dit een deelvraag van grote waarde. Zij weten nu bij welke factoren zij hun prioriteiten moeten leggen om de dealers zo tevreden mogelijk hun aftersales uit te kunnen laten voeren.

6. Conclusie en aanbevelingen

In dit onderzoek 'De klanttevredenheid aangaande aftersales' is onderzocht of fabrikanten van landbouwmachines de ondersteuning die zij hun dealers bieden voor de aftersales kunnen verbeteren. Als meetfactor wordt hierbij de klanttevredenheid genomen. Voor dit onderzoek is contact gezocht met zowel fabrikanten van landbouwmachines, alsook landbouwmechanisatiebedrijven, welke de dealer zijn van de producten die de fabrikanten bouwen. Door hen te ondervragen over hun kijk op de aftersales, is een duidelijk beeld ontstaan van wat goed gaat, en waar de knelpunten zitten.

Het onderzoek is opgedeeld in diverse deelvragen, deze zijn hieronder te lezen. Door geen vaste interview structuur aan te houden, maar met de desbetreffende personen in gesprek te gaan zijn er inspirerende en verrassende resultaten boven gekomen.

Deelvragen

1. Welke factoren zijn van belang voor een het goed functioneren van aftersales in deze specifieke sector?

Opvallend is dat veel bedrijven het met elkaar eens zijn en er slechts enkele verschillen zijn. Daarnaast verwachten dealers verschillende factoren van verschillende fabrikanten. Dit heeft vooral te maken met welke producten zij bouwen en hoe gecompliceerd deze zijn. De belangrijkste factoren die uit deze vraag naar voren komen zijn het hebben van duidelijke kloppende tekeningen en schema's, het hebben van goed bereikbare specialisten en de snelle levering van onderdelen.

2. Over welke punten zijn dealers tevreden?

Dealers zijn over het algemeen erg te spreken over hoe de aftersales is geregeld bij dealers. De ontevredenheid zit hem vooral nog in de kleine dingen. Enkele punten waar dealers juist erg over te spreken zijn is de communicatie met de specialisten van de fabrikant, de voorraad, de leveringen van de onderdelen en de trainingen voor de monteurs.

3. Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande aftersales?

Wat nog beter kan is de informatie die beschikbaar is voor de dealers, op welke manier dan ook. Fabrikanten hebben in bijna alle gevallen wel documentatie als tekeningen beschikbaar, maar deze is vaak door bijvoorbeeld een modificatie van een machine niet juist. Daarnaast kan deze informatie soms erg onduidelijk zijn. Ook mist de informatie van de oudere machines vaak.

De dealers geven daarnaast aan dat de online portals, waarbij alles op 1 plek te vinden is erg goed werken, maar dat hier ook nog veel informatie op mist en veel kleinere fabrikanten dit nog niet hebben. Hier zou ook een webshop in geïntegreerd kunnen worden, dit zou het bestellen van onderdelen erg vergemakkelijken. Om de communicatie met de specialisten te verbeteren zou er een whatsapp lijn ingericht kunnen worden, waarbij het voor de monteurs eenvoudiger wordt om foto's te delen en vragen te stellen. Volgens de fabrikanten zou het erg helpen wanneer zij de machines uit kunnen lezen op afstand. zij kunnen dan tijdig aan en bijsturen.

4. In welke mate zijn deze factoren van belang voor de klanttevredenheid?

Om de eindgebruikers van een goede service te kunnen voorzien maken dealers gebruik van het totaalpakket dat de fabrikanten bieden. Echter ervaren de dealers wel dat sommige factoren belangrijker zijn als andere. Het belangrijkste vinden de dealers wederom de documentatie. Zonder goede tekeningen en schema's kunnen de monteurs hun reparaties niet goed uitvoeren en kan het een erg kostbare zoektocht worden naar de storing.

Daarnaast zijn onder de eerdergenoemde levering van onderdelen en bereikbaarheid van specialisten belangrijk. In mindere mate is het hebben van een track en trace code belangrijk.

Hoofdvraag

Hoe kunnen Nederlandse fabrikanten van landbouwmachines de tevredenheid van dealers maximaliseren aangaande de aftersales services?

De fabrikanten kunnen de tevredenheid verhogen door iets te doen aan de verbeterpunten en ervoor te zorgen dat de factoren waar de dealers tevreden over zijn, ook op hoog niveau te houden. Uit welke taken dit bestaat is voor elke fabrikant anders. Echter is er uit het onderzoek gebleken dat er al veel goed gaat. Zo wordt de communicatie met specialisten geprezen, net als de onderdelenvoorziening vanwege de goede voorraden en de snelle levertijden. Daarnaast zijn dealers erg tevreden over de trainingen waar het personeel van de dealers aan deel kan nemen.

Verbeterpunten zijn er ook. Zo kan de documentatie verbeterd worden. Door de documentatie compleet en kloppend te maken kunnen de monteurs van de dealers beter hun reparaties beter en efficiënter uitvoeren. Daarnaast werken sommige fabrikanten al met een online omgeving. Dit werkt volgens de dealers erg goed en zouden ze graag terugzien bij andere dealers. Daarnaast kan ook de communicatie verbeterd worden, met moderne online communicatiesystemen die het makkelijker moeten maken om onder andere data en foto's te delen met de specialisten.

Wat niet vergeten moet worden zijn de verschillende waarderingen voor de verschillende factoren. Hoewel de documentatie het snelst geoptimaliseerd zou moeten worden, deze wordt het meest gewaardeerd, is er minder prioriteit benodigd voor het verzorgen van track-en-trace codes bij verzendingen. Deze factor staat namelijk niet zo hoog op de waarderingslijst. Wat niet vergeten moet worden is de nu goed lopende factoren. Ook hier moet aandacht aan gegeven blijven worden. Zo kan de klant zijn tevredenheid naar een maximaal niveau getild worden.

Aanbeveling

Zoals in de conclusies is te lezen doen Nederlandse landbouwmechanisatiefabrikanten het al erg goed op gebied van after-sales. Verbeterpunten zitten hem vooral in de beschikbaarheid van documentatie.

De tevredenheid verhogen kan het eenvoudigst gedaan worden met het beschikbaar maken van oudere types. Van deze types zijn in veel gevallen wel papieren documenten beschikbaar, maar niet online. Deze documenten inscannen en uploaden in de portal zal veel dealers helpen bij het verhelpen van storingen aan oude machines. Wanneer de documentatie gesorteerd wordt op machinenummer, of er gezocht kan worden op machine nummer, kan ervoor zorgen dat er altijd de juiste documentatie voor de monteur verschijnt. Dit kan verwarring of foutieve bestellingen van onderdelen voorkomen. Wat daarnaast nog eenvoudig opgelost kan worden is de wens om een eenvoudig communicatiekanaal. Dit kan bijvoorbeeld door middel van een whatsapp lijn met de specialisten, voor het eenvoudig uitwisselen van beelden en video's.

7. Bibliografie

- AMT, R. (2015). Verplichtingen rond onderdelenlevering (1999-12). *AMT*, online .
- Baarda, B., Bakker, E., Boullart, A., Julsing, M., Fischer, T., Peters, V., & Van der Velden, T. (2018). *Basisboek Kwalitatief onderzoek*. Groningen/Utrecht: Noordhoff Uitgevers.
- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., van Vianen, R., & van der Hulst, M. (2017). *Basisboek Methoden en Technieken, Kwantitatief praktijkgericht onderzoek op wetenschappelijke basis*. Groningen, Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom onderwijs.
- Boeije, H., & Bleijenbergh, I. (2016). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom.
- Boom, N. v. (2016). *De levensduur van het mechanisatiebedrijf*. Opgehaald van Boerenbusiness: <https://www.boerenbusiness.nl/column/10872855/de-levensduur-van-het-mechanisatiebedrijf>
- boom, N. v. (2017, april 7). *De opmerkelijke stap van Deutz-Fahr*. Opgehaald van Boer en Business: <https://www.boerenbusiness.nl/tech/artikel/10874068/de-opmerkelijke-stap-van-deutz-fahr>
- Boom, N. v. (2017). Dealerlandschap blijft verder veranderen. *Boer en Bussines*, 1.
- CBS. (2018, november 20). *Landbouw; gewassen, dieren en grondgebruik naar hoofdbedrijfstype, regio*. Opgehaald van Centraal Bureau Statistiek: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/80783ned/table?dl=15236>
- Claas. (sd). Parts Doc. *Parts doc*. Claas, Harsewinkel.
- Cumela. (2009). *Landbouwtrekkers en werkmaterieel op Weg*. Nijkerk: Cumela.
- Damen, D. J. (2019). *Klantenbinding betekent klant ondersteuning mét klantloyaliteit*. Opgehaald van Management Kennisbank: <http://www.managementkennisbank.nl/nl/crm-internet-marketing-advies/klantenbinding-klantbehoud-klantsegmentatie/klantloyaliteit-klantenbinding-klant-ondersteuning#homeTop>
- Doorewaard, H., Kil, A., & Ven, A. van de. (2015). *Praktijkgericht kwalitatief onderzoek. Een praktische handleiding*. Amsterdam: Boom uitgevers.
- Esselink, W. (2018, september 14). *Specialisatie mechanisatiebedrijven gaat door*. Opgehaald van Boerderij: <https://www.boerderij.nl/Mechanisatie/Achtergrond/2018/9/Specialisatie-mechanisatiebedrijven-gaat-door-333362E/>
- EU regio's . (sd). Opgehaald van Europa decentraal: <https://europadecentraal.nl/onderwerp/overige-onderwerpen/grensoverschrijdende-samenwerking/wat-is-gros/euregios/>
- Geerts, J. (2019, januari 03). (R. Flierman, Interviewer)
- Gier, A. d. (2019). *Mechanisatie veranderd*. Opgehaald van <https://www.oom.nl/getmedia/b4c412ae-d3f8-4fb4-81f0-5a2bdc9130fc/Mechanisatie-Verandert.pdf>
- Hartl, U. (2017). *Branchenanalyse Landtechnik*. dusseldorf: Hans böckler stiftung.

