2017

Rick van Wetten

Decos Cartracker

13-6-2017

****

Behoeften Omtrent Wagenparkbeheer Onderzoeksrapport

# Contactgegevens

**Bedrijfsgegevens**

Decos Mobile Solutions BV

Huygensstraat 30

2201 DK Noordwijk

[info@cartracker.nl](mailto:info@cartracker.nl)

+31 8833 26701

**Opleiding**

Commerciële Economie

Hogeschool Leiden

Zernikedreef 11

2333 CK Leiden

[info@hsleiden.nl](mailto:info@hsleiden.nl)

+31 71 5188 800

**Bedrijfsbegeleider**

Dhr. R. Tosseram

**Afstudeerbegeleider**

Dhr. B. Boerma

**Afstudeerder**

R.A. van Wetten

Studentnummer: s1083053

**Eerste beoordelaar:**

Ed Feijen

**Tweede beoordelaar:**

Ton van Brienen

# Voorwoord

Voor u ligt de afstudeerscriptie ‘*Behoeften Omtrent Wagenparkbeheer*’. Dit is een onderzoeksrapport, geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Commerciële Economie aan Hogeschool Leiden. De opdrachtgever van het onderzoek is Decos Mobile Solutions BV, een dochterondernemingen van Decos Technology Group, waarvan het papierloze hoofdkantoor gevestigd zit in Noordwijk. Het rapport is opgemaakt in de periode van 13 februari 2017 tot en met 13 juni 2017.

Het begin van deze periode verliep in mijn ogen niet erg soepel, doordat ik zoekende was naar een goede opdracht die van toegevoegde waarde zou zijn voor de opdrachtgever. In eerste instantie was het de bedoeling om tot een marketingplan te komen, maar na een aantal weken bleek er toch meer vraag te zijn naar rapport dat beter inzicht zou geven in de daadwerkelijke behoeften van de doelgroep. Zoals de titel van dit rapport wellicht al doet vermoeden, houdt deze doelgroep zich bezig met wagenparkbeheer. Na een goede afbakening van de opdracht, verliep het schrijven van mijn scriptie steeds soepeler. Het sluitstuk van mijn studie dat nu voor u ligt, is uiteindelijk het resultaat.

Graag zou ik mijn bedrijfsbegeleider Roy Tosseram allereerst bedanken voor de fijne begeleiding tijdens mijn afstudeerstage. Daarnaast wil ik mijn scriptiebegeleider vanuit Hogeschool Leiden, Bert Boerma, bedanken voor alle goede feedback die ik tijdens deze periode heb mogen krijgen. Tevens bedank ik het hele Cartracker team, waarbij ik gedurende mijn stage altijd terecht kon met mijn vragen. Als laatste gaat mijn dank uit naar alle respondenten van mijn interviews. Zonder hun bereidwillige medewerking had ik dit onderzoek niet uit kunnen voeren.

Dan rest mij nog om u veel leesplezier toe te wensen.



Rick van Wetten, Hazerswoude Dorp, 11 juni 2017

# Management summary

Decos Mobile Solutions BV is one of the subsidiaries of Decos Technology Group, located in Noordwijk, The Netherlands. Decos Mobile Solutions BV offers a fleet management system called ‘Cartracker’. These systems, in the form of black boxes (hardware), are installed in vehicles of organizational fleets. From that moment onwards, Cartracker will register all trips of the vehicles automatically. This can help organizations carry out their responsibility of sending data of business related trips to the Dutch tax authorities. By doing so, certain Dutch vehicle taxes will be avoided. Therefore, Cartracker is certificated with the quality label ‘RRS’. Besides that, Cartracker delivers data to fleet managers in the form of driving behavior, real-time locations (track & trace) and working hours via software. All this data helps organizations to manage their fleets in an efficient way. The corporate vision can be described as followed:

*“Decos Mobile Solutions wants to improve fleet performance and driving behavior for a sustainable mobile society.”*