- Hooijdonk, R. v. (sd). *Richard van Hooijdonk*. Opgehaald van <https://www.richardvanhooijdonk.com/blog/slimme-landbouw-de-nieuwe-maatstaf/>
- Koetsier, J. (2019, februari 06). Magazijnman. (R. Flierman, Interviewer)
- KVK. (2019). *Bent u importeur of handelsagent?* Opgehaald van KVK: <https://ondernemersplein.kvk.nl/importeur-of-handelsagent/>
- Li, D., & Schürhof, N. (2014). *Dealer Networks*. *The journal of finance*, 74, 91-144
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jofi.12728>
- marketingtermen. (2019, 29 5). *Aftersales*. Opgehaald van [marketingtermen.nl](https://www.marketingtermen.nl/begrip/aftersales):
<https://www.marketingtermen.nl/begrip/aftersales>
- Medha, Srivastava, A. K., & Rai. (2018). Mechanics of engendering customer loyalty: A conceptual framework. *IIMB Management Review*, 30, 207-218.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.iimb.2018.05.002>
- meerdere. (2016, augustus 16). *explosietekening*. Opgehaald van Wikipedia:
<https://nl.wikipedia.org/wiki/Explosietekening>
- Newcomer, K., Hatry, H., & Wholey, J. (2015). *Handbook of Practical Program Evaluation*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- New-Holland. (2013). *Service manual*. Basildon: nvt.
- New-Holland. (sd). repair manual. *repair manual*. New Holland, Basildon.
- Sanj. (2011-2018). *Cognitie: lange- en kortetermijngeheugen*. Opgehaald van [info.nu](https://wetenschap.infonu.nl/onderzoek/81447-cognitie-lange-en-kortetermijngeheugen.html):
<https://wetenschap.infonu.nl/onderzoek/81447-cognitie-lange-en-kortetermijngeheugen.html>
- Scholl, N., & Olivier, L. (2014). *De essentie van kwalitatief marktonderzoek*.
- solutions, C. (2014). *Kanomodel explained*. Opgehaald van Kanomodel: `<iframe width="884" height="522" src="https://www.youtube.com/embed/Gm-UgLKxdzk" frameborder="0" allow="accelerometer; autoplay; encrypted-media; gyroscope; picture-in-picture" allowfullscreen></iframe>`
- Sunil, Kumar, S., & Routroy. (2017). Analyzing a manufacturer's returns from supplier development programs. *Materialstoday: Proceedings*, 4, 2255-2262.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2017.02.073>
- Ted, D. (Regisseur). (2015). *Klanttevredenheid, zijn jouw klanten tevreden?* [Film]. Opgehaald van <https://www.youtube.com/watch?v=hHQeFKSOTrE>
- Verhoeven, N. (2018). *Wat is onderzoek?* Amsterdam: BOOM uitgevers.
- Young-Jin, Seo, K.-H., & Um. (2018). The asymmetric effect of fairness and quality dimensions on satisfaction and dissatisfaction: An application of the Kano model to the interdisciplinary college program evaluation. *Studies in Educational Evaluation*, 61, 183-195.
doi:[10.1016/j.stueduc.2019.04.007](https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2019.04.007)

8. Bijlagen:

Bijlage 1: interview leidraad dealer

Op wat voor een bedrijf zijn we op dit moment?
Onder andere:

Aantal werknemers
Dealer schappen
Regio
Specialisaties

Vraag 1: Welke factoren zijn van belang voor een goede aftersales afdeling?

Waar hecht u de meeste waarde aan van uw leverancier?
Bijvoorbeeld:

Kloppende tekeningen
Advies
Monteur

Vraag 2: over welke punten zijn dealers tevreden aangaande de aftersales

Bent u tevreden over de aftersales van uw leveranciers?
Onder andere:

Waarom
Wat kan er beter
Waarover wel

Vraag 3: Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande de aftersales?

Wat zou u willen dat uw leveranciers anders zou doen.
Onder andere:

Welke producten
Welke services
Wat

Vraag 4: In welke mate zijn deze factoren van belang voor de klanttevredenheid?

Tabel 7

Product	Gradatie (1-10) waarbij 10 = weinig toevoeging 10 = erg grote toevoeging

Vraag 5: Wat is de huidige trend wat fabrikanten doen aangaande de aftersales

Zijn uw leveranciers actief op gebied van aftersales
Onder andere:

Welke services
Bereikbaarheid
Assistentie

Vraag 6: Is er de afgelopen tijd wat veranderd aan de aftersales service?

Ziet u de onderdelenleveringen ook als aftersales?
Onder andere:

Waarom
Eigen voorraad

Vraag 7: Wat is uw toekomstvisie aangaande de aftersales

Overig

Bijlage 2: interview leidraad fabrikant.

Op wat voor een bedrijf zijn we op dit moment?

Onder andere:

Producten

Export

Werknemers

Productie

Assemblage

Vraag 1: Welke factoren zijn van belang voor een goede aftersales afdeling?

Wat denkt u als fabrikant dat de dealer het meest nodig heeft?

Vraag 2: Over welke punten zijn dealers tevreden aangaande de aftersales?

Waar hecht u waarde aan aangaande de aftersales?

Onder andere

Welke producten

Welke services

Gradatie

Vraag 3: Waar zien dealers nog verbeteringspunten aangaande de aftersales?’

Hebben dealers wensen voor andere/ verbeterde aftersales producten?

Welke?

Waarom is hier dan nog niets aan gedaan?

Vraag 4: Wat is de huidige trend wat fabrikanten doen aangaande de aftersales

Wat zijn uw activiteiten aangaande de aftersales?

Onder andere:

Speciale afdeling?

Welke producten

Welke services

Aantal medewerkers

Eigen monteurs?

Vraag 5: Zijn er de afgelopen tijd veranderingen geweest?

1. Wat is uw toekomstvisie aangaande de aftersales?
2. Overig

Bijlage 3, resultaten in een tabel

Tabel 8, Resultaten interviews, zowel dealers als fabrikanten

Een code is opgebouwd uit 4 tekens. Hieruit is af te leiden welke vraag beantwoord is, wie de opmerking gegeven heeft, op welk onderwerp het doelt en een onderling onderscheid wanneer meerdere antwoorden in dezelfde categorie komen.

Op de eerste plaats van de code bevindt zich:

Een cijfer, of een **T**, naar de vraag uit de vragenlijst of een **T** wanneer het antwoord gaat over de ingevulde tabel

Op de tweede plaats in de code bevindt zich:

Een **D** als de opmerking gegeven is door een dealer.

Een **F** als de opmerking gegeven is door een fabrikant.

Op de derde plaats in de code bevindt zich:

Een **S** als de opmerking betrekking heeft tot service.

Een **D** als de opmerking betrekking heeft tot documentatie.

Een **O** als de opmerking betrekking heeft tot ondersteuning.

Een **P** als de opmerking betrekking heeft tot parts (onderdelen).

Een **G** als de opmerking betrekking heeft tot garantie

Op de vierde plaats in de code bevindt zich een cijfer. Wanneer er per onderwerp meerdere opmerkingen gegeven zijn, worden deze door middel van een cijfer van elkaar onderscheiden.

Bijvoorbeeld: TFD3,

Deze code betekend dat een fabrikant een opmerking gegeven heeft over de documentatie en het de derde opmerking in de lijst is.

Wanneer een antwoord door meerdere bedrijven gegeven is, zal hiervoor een extra kolom te vinden zijn.

Code	Antwoord	Aantal
Fd1	De documentatie wordt altijd in de juiste taal meegeleverd.	5
Fd2	Voor simpele machines is geen werkplaatshandboek gemaakt, maar zitten er enkele aanwijzingen in de beschrijving.	3
Fd3	Voor de gecompliceerdere machines is er wel documentatie aanwezig.	
Fd4	Voor vaste installaties gebruiken wij een internetverbinding, zodat wij als fabrikant in kunnen loggen voor het storing zoeken.	2
Fd5	Inhoud gebruikershandleiding vastgelegd in richtlijnen.	
Fd6	Veel documentatie digitaal.	4
Fd7	Documentatie, zoals het werkplaatshandboek en onderdelenboek staan achter een dealercode.	3
Fd8	Er is een standaard gebruikershandleiding.	
Fd9	Onderdelenboeken worden per machine aangepast.	
Fd10	Bedrijf is niet groot genoeg om alles te documenteren in werkplaatshandboeken en onderdelen boeken.	
Fd11	Specifieke onderdelen, welke speciaal gefabriceerd worden, zijn wel goed gedocumenteerd.	

Fd12	Exportmachines worden afgeleverd met bijbehorende elektrische en hydraulische schema's.	
Fd13	Naar de dealer graag oude documentatie up to date maken.	
Fd14	Informatie toegankelijker digitaal toegankelijker maken in de toekomst.	
Fo1	In de fabriek worden de machines zoveel mogelijk opgebouwd en getest, voordat ze afgeleverd gaan worden.	2
Fo2	Klantencontact per telefoon of email.	5
Fo3	Een enkele keer videobellen om complexe storingen op te lossen.	
Fo4	Medewerkers aftersalesafdeling spreken meerder talen.	2
Fo5	Ondersteuning van fabrikant naar dealer door, scholing, onderdelen en serviceondersteuning.	
Fo6	Ondersteuning via de helpdesk.	
Fo7	Dealer is verantwoordelijk voor de eerste ondersteuning naar de eindgebruiker.	4
Fo8	Communicatie tussen fabrikant en dealer veelal door telefoon, email, whatsapp voor de foto's en facetime.	2
Fo9	Er worden technische trainingen gegeven aan dealers, over hoe een machine te onderhouden en storing zoeken.	
Fo10	Informatiestromen welke nu gebruikt worden: email, telefoon, facetime, whatsappen online machinebesturing.	
Fo11	Communicatie tussen klant en fabrikant d.m.v. telefoon, mail en de snellere whatsapp.	
Fo12	Geen gebruik van videobellen, door tijdsverschil en vaak veel ruis op de lijn.	
Fo13	Contact tussen fabrikant en klant via telefoon.	
Fo14	Voor de toekomst facetime een communicatiemiddel, tijdsbesparing en serviceverhogend.	
Fo15	Geen dealernetwerk.	
Fp1	Onderdelenbestellingen komen binnen via telefoon en email.	
Fp2	Levering vindt plaats met nachtlevering.	
Fp3	Voor de toekomst de wens om online via een webshop te bestellen en nachtlevering.	4
Fp4	Onderdelen op voorraad bij de fabrikant.	2
Fp5	Nu nog verzending van de onderdelen met daglevering.	4
Fp6	Onderdelen bestellen via email.	
Fp7	In het buitenland heeft de dealer de meest gangbare onderdelen op voorraad.	
Fp8	Nederland is dealervrij, onderdelen voor iedereen verkrijgbaar.	
Fp9	Weinig last van imitatie onderdelen.	2
Fp10	Fabrikant vindt het belangrijk dat de onderdelen bij de dealer beschikbaar zijn.	
Fp11	Machines met standaard onderdelen, verkrijgbaar bij de grote onderdelenleveranciers.	2
Fp12	Fabrikant levert specifieke onderdelen.	
Fp13	Fabrikant levert naar het buitenland vaker alle onderdelen	
Fp14	Onderdelen bestellen kan enkel via de dealer.	2
Fp15	Onderdelen bestellen via telefoon of email.	

Fs1	Er is een vaste servicemonteur in dienst.	6
Fs2	Voor reparaties aan complexe machines zal de monteur ter plaatse gaan naar de gebruiker	4
Fs3	Reparaties aan eenvoudige machines vinden bij de dealer plaats.	2
Fs4	In de toekomst ziet de fabrikant graag een portalsysteem, waar alles per machine terug te vinden is, bv na invoeren van een eigen machinecode.	
Fs5	De service gaat altijd per telefoon.	
Fs6	Specifieke delen van machines worden naar de fabriek gestuurd voor onderhoud en revisie.	2
Fs7	Slechts bij hoge uitzondering gaat de monteur naar buitenlandse storingen.	
Fs8	Geen serviceafdeling, alles via de dealer.	
Fg1	Garantieprocedure via email.	2
Fg2	Er wordt gewerkt met een garantieportal.	3
Fg3	Machines uit de regio eerst naar fabrikant voor garantiebepaling.	
Fg4	Bij binnenlandse machines vallen zowel onderdelen als arbeid onder garantie.	3
Fg5	Bij exportmachines vallen alleen onderdelen onder garantie.	
Fg6	Voor garantie altijd de originele onderdelen gebruiken, anders vervalt de garantie.	
Fg7	Voor een garantie bestelt een dealer eerst onderdelen welke later gecrediteerd worden.	2
Dd1	Behoeftte aan reparatie handboek.	3
Dd2	Gebruik veel duidelijke foto's in de documentatie.	2
Dd3	Maak documentatie beschikbaar voor de eindgebruiker.	
Dd4	Documentatie online is compleet.	2
Dd5	Liefst onderdelentekeningen in 3d.	
Dd6	Maak onderdeelnummers ook bestelnummers.	
Dd7	Voeg foto's en maten bij de onderdelen.	
Dd8	Onderdelen boeken zijn het belangrijkste.	
Dd9	Documentatie liefst online beschikbaar, in een portal.	
Do1	Communicatie met de fabrikant verloopt goed.	2
Do2	Prijslijst vd onderdelen is gewenst, werkt sneller en prettiger naar de klant.	
Do3	Duidelijkheid over korting en verzendkosten gewenst.	3
Do4	Online portal, met alle informatie van de betreffende machine.	
Do5	Bij de kleinere merken communicatie via de telefoon.	
Do6	Werknemers gaan regelmatig op cursus.	
Do7	Veel documentatie online te vinden.	
Do8	In de toekomst wellicht op afstand uitleesbare machines.	
Do9	Trainingen aan werknemers zijn erg belangrijk.	
Do10	Bereikbaarheid serviceafdeling fabrikant belangrijke factor.	
Do11	Beelden (foto's en facetime) van storingen worden steeds belangrijker.	
Do12	Communicatie dealer eindgebruiker gaat veelal via telefoon.	
Dp1	Nachtlevering zeer gewenst, in de nabije toekomst.	3
Dp2	Voorraad onderdelen is prima.	2
Dp3	Webshop niet direct noodzakelijk voor onderdelen bestellen.	
Dp4	Onderdelen levering via nachtlevering.	
Dp5	Onderdelen bestellen via webshop.	

Dp6	Meest gangbare onderdelen op voorraad in het eigen magazijn.	
Dp7	Hoofdvestiging met groot onderdelenmagazijn.	
Dp8	Behoeft aan noodnummer in het hoogseizoen, voor afhalen onderdelen.	
Dp9	Liefst bestellen via webshop	2
Dp10	Onderdelen levering steeds belangrijker, dealer zelf minder op voorraad door grote verscheidenheid aan onderdelen.	
Dp11	Nachtlevering vereiste, voor snelle levering onderdelen.	
Dp12	Spoedorder mag extra kosten.	
Dp13	Slechts af en toe nog onderdelen bestellen via de email.	
Ds1	Monteur beschikt in de toekomst over tablet voor communicatie met de fabrikant	2
Ds2	Bij complexe storingen komt eventueel een fabrieksmonteur.	
Dg1	Garantieafhandelingen verlopen goed.	3
Dg2	Garantieafhandeling via portal.	3
Dg3	Zowel onderdelen als arbeid vallen onder garantie.	
Dg4	Garantie contact verloopt via de fabrikant.	2
Dg5	Verschil in garantieafhandeling per fabrikant. Wenselijk dat dit snel gebeurt.	
Tdd1	Goede documentatie, zowel op papier als digitaal.	6
Tdp1	Snelle levering van onderdelen (nachtlevering)	5
Tdo1	Telefoon en whatsapp.	4
Tdd2	Portal	4
Tdo1	Snelle reactie op vragen.	3
Tdd1	Gebruikershandleiding	3
Tdp3	Track en trace codes	2
Tdp2	Prijzen van onderdelen	
Tdg1	Garantie	

Bijlage 4, interview dealer 1

Wat is belangrijk voor de dealer vanuit de fabrikant?