In this report, four hypotheses were defined, based on the Value Proposition Canvas model from Osterwalder (2012). This model considers two specific aspects: the value proposition and the customer segments. In addition, the Value Proposition Canvas considers the fit of these aspects. Further research has been done to answer the main question of the research, which is:

*“What are the needs of the target group in the field of fleet management?”*

Furthermore, a total of thirteen sub-questions have been formulated out of the main question, ordered in the categories ‘desk’, ‘field’ or ‘desk–and-field’ research. The answers of the desk research questions are based on literature and databases of DMS. To answer the field research questions, qualitative research has been performed. Fourteen depth interviews were held among fleet managers who are part of the target group, with the purpose to gather information about their needs. Various card sorting and show card techniques were used while conducting the research.

The desk research had some relevant outcomes. For instance, the potential market for Cartracker consists a total of 1.883.790 vehicles. In addition, an increase of 3% is expected for the next year (Rabobank, 2017). A DESTEP-analysis gave some other important insights. The most relevant outcomes were the technological and the ecological developments. Moreover, the number of electric cars will be doubled ten times over the next five years (ING, n.d.). Besides that, sustainability is another upcoming trend. On the long-term, car sharing in combination with the self-driving car will become more popular, which will cause a reduction up to 50% on the total Dutch fleet in 2050 (Ministerie van Economische Zaken, 2016). The data delivering ‘connected car’ will become more popular, with a reduction of costs as the main driving force (Innovam, 2014).

The value proposition of Cartracker in the perception of DMS is the automatic registration of trips including the quality label RRS and on the other hand the possibility to increase fleet performance by using vehicles more efficient. The customer segments are separated in two groups: the governmental (‘LRG’) and commercial (‘MKB’) institutions.

The field research has shown that the main pains among both customer segments are relieved by Cartracker. Therefore, hypothesis H1 and hypothesis H2 have both been accepted. These hypotheses state that the pain relievers of Cartracker relieve the pains of the customer segments MKB (H1) and LRG (H2). Hypotheses H3 and hypothesis H4 describe that the gain creators of Cartracker create gains for the customer segments MKB (H3) and LRG (H4). Although the research shows that some organizations do use Cartracker to create gains, it turned out that some respondents from both segments are not capable to use the Cartracker-system in order to improve the fleet performance. The main reason is that the fleet managers are not familiar with the Cartracker software. Because of this reason, hypothesis H3 and hypothesis H4 have been rejected. To conclude, the biggest challenge for DMS will be to make sure that their customers are able to use the features of Cartracker.

A total of seven recommendations have been formulated. The first recommendation states that DMS should familiarize the customers with the software by training and guiding them. Moreover, to reach the potential customer it is recommended to put a fair amount of effort in online marketing. Furthermore, DMS has been advised to invent the possibilities for creating resellers, in order to canvass bigger fleets in the long term. Several other recommendations have been defined to meet other customer needs.

The final part of the report contains the implementation. In this part, each recommendation has been worked out to draw a plan for the operationalization. A diversity of task has been specified and assigned on a timeline. Furthermore, an assumption of the costs and the benefits has been added for each recommendation. Besides that, a content calendar has been attached.

Inhoud

[Contactgegevens 1](#_Toc485114134)

[Voorwoord 2](#_Toc485114135)

[Management summary 3](#_Toc485114136)

[Inleiding 8](#_Toc485114137)

[Verklarende woordenlijst 10](#_Toc485114138)

[1. Probleemformulering 11](#_Toc485114139)

[1.1 Doelstelling 11](#_Toc485114140)

[1.2 Doelgroep 11](#_Toc485114141)

[1.3 Probleemstelling 12](#_Toc485114142)

[1.4 Deelvragen 12](#_Toc485114143)

[2. Theoretisch kader 13](#_Toc485114144)

[2.1 Afgeleide vraag 13](#_Toc485114145)

[2.2 Betoog 13](#_Toc485114146)