-onderdelenboeken zijn het belangrijkste

-technische informatie zoals elektrische en hydraulische schema's als basis en werkplaatshandboeken

-onderdelen levering wordt steeds belangrijker, omdat de dealer zelf steeds minder op voorraad heeft liggen, omdat een machinelijn slechts een aantal jaren geleverd wordt en er daarna weer een nieuwe lijn komt, is het onmogelijk alle onderdelen op voorraad te hebben liggen.

Een vereiste is vandaag besteld en met nachtlevering geleverd, voor een snelle levering van de onderdelen. Een spoedorder mag ook extra kosten meebrengen ten opzichte van een voorraadorder (weekorder). Op een voorraadorder zit meestal extra korting. Bv in de winterperiode grote aantallen filters tegelijk bestellen.

Het bestellen van de onderdelen gaat het makkelijkste via een webshop met een koppeling naar het gebruikte programma van het mechanisatiebedrijf. Het werkt sneller en minder kans op fouten.

Af en toe gaat het bestellen nog via de email.

Voor de planning in de werkplaats is nachtlevering ook overzichtelijker. S 'morgens is gelijk duidelijk of het onderdeel aanwezig is, dit komt de planning in de werkplaats ten goede.

De dealer beschikt het liefst online over de onderdelenboeken, schema's etc. Enkele jaren geleden alle boeken gedigitaliseerd. Gegroepeerd op merk, onderdelenboek, werkplaats en gebruikershandleiding. Dit geeft duidelijkheid voor iedereen. Het liefst alle informatie in een portal, voor de recente nummers en prijzen van de verschillende onderdelen. Zo werkt het eigen systeem ook, alle fabrikanten op de startpagina waar elke monteur kan inloggen per merk. Er wordt nog niet gewerkt met tablets, maar de monteurs hebben de beschikking over meerdere computers in het magazijn, waar zij ook de onderdelen en urenregistratie op doen eventueel de onderdelen boeken kunnen bekijken.

Er is wel behoefte aan onderdelenlijsten per onderhoud of reparatieklus. Dit is echter een moeilijk voor fabrikant om op orde te krijgen er is te veel variatie.

Het belangrijkste verschil in garantieafhandeling is de tijdsduur van afhandeling. Deze moet snel gebeuren om duidelijk te kunnen zijn naar de klant. Er zijn fabrikanten die met een portal werken, het voordeel hiervan is dat er foto's toegevoegd kunnen worden. Ook zijn er nog wel fabrikanten die de garantieclaim op papier verwerken.

Trainingen zijn ook erg belangrijk, om de betrokkenheid van iedereen bij de organisatie te waarborgen. Elke monteur gaat ieder jaar op cursus, waardoor er ook motivatie blijft. Voor de complexe machines moet hier een goede opbouw inzitten. Voor de beginnende monteur een basiscursus en de gevorderde monter een cursus storing zoeken voor de trekkers. Voor de machines, bv voederwinning kan er worden volstaan met een dagcursus.

Het is belangrijk dat er iemand van de fabrikant bereikbaar is voor directe ondersteuning. Foto's via whatsapp of directe beelden via facetime maken al veel duidelijk. De medewerker van de fabrikant moet de verschillende zaken wel goed kunnen filteren, kunnen zeggen dat bepaalde zaken bij een cursus aan de orde zijn geweest en daar teruggevonden kunnen worden, zodat er tijd overblijft voor de complexe problemen, daarin volstaat de mail niet altijd, daar gaat veelal te veel tijd overheen.

Ook klanten maken steeds meer gebruik van whatsapp om foto's te versturen naar de dealer. Whatsapp wordt niet gebruikt om te communiceren, communicatie tussen klant en dealer gaat via de telefoon of soms via de mail om zaken te bevestigen.

Verbeterpunten: documentatie moet echt op machineniveau plaatsvinden, bv via het serienummer van de machine, met name ook na een toegepaste modificatie, dit wordt niet altijd doorgevoerd naar een onderdelen tekening. De portal, waarin informatie gedeeld wordt van de dealers moet actueel gehouden worden. Zodat er een database ontstaat met nuttige zaken. Wat je van elkaar kunt leren is alleen maar winst in je organisatie.

In de toekomst zal er nog meer onlinecommunicatie plaatsvinden. Ook zal er in de toekomst meer kennisuitwisseling tussen de dealers plaatsvinden. Bepaalde specialismen bij bepaalde dealers. Elke dealer zal een bepaalde functie krijgen in het dealernetwerk. De dealer zal dan een onderdeel worden van een grotere organisatie.

Moeten fabrikanten eigen monteurs in dienst hebben? Dat hangt van het opleidingsniveau af van de monteurs van het mechanisatiebedrijf.

Bijlage 5, interview dealer 2

Er is voor het trekker merk een online portal waar alles op staat: werkplaatshandboeken, service en helpdesk, voor vragen over storingen. Hier komt binnen 3 uur een antwoord op, online of telefonisch. De diagnoseprogramma's versturen online de data naar de portal.

Voor de grondbewerking en oogstmachines werkt dit op dezelfde wijze, via de portal. Het nadeel bij de oogstmachines is dat alles in het Duits gaat.

Bij de kleinere merken machines verloopt het contact telefonisch, niet vaak via de email, slechts een enkele maal om iets over onderdelen uit te leggen.

In de toekomst zal elke monteur een eigen tablet krijgen met een camera, waardoor er meer gebruik van whatsapp en videobellen, tussen monteur en fabrikant, kan worden gemaakt, om storingen op te lossen. Dit zal vooral voor de technisch complexere machines gebruikt gaan worden met ingewikkelde storingen.

De online-informatie is compleet, en eenvoudig te vinden en wordt zo nodig aangepast.

Bij ingewikkelde storingen kan er eventueel een fabrieksmonteur langskomen.

Een verbeterpunt: in de drukke zomerperiode een snellere reactie. Er zal wel altijd eerst zelf gezocht worden naar een oplossing, online of in de boeken.

Werknemers gaan regelmatig op cursus, voor de nieuwste ontwikkelingen van machines.

Onderdelen levering verloopt goed, via nachtlevering. Bij grote spoed kan het zelfs eerder door een koerier. Het is belangrijk dat dit snel en soepel verloopt. Veelal verloopt de bestelling via een webshop. Ondanks de snelle levering liggen de meest gangbare onderdelen in het magazijn.

Vergeleken met een aantal jaren terug is er veel meer informatie online beschikbaar gekomen.

Voor de toekomst verwacht de dealer te maken te krijgen met op afstand uitleesbare machines. Om een storing snel te kunnen verhelpen, betere service te kunnen verlenen. De gebruiker zal hier verschillend op reageren.

De dealer is tevreden over de aftersales van de fabrikant. Het is eenvoudig de juiste informatie te verkrijgen. Het contact verloopt soepel. De dealer vindt het belangrijk dat de informatie up to date is, eigenlijk voordat de nieuwe machine uitkomt dient deze informatie al beschikbaar te zijn.

Garantieaanvragen werken via dezelfde portal. Na het invullen van het garantieformulier en het bijvoegen van eventueel foto's, wordt de aanvraag beoordeeld. Bij goedkeuring geldt er een vast uurtarief. Dit werkt hetzelfde voor alle fabrikanten.

Geen duidelijke verbeterpunten.

Bijlage 6, interview dealer 3

Wij zijn een mechanisatiebedrijf in noordwest Duitsland met meer dan 20 vestigingen. Naast een vestiging van het mechanisatiebedrijf is hier ook het centrale onderdelenmagazijn gevestigd voor alle andere vestigingen (elke vestiging heeft ook nog een eigen magazijn met klein materiaal e.d.) van hieruit worden de onderdelen iedere avond verzonden. Als er een spoedgeval is worden hier ook de onderdelen opgehaald.

Om bij een fabrikant onderdelen te bestellen is volgens mij de ideale situatie wanneer er interactieve onderdelen tekeningen zijn om onderdelen te bestellen. Hierdoor is men er zeker van dat het goede onderdeel besteld wordt, ook is het belangrijk dat het 3d tekeningen zijn, de huidige 2d tekeningen willen soms wel eens voor verwarring zorgen, doordat het verschil tussen bijvoorbeeld een keerring, lagering, of een afstandsring niet zichtbaar is. Daarnaast zorgt dit voor een goede montagevolgorde.

Zorg ervoor dat de onderdeel nummers ook de bestelnummers zijn! En dat deze compleet zijn. Zet maten en foto's bij de nummers, zo kan gecontroleerd worden of het te gevonden onderdeel het goede onderdeel is

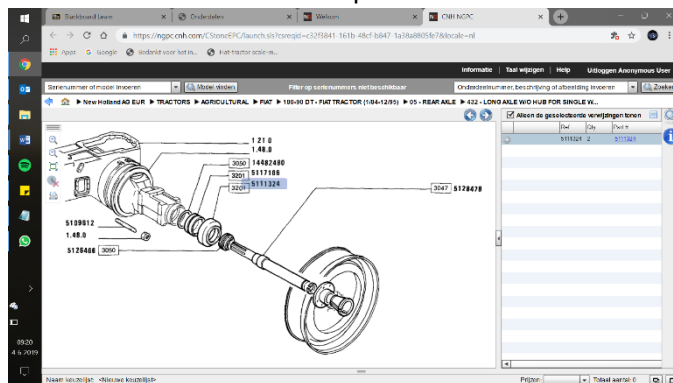
Ook is er zeker behoefte aan een werkplaatshandboek, met daarin onder andere:

- De standaard veiligheidsvoorschriften
- Simpele werkvolgordes, foto's zeggen vaak erg veel.
- Actie reactie tabellen. Hoewel spitmachines niet complex zijn, kan het handig zijn om soms een leidraad te hebben tijdens het storing zoeken.

Garanties en modificaties verlopen goed vaak goed. Hiervoor wordt tijdens de reparatie vaak eerst contact met de fabriek gezocht.

De levering van onderdelen kan of moet zelfs beter bij sommige fabrikanten. De vrachtkosten zijn soms erg hoog en de verzending gaat via dag levering. Dit betekent dat er soms 3 tot 4 dagen tussen zit voordat de onderdelen geleverd worden. Dit is in het seizoen echt te lang. Nachtlevering is in onze ogen echt een vereiste. De onderdelen zouden dan de volgende dag binnen moeten komen. In het seizoen is er daarnaast behoefte aan een noodnummer om buiten kantooruren onderdelen af te halen, als de nood echt hoog is.

De communicatie verloopt vaak wel goed. Bij de grote merken is er een online platform aanwezig, dit werkt erg plezierig. Met fabrikanten die minder produceren is er vaak meer persoonlijk contact via telefoon of e-mail. Beide systemen is goed mee te werken en iedereen wil goed helpen. Hierdoor kunnen onze monteurs de reparatie soms sneller verhelpen wat weer scheelt voor de klant.



In het figuur hiernaast is een webshop te zien zoals deze er in de ideale situatie uitziet. Men kan snel zoeken via het serienummer naar de juiste machine, en kan dan door middel van tekeningen exact het juiste onderdeel aanklikken en direct bestellen. Belangrijk detail is ook dat dit een 3d tekening is, hierdoor kan goed onderscheid gemaakt worden tussen de verschillende onderdelen die soms erg op elkaar lijken.

Figuur 7 ideale situatie

Bijlage 7, interview dealer 4

Het bedrijf is gelegen in de veenkoloniën van Drenthe, hier doen we zowel de landbouwmechanisatie met daarnaast een tak melkwinning. (60% mechanisatie, 40 % melkwinning). Dit doen we met 18 medewerkers. Ons klantenbestand zal als volgt verdeeld zijn:

10% overheden en instanties

10% loonwerkers

30% akkerbouw

50% veehouderij (ook de melkwinning)

Aftersales is binnen ons bedrijf erg belangrijk. Zowel voor de landbouwmechanisatie als de melkmachine tak geldt dat wanneer deze machines stil staan, deze zo snel mogelijk weer aan de gang geholpen moeten worden.

Garanties en modificaties

Garanties en modificaties verlopen bij alle fabrikanten prima. Belangrijk is wel dat van tevoren overlegd wordt of alles vergoed wordt of maar een gedeelte. Dit voorkomt teleurstellingen achteraf. Dit geldt met name voor de modificaties. Bij de garanties is dit eigenlijk altijd wel goed geregeld.

De onderdelen voorziening kan sterk verbeterd worden bij sommige fabrikanten. Bij de meeste gebeurt dit op dit moment al met nachtlevering, hierbij kun je s 'middags nog onderdelen bestellen die de volgende morgen geleverd zijn.

Stelling: het per email bestellen en per dag levering bestellen, zonder antwoord te krijgen over verzenddatum is 15 jaar terug in de tijd

Voordelen van een webshop:

- Prijzen kunnen gezien worden
- Voorraad kan gezien worden
- Verzenddatum/ bevestiging
- Inzicht in de verzendkosten
- Een contactpersoon blijft erg belangrijk voor eventuele vragen.

Kennisoverdracht

Er is zeker behoefte aan een reparatiehandboek, het liefste digitaal, deze zal dan wel uitgeprint worden voor de monteurs, maar dan kan het opnieuw uitgeprint worden wanneer hij vies is geworden. Een zo simpel en overzichtelijk mogelijk boek, waarin staat:

- Smeermiddelen, niveaus en soorten olie/ vet
- Groot en klein onderhoud
- Simpele actie reactie tabellen
- Duidelijke foto's en tekeningen
- Grove werkvolgordes, hoe bijvoorbeeld een lager vervangen moet worden of hoe een defect het eenvoudigst gevonden kan worden.
- Aanhaalmomenten van bouten.

Eventueel kan dit nog aangevuld worden met een specialistisch bulletin, waarin specifieke dingen staan zoals tandspeling in tandwielkast of diverse afstellingen. Dit kan eventueel ook gegeven worden bij een cursus. Het is namelijk belangrijk dat deze specialistische zaken goed uitgevoerd worden.

Het op cursus laten gaan van monteurs wordt regelmatig gedaan, zij krijgen dan kennis van de machines en zorgen er zo voor dat zij een bepaald specialisme krijgen van bepaalde machines.

Over de communicatie heb ik weinig aan te merken, zowel het online platform als de contactmomenten via mail of telefoon verlopen prima. Wellicht zou bij een kleinere fabrikant whatsapp makkelijk zijn om eenvoudig foto's of foutcodes door te kunnen sturen.

Bijlage 8, interview dealer 5

Hier werken we met 25 mensen in een modern pand in de Achterhoek, Gelderland. We zijn naast lokaal dealer voor diverse merken ook regio dealer voor onder andere mestmachines. Hierdoor hebben we op dit gebied veel specialisatie in huis.

Doordat wij veel met veehouders en loonwerkers werken is de service erg belangrijk. Wanneer een voerwagen kapotgaat bijvoorbeeld moet deze direct weer gerepareerd worden. Dit gebeurt ook na 5 uur. Het is dus belangrijk dat de documentatie op orde is omdat de fabrikant dan niet meer gebeld kan worden voor ondersteuning. In deze documentatie moeten de tekeningen en de technische details eenvoudig te vinden zijn, evenals de onderdelentekeningen. Dit is voor veel fabrikanten nog een verbeterpunt. Vaak is er van de nieuwste series wel documentatie beschikbaar, maar laat dat van de oudere series nog wel wat te wensen over. Ook wordt een machine wel eens aangepast zonder dat de tekeningen aangepast worden, hierdoor komt het wel eens voor dat de tekeningen niet kloppen.

Wanneer we echter wel contact op kunnen nemen met de fabrikant, staan deze altijd goed voor ons klaar. Zowel online via de portal, als via de e-mail krijgen we snel contact. Mocht het echt dringend zijn, willen we nog wel eens bellen. Ook dan worden we altijd goed geholpen.

De levering van de onderdelen is praktisch altijd zonder problemen. De mogelijkheid hebben tot een snelle levering is belangrijk. Wel mag de mogelijkheid er zijn om in ruil voor wat extra korting een langere levertijd te hebben, voor het aanvullen van het magazijn of winteronderhoud bijvoorbeeld.

Een ander belangrijk onderdeel zijn de cursussen waar de monteurs naar toe kunnen, om meer kennis te krijgen van de machines waaraan ze moeten werken. Hier wordt onder andere de werking en de plaats van diverse onderdelen uitgelegd en wat de beste manier is om storingen te vinden. Ieder jaar gaan diverse monteurs van ons hiernaartoe om op de hoogte te blijven.

De huidige trend waarbij de fabrikanten massaal overstappen op digitale programma's vind ik positief. Hier hebben de monteurs tegenwoordig een eigen laptop om de machines met computer uit te kunnen lezen, hier zetten wij ook de programma's op zodat ze de tekeningen en werkbeschrijvingen bij de hand hebben. Dit werkt erg goed. Ook kunnen nu meerdere monteurs met dezelfde documentatie aan de gang. Helemaal van de laatste tijd is het service kunnen verlenen op afstand, waarbij we in kunnen loggen in de trekker via de Cloud. De gebruiker moet hiervoor natuurlijk wel toestemming geven, maar dan kunnen we zijn trekker bijvoorbeeld uitlezen zonder daadwerkelijk naar de trekker te hoeven. Dit kan een trip terug naar de werkplaats voor onderdelen uitsparen.

Opgesomd zijn de volgende dingen erg hulpvol vanuit de fabrikant:

- Snelle onderdelen leveringen
- Duidelijke (de)montage beschrijvingen bij een reparatie
- Het handboek is voorzien van duidelijke foto's
- Een online portaal
- Een webshop, in plaats van bestellingen doormailen
- Een snelle service vanuit de fabriek
- Een database, waarin gezocht kan worden naar eerder gestelde vragen.

Bijlage 9, interview dealer 6

Wij zitten hier midden in het akkerbouwgebied van west Vlaanderen. Hier verkopen en verlenen wij service aan enkel landbouwmachines. Door ons hierop te focussen blijven wij “neutraal” naar onze mening wordt een mechanisatiebedrijf altijd erg gekleurd door het trekker merk.

Onze machines zijn vaak erg specialistisch en het gebruik hiervan komt ook qua tijdstip erg precies. Hierdoor kan men geen stilstand dulden. Wanneer in het seizoen een machine stilstaat doordat er een defect is, moet deze zo snel mogelijk weer aan het werk. Het voorradig zijn van onderdelen bij de fabrikant en de snelle levering hiervan is dan erg belangrijk. Deze snelle levering mag best wat extra's kosten tegenover een levering die langer duurt, voor wanneer er geen haast is. Het zelf hebben van een magazijn kan voor ons haast niet meer uit. Door de grote diversiteit aan machines is het haast onmogelijk om van alles de onderdelen op voorraad te kunnen leggen. Natuurlijk hebben we de meest gangbare delen liggen maar doordat de leveringen tegenwoordig zo goed georganiseerd zijn, kunnen wij ons dit ook veroorloven van de fabrikant te laten komen.

Een goede documentatie is dan een vereiste. Het goed kunnen vinden van onderdelen in een onderdelenboek is erg belangrijk. Het zoeken op machinenummer is dan een goede oplossing. De kans op fouten door een verkeerde machine op te zoeken wordt dan voorkomen. Ook de reparatiehandboeken worden vaak door ons gebruikt. Vooral machines met veel hydrauliek en computers worden steeds geavanceerder waar je de documentatie echt voor nodig bent.

Een verbeterpunt met betrekking tot de documentatie is de beschikbaarheid van de oudere typen. Veel informatie is tegenwoordig online te vinden, maar van de oudere typen blijft dit naar onze ervaring achter. Voorbeeld is onze grondbewerkingslijn, het vorige merk is pas failliet gegaan, en van ons nieuwe merk heb ik de oude boeken niet, en deze zijn ook niet online in de portal te vinden. Echter krijg ik nu ook de oudere machines van dit merk in de werkplaats en is het dus erg moeilijk om hier de juiste onderdelen van te vinden.

Gelukkig is de communicatie dan wel weer erg goed geregeld. Hier heb ik op een enkele fabrikant na geen problemen mee. Zowel via de email als telefonisch krijg ik snel de juiste personen te spreken en zij hebben vaak goede kennis van zaken. Dit helpt erg bij de reparaties die de monteurs uitvoeren. Deze schakelen regelmatig deze hulp in wanneer zij er zelf niet meer uit komen. Doordat wij met deze specialistische machines werken, werken wij met kleinere fabrikanten dan de grote jongens. Hierdoor is het contact vaak erg persoonlijk en bouw je een band op. Omdat wij vaak ook het 06 nummer hebben kunnen wij ook gebruikmaken van Whatsapp om foto's door te sturen. Dit werkt erg gemakkelijk.

Bijlage 10, interview fabrikant 1

Fabrikant van bloters en sorteermachines.

Oorspronkelijk begonnen als een reparatiebedrijfje. 70% van de onderdelen wordt door de fabrikant gemaakt. Klein deel van het draaiwerk wordt uitbesteed, rest van het werk vindt in de eigen fabriek plaats. De software voor de betreffende machines komt van een extern bedrijf. 95 werknemers. Ook vinden er wel reparaties plaats van de gebruikers uit de regio of een garantiegeval.

Verkoop en service van de bloters verloopt via dealers. Enkel regionaal is er rechtstreekse levering aan de gebruiker. De verkoop en service van sorteermachines verloopt niet via een dealernetwerk, dit werk is te specialistisch. In het Oostblok wordt wel met een dealer gewerkt. Levering van beide machines vindt over de hele wereld plaats.

Bij levering van de machines wordt alle documentatie op papier en in de juiste taal meegeleverd. Voor de maaiers is er geen werkplaats handboek beschikbaar, dit is geen complexe machine. Voor de sorteermachines is er wel enige documentatie aanwezig voor het storing zoeken. Tegenwoordig zit er op elke moderne technisch complexe machine internet monitoring op, zodat er op locatie van de fabriek ingelogd en meegekeken kan worden.

In de fabriek worden de sorteermachines zoveel mogelijk opgebouwd en worden ze getest, voordat ze afgeleverd gaan worden. Er is een vaste servicemonteur in dienst, voor reparaties aan de sorteermachines zal de monteur ter plaatste gaan bij de gebruiker en de reparatie van de maaiers vindt meestal bij de dealer plaats of de machine komt terug naar de fabriek. Ook zijn er medewerkers die de machines assembleren en op locatie in bedrijf stellen.

Het klantencontact is veelal per telefoon of email. Een enkele keer wordt er videobellen toegepast om storingen op te lossen. Dit communicatiemiddel zal in de toekomst vaker toegepast gaan worden, juist bij complexe storingen. De medewerkers van de aftersales spreken meerdere talen. De vertegenwoordiger bezoekt elke 2 jaar de grote dealers, voor technische vraagstukken en specifieke wensen van klanten betreffende nieuwe modellen.

Onderdelen liggen in de fabriek op voorraad in het magazijn en worden vanaf daar verzonden naar de gebruiker. Nu nog met dag levering maar in de toekomst wellicht met nachtlevering. Onderdelen bestellen gaat nu nog via email, in de toekomst zal dit wellicht via een webshop verlopen. In het buitenland heeft de dealer ter plaatse de meest gangbare onderdelen in zijn magazijn liggen.

Garantieprocedure verloopt via email. Wereldwijd is de aanpak hetzelfde.

In Amerika en Canada wordt gewerkt met importeurs, met elk hun eigen rayon. Nederland is dealer vrij, wat wil zeggen dat iedereen onderdelen kan bestellen. In Duitsland en Frankrijk wordt de dealer doorverwezen naar werkverträters, met elk hun eigen gebied. Deze zijn vrij om hun eigen prijs te bepalen. Voor de toekomst zal er waarschijnlijk meer met een webshop worden gewerkt.

De inhoud van gebruikershandleidingen is veelal vastgelegd door richtlijnen. Bij een special hangt het van de mate van special af of er nieuw onderdelen boek etc. verschijnt. Tegenwoordig kunnen de onderdelen boeken digitaal aangepast worden, waardoor deze helemaal aan de machine aangepast zijn. Er wordt zoveel mogelijk geprobeerd de onderdelen standaard te houden.

We hebben weinig last van imitatieonderdelen, ze zijn lastig na te maken en niet erg kostbaar. Enkel de garantie vervalt dan.

Wij als fabrikant vindt het belangrijk dat de onderdelen bij de dealers beschikbaar zijn, vandaag besteld is morgen in huis. Dealers gaan steeds minder op voorraad leggen omdat de levering steeds sneller is.

Belangrijk voor de aftersales afdeling van de fabrikant naar de dealer is als eerste de snelle levering van onderdelen met een tracking code, de vindbaarheid van de onderdelen, dus het onderdelenboek en vervolgens de snelle reactie op vragen.

Bijlage 11, interview fabrikant 2

Er is een programma van eigen machines. Voor een gespecialiseerde markt. Het onderhoud en de reparaties worden uitgevoerd door 4 personen. In totaal zijn er 25 werknemers.

Eigen productie. Snijwerk en laswerk wordt uitbesteed, omdat het seriematig werk is. Smitwerk en eindassemblage wordt wel zelf gedaan om de kwaliteit en tijdsplanning in de hand te houden.

Van de gefabriceerde machines is 75% export, zowel in aantallen als in omzet. De export is wereldwijd. Deze service gaat altijd per telefoon.

Het in bedrijf stellen van de complexe machines gebeurt veelal door een medewerker van de nieuwbouwafdeling. Deze heeft veel kennis van zaken. Latere vragen of problemen komen binnen bij de serviceafdeling.

De verplichte gebruikershandleidingen zijn aanwezig, in meerdere talen. Het betreffende bedrijf is niet groot genoeg om alles te documenteren, in werkplaatshandboek en onderdelenboeken. Ook betreft het machines waar doorgaans standaard onderdelen in aanwezig zijn, welke verkrijgbaar zijn bij de grote onderdelenleveranciers. De specifieke componenten, zoals rijpompen en wielmotoren, welke speciaal gefabriceerd worden, zijn wel goed gedocumenteerd, met elektrische schema's en waarvan testgegevens bekend zijn.

De machines zijn wereldwijd te servicen met de daar beschikbare onderdelen. Bij exportmachines worden de elektrische en hydraulische schema's bijgeleverd, zodat storingsen met lokale mensen op te lossen zijn. Hierdoor komen er minder technische vragen.

Communicatie tussen klant en fabrikant vindt veelal plaats via de telefoon, mail en via de snellere Whatsapp. Videobellen wordt nog niet ingezet, omdat er vaak tijdsverschil is en ruis op de lijn zit.

We werken zoveel mogelijk met standaard onderdelen. De Nederlandse klant bestelt de eenvoudige standaard onderdelen meestal bij een groothandel en zal de fabrikant alleen de specifieke onderdelen indien nodig leveren. In het buitenland zijn de standaard onderdelen niet eenvoudig te verkrijgen en levert de fabrikant vaker alle onderdelen. Deze worden dan opgestuurd vanuit Nederland, dit gaat vaak net zo snel als dat er lokaal onderdelen besteld worden. Het is belangrijk de situatie ter plekke te kennen. Ook is de tijdsdruk in het buitenland vaak niet zo hoog, men is gewend aan lange afstanden.

In de regio, Nederland en België, worden onderhoud, storingsen en reparaties opgelost met een monteur met een servicewagen.

Voor de toekomst zal het bedrijf te maken krijgen met euro5, tot nu is er voor deze machines niets geregeld omdat de vermogens te laag zijn. De export naar Californië is al wel een probleem, omdat daar al wel strenge eisen worden gesteld. De medewerkers van de tekenkamer werken wel aan een oplossing.

Bij garantiebepalingen moet een machine uit de regio eerst bij de fabrikant aangeboden worden. Zowel onderdelen als arbeid zijn garantie. Bij een exportmachine vallen alleen de onderdelen onder de garantie. Deze onderdelen worden opgestuurd met een factuur, en zodra de defecte onderdelen retour zijn gekomen en beoordeeld volgt er een creditfactuur. Slechts bij hoge uitzondering zal er een monteur uitgezonden worden. In het buitenland wordt er niet met dealers gewerkt. De naamsbekendheid komt vooral van beurzen in binnen- en buitenland.

Communiceren gaat vooral door persoonlijk contact en via de telefoon.

Bijlage 12, interview fabrikant 3

Communicatie tussen fabrikant en dealer verloopt op drie manieren: scholing, onderdelen en serviceondersteuning. Er wordt alleen met dealers gewerkt, niet met importeurs.

Totaal 270 werknemers.

Ondersteuning via de helpdesk. 9 personen op kantoor, waarvan 6 actief in de serviceondersteuning. Een als technische trainer en een voor de garantieverwerking.

De informatie van de eenvoudige machines en kleinere problemen verloopt veelal via email en telefoon. Bij de technisch complexere machines kan er op de machine ingelogd worden terwijl deze bij de gebruiker staat, hier kan een foutcode uitgelezen worden en dit kan het storing zoeken vergemakkelijken. De betreffende machine kan vanuit de fabriek locatie gereset worden.

Ook zijn er 4 servicemonteurs, elk met zijn eigen specialisme. Deze personen worden ingezet als de dealer het probleem niet opgelost krijgt. Er zijn twee servicemonteurs in het buitenland gestationeerd in Frankrijk en Amerika).

De dealer is verantwoordelijk voor de eerste ondersteuning, de communicatie kan zowel via telefoon, email, whatsapp voor vooral foto's en video's en bv via facetime, als het een wat moeizaam contact is, door bijvoorbeeld een taalbarrière. Deze moderne communicatie zal in de toekomst steeds vaker toegepast gaan worden, een foto of video zegt meer dan een heel verhaal.

Er worden technische trainingen gegeven aan dealers over hoe een machine te onderhouden en storingen te zoeken.

Digitaal kunnen alle dealers de handleiding inzien. Dit kan de dealer te allen tijde inzien. Hoe de machine te gebruiken, stukje onderhoud en eenvoudig storing zoeken. Alle andere informatie staat achter een dealercode, zoals werkplaatshandboek, onderdelenboek etc. Er wordt al wel gewerkt met een garantieportal, de dealer kan hier ook weer inloggen. Nadat de gegevens zijn ingevuld, wordt de aanvraag beoordeeld en verwerkt. Overige reparaties worden niet gemeld. In de toekomst zal dit wel gaan gebeuren.

Voor de toekomst is er de wens een portalcomputersysteem in te zetten waarin de dealer de machines zelf kunnen configureren. Ook zal elke machine een eigen code krijgen, waar na inloggen direct de historie duidelijk is. Er zoveel mogelijk data verzameld worden over het gebruik van de machine. Dit om de dealer te motiveren en het te vergemakkelijken voor het personeel.

Dus de informatiestromen zoals ze nu zijn: telefoon, email, boeken, facebook, facetime, whatsapp en de online machinebesturing.

De onderdelenbestellingen komen binnen bij het onderdelenmagazijn via telefoon en email. Voor 16.00u bestelt, wordt met de nachtlevering voor 8.00u de volgende dag bezorgt. Amerika en China hebben een eigen onderdelenmagazijn. In de toekomst als het nieuwe informatiesysteem online is zal er natuurlijk ook online besteld kunnen worden, op machinenummer en zal er ook een webshop beschikbaar komen.

Er worden veel specials gemaakt, elke machine is klant specifiek gemaakt. Vanuit een standaard machine zijn er vele aanpassing mogelijk. Er geldt wel een standaard gebruikershandleiding, het onderdelenboek wordt wel aangepast.

Bijlage 13, interview fabrikant 4

Onderdeel van een nationale bedrijvengroep en onder een internationale ondernemer, met 40-45 werknemers.

Productie grotendeels zelf, constructiewerk wordt uitbesteedt.

Zelf assembleren, poeder coaten

Werken met een strikt dealernetwerk met drie dealers binnen Nederland.

Dit is het eerste aanspreekpunt.

Onderdelen bestellen kan enkel via de dealer.

Dit is opgezet vanaf 2018, voorheen vooral rechtstreeks.

Dit is vooral opgezet voor de vergroting van het verkoopkanaal.

Dealer vangt ook de eerste vragen op, hier worden ze voor geïnstrueerd.

Doordat er nu met dealers gewerkt wordt is er ineens veel meer rust binnen het bedrijf, doordat de eerste vragen en de simpele reparaties nu door het mechanisatiebedrijf opgelost worden.

Vragen komen nu vooral binnen via de verkoop binnendienst en zij handelen deze af.

De service en garantiegevallen worden door de afdeling aftersales afgehandeld, deze beide afdelingen werken nauw samen.

Voor garantie wordt eerst beoordeeld of de schade door een bedieningsfout, onvoldoende onderhoud of een machinefout komt. Daarna wordt er verder gekeken hoe het op te lossen. Bij dure onderdelen als tandwielkasten of roteren moeten de defecte onderdelen ook retour gestuurd worden voor inspectie.

Wanneer de kapotte machine onder de garantie valt kan deze door het mechanisatiebedrijf gerepareerd worden. Voor de meest gangbare reparaties is hiervan een vaste prijs bepaald. Naast een vast garantie uurtarief, is er ook een maximaal aantal uit te keren uren bepaald waarin een monteur dit normalerwijze moet kunnen doen. Zoals bijvoorbeeld een tandwielkast, deze moet redelijkerwijs in 6 uur uit te wisselen zijn.

Kleine garantieaanvragen zijn voor de dealer zelf (tot €100). Maar bij garantie gevallen is dit bedrag meestal veel hoger.

Er is geen documentatie, zoals een werkplaats handboek om de reparaties uit te voeren. Er wordt gewerkt met een handboek, complete gebruikershandleiding als een onderdelenboek. Daarin worden wel bepaalde zaken uitgelegd over reparatie en uitwisselen van onderdelen.

Het betreft hier echter machines zonder ingewikkelde technische systemen, zoals hydrauliek en verbrandingsmotoren.

Bij de nieuwste modellen machines zijn er een aparte gebruikershandleiding en onderdelenboek. Het onderdelenboek staat vooral digitaal, welke bij de dealer is op te vragen.

De manual wordt op papier met de machine meegegeven, daartoe is de dealer verplicht.

Dit is gedaan uit kostenbesparing, omdat de gebruiker vaak niets met het onderdelenboek doet. Bovendien staat nu de meest actuele versie op internet, soms wijzigen onderdelennummers, de dealer kan hiervoor inloggen.

De dealerlogin is ook toegepast om de gegevens te beschermen: als de onbeveiligde gegevens worden verspreid en deze verouderen, zou er gewerkt kunnen worden met foute gegevens. En de gebruiker moet nu weer naar zijn eigen dealer voor onderdelen. Ook worden de actuele prijslijst en de garantiecondities en garantieformulier erop vermeld.

De onderdelen levering aan de gebruiker gebeurt altijd via de dealer.

Bij een garantiegeval of een technisch probleem verwijst juist de dealer weer door naar de fabrikant, hierdoor kan er doelgerichter worden gewerkt en is het probleem makkelijker opgelost worden.

Er is geen serviceafdeling aanwezig, dit wordt allemaal opgevangen door de dealers. Dit geldt ook voor het buitenland. Er wordt geprobeerd het district of de regio zo dicht mogelijk bij de dealer te houden, maar uiteindelijk heeft de gebruiker de keus.

De dealer meldt een gewone reparatie van onderhoud niet bij de fabrikant. Bijzondere gevallen welke de dealer opvallen en de garantie gevallen worden wel teruggekoppeld. Er is geen meldplicht.

Bij garantiegevallen dienen er originele onderdelen te worden gebruikt, anders vervalt de garantie. Bij het reguliere onderhoud is het niet te voorkomen dat er ook goedkopere onderdelen zullen worden toegepast.

Bij garantiegevallen dienen er onderdelen te worden besteld door de dealer, deze zullen ook gefactureerd worden. De defecte onderdelen worden retour gestuurd en na beoordelen door de aftersalesafdeling zal er een creditnota worden verstuurd. Dit systeem wordt zo toegepast zodat de fabrikant zichzelf indekt dat het werkelijk een garantiegeval betreft.

Contact tussen dealer en fabrikant verloopt altijd via mail of telefoon voor de binnendienst en aftersales afdeling. Enkel foto's worden met whatsapp verstuurd. Contact via mail kan met alle partijen tegelijk. De buitendienstmedewerker gaat ook op bezoek bij de dealer. Voor de toekomst is bijvoorbeeld facetime een optie, dan kan gelijk een probleem, op afstand, worden bekeken.

Op het garantieformulier dienen zoveel mogelijk gegevens te worden ingevuld. Waarvan het serienummer verplicht is. Naam, adres van dealer en eindgebruiker, naam van persoon wie de schade behandeld, datum schade beknopte omschrijving schade. Uurtarief schadevergoeding is €50, soms wordt een vast bedrag voor een reparatie afgesproken. Artikelnummers gebruikte onderdelen.

Verbeterpunten tussen de relatie dealer en fabrikant zijn bijvoorbeeld de oude boeken van de oudere machines, veel onderdelen hebben inmiddels een ander nummer gekregen of zijn gewijzigd. Hier is onvoldoende aandacht aan geschonken om dit up to date te houden omdat er nieuwere modellen bij zijn gekomen. Echter is de situatie nu zo dat de oudere modellen ook nog in productie blijven. Een ander punt is de informatie op internet toegankelijker maken. De eindgebruiker zelfstandig gegevens van de machines kunnen zoeken en oplossingen kunnen vinden.

De onderdelen levering van fabrikant naar dealer vindt nog plaats met dag levering. De wens is wel om dit met nachtlevering te gaan doen, vooral in het hoogseizoen.

Er wordt op dit moment niet met specials gewerkt, er wordt alleen seriematig geproduceerd in verband met capaciteitskrapte.

Export is vooral Europees gericht, maar vindt ook wel wereldwijd plaats.

Van de informatieproducten die een dealer beschikbaar stelt aan de gebruiker is de gebruikershandleiding en het onderdelenboek het belangrijkste, als tweede de informatie op internet en als derde het persoonlijke contact.

Bijlage 14, interview fabrikant 5

Fabrikant van grondbewerking machines.

50 werknemers in de fabriek en de ondersteunende afdelingen.

Wij werken zowel met een dealernetwerk, als met een eigen verkoop en serviceafdeling.

In principe worden reparaties uitgevoerd door de lokale dealer. Onze machines zijn niet zo complex. In veel gevallen levert dit geen problemen op. De machines die niet via een dealer verkocht zijn worden zoveel mogelijk ondersteund vanuit de fabriek voor de reparatie. Wanneer deze er niet uit komen hebben we een serviceafdeling. De serviceafdeling bestaat uit 2 monteurs met elk een service bus welke naar de klant toegaan als er complexe problemen zijn in Nederland, België en Duitsland. Daarbuiten zal er vaak met het vliegtuig naartoe gegaan worden.

Communicatie tussen dealer en fabrikant verloopt meestal via telefoon en email. Sinds kort hebben we wel de documentatie online staan. Hoewel dit al een hele stap vooruit is, staat nog niet alles erop.

Ook tussen eindgebruiker en fabrikant is het belangrijkste communicatiemiddel de telefoon. Soms aangevuld met WhatsApp, voor het versturen van foto's om problemen zichtbaarder te maken.

Elke machine wordt afgeleverd met de juiste gebruikershandleiding in de juiste taal. Hier is vaak ook een onderdelenboek toegevoegd. Dit wordt gedaan omdat wij tot voor kort nog niet de online omgeving hadden en onze machines veranderen regelmatig. Zo wisten wij in ieder geval zeker dat het juiste boek bij de juiste machine is. Tegenwoordig gaat alles per machinenummer. Hierdoor worden er nog minder fouten gemaakt.

Achter de dealer login is ook het garantieformulier te downloaden. Na invullen dient deze teruggestuurd te worden naar de fabrikant, waarna de claim wordt beoordeeld. Voordat de dealer echter met de garantie reparatie begint, moet deze contact opnemen met de fabriek. Zo kunnen wij de reparatie sturen en de schade beoordelen.

Onderdelen worden nu nog met dag transport de volgende dag verzonden. Het is wel een wens voor de toekomst dit met nachtlevering te gaan doen.

Terugkoppelend is het belangrijkste het telefonisch contact zowel met de dealer als met de eindgebruiker.

Vervolgens de documentatie, zowel op papier in de gebruikershandleiding als online.

Als derde de onderdelenlevering, vooral in het hoogseizoen moeten onderdelen snel te leveren zijn om de eindgebruiker zo efficiënt mogelijk met onze machines te laten werken.

Bijlage 15, interview fabrikant 6

Wij zijn een Fabrikant van niet aangedreven grondbewerkingsmachines in het oosten van Nederland. Hier werken wij met ongeveer 80 mensen aan de productie van machines die over de gehele wereld verscheept worden. De meeste machines blijven echter in Europa.

Ons bedrijf bestaat al meer dan 100 jaar en heeft in die tijd een betrouwbare naam opgebouwd. Deze kwaliteitsstandaard willen we graag hooghouden en hierbij is de after-sales erg belangrijk.

De machines die wij hier produceren zijn niet erg ingewikkeld. Hierdoor zijn we enkel een onderdelenboek nodig en geen reparatiehandboek. Wel wordt er eens een zaaimachine opgebouwd, maar deze wordt ingekocht en hoeven wij dus geen eigen documentatie voor te maken. Wij zorgen er altijd voor dat het onderdelenboek klopt. Deze wordt met de verkoop van een nieuwe machine meegeleverd maar kan ook opgevraagd worden via de email. De gebruikershandleiding is wel erg uitgebreid. De instellingen van de machines zijn erg belangrijk, en willen wij dan ook goed uitleggen.

De verkoop van onderdelen hebben wij anders aangepakt als vele anderen. 90 procent van onze verkochte onderdelen zijn slijtdelen. Door hiervoor een samenwerking te zoeken met een groothandel in agrarische onderdelen, hebben wij hier geen werk meer mee en heeft de dealer altijd de onderdelen op tijd. Zo kunnen wij ons bezig houden met onze core business. In samenwerking met dit bedrijf hebben wij een duidelijke structuur gemaakt met duidelijke onderscheiding tussen de verschillende machines, zodat de kans op fouten gering is. Omdat wij al zo lang deze producten produceren, is er ook een imitatiemarkt ontstaan. Hierdoor moeten wij ons nog meer focussen op de kwaliteit van de slijtdelen.

Belangrijkste communicatiemiddel tussen fabrikant en dealer is de telefoon. Er wordt ook gebruikgemaakt van email, is er een probleem met een machine, of zijn er vragen over bepaald instellingen tijdens het werk, dan wordt er ook regelmatig een foto of video via de Whatsapp verstuurd.

Garantieafhandeling gebeurt via telefonisch contact en via mail. Eerst wordt er vaak telefonisch overlegd met de Europese klanten. Buiten Europa gaat praktisch alleen via de email. De administratie hiervan gaat via de email.