[2.2.1 Behoeftes 13](#_Toc485114147)

[2.2.2 Digitale dienstverlening 13](#_Toc485114148)

[2.2.3 Canvasmodellen 14](#_Toc485114149)

[2.3 Conceptueel model 17](#_Toc485114150)

[2.4 Hypothesen 17](#_Toc485114151)

[3. Onderzoeksverantwoording 18](#_Toc485114152)

[3.1 Deskresearch 18](#_Toc485114153)

[3.2 Fieldresearch 18](#_Toc485114154)

[3.3 Betrouwbaarheid 19](#_Toc485114155)

[3.4 Validiteit 20](#_Toc485114156)

[3.5 Bruikbaarheid 20](#_Toc485114157)

[4. Resultaten deskresearch 21](#_Toc485114158)

[4.1 De markt van Cartracker 21](#_Toc485114159)

[4.2 Marktontwikkelingen 21](#_Toc485114160)

[4.3 Waardestrategie Cartracker 24](#_Toc485114161)

[4.3.1 Visie & Missie 24](#_Toc485114162)

[4.3.2 Waardepropositie Cartracker 24](#_Toc485114163)

[4.3.3 KIantsegmenten Cartracker 26](#_Toc485114164)

[4.4 Concurrentie 26](#_Toc485114165)

[4.4.1 Productvormconcurrentie 26](#_Toc485114166)

[4.4.2 Productcategorieconcurrentie 28](#_Toc485114167)

[4.4.3 Generiek concurrentie 29](#_Toc485114168)

[4.4.4 Budgetconcurrentie 29](#_Toc485114169)

[5. Resultaten fieldresearch 30](#_Toc485114170)

[5.1 Klanttaken 30](#_Toc485114171)

[5.2 Pijnpunten 30](#_Toc485114172)

[5.3 Voordelen 31](#_Toc485114173)

[5.4 Onvervulde behoeften 33](#_Toc485114174)

[5.4.1 Onvervulde behoeften wagenpark 33](#_Toc485114175)

[5.4.2 Onvervulde behoeften rittenregistratiesystemen 34](#_Toc485114176)

[5.5 Ontwikkelingen 35](#_Toc485114177)

[5.6 Concurrentie 36](#_Toc485114178)

[5.7 Beslissingen 37](#_Toc485114179)

[5.8 Distributie 37](#_Toc485114180)

[5.9 Promotie 38](#_Toc485114181)

[6. Conclusie 39](#_Toc485114182)

[6.1 Klanttaken 39](#_Toc485114183)

[6.2 Pijnpunten & voordelen 39](#_Toc485114184)

[6.2.1 Pijnpunten 39](#_Toc485114185)

[6.2.2 Voordelen 40](#_Toc485114186)

[6.3 Onvervulde behoeften 40](#_Toc485114187)

[6.4 Ontwikkelingen 40](#_Toc485114188)

[6.5 Concurrentie 41](#_Toc485114189)

[6.6 Beslissingen 41](#_Toc485114190)

[6.7 Distributie 41](#_Toc485114191)

[6.8 Promotie 41](#_Toc485114192)

[6.9 Hypothesen 42](#_Toc485114193)

[7. Aanbevelingen 43](#_Toc485114194)

[8. Implementatie 45](#_Toc485114195)

[Literatuurlijst 53](#_Toc485114196)

[Bijlage 1 – Organogram Decos Beheer BV 58](#_Toc485114197)

[Bijlage 2 – Voorbeeld rittenregistratie voor de fiscus 59](#_Toc485114198)

[Bijlage 3 – Verdere toelichting op onderzoeksverantwoording 60](#_Toc485114199)

[Bijlage 4 – Topiclist 61](#_Toc485114200)

[Bijlage 5 – Planning & randvoorwaarden 64](#_Toc485114201)

[Bijlage 6 – Artikel rittenregistratie 65](#_Toc485114202)

[Bijlage 7 – Markt Cartracker 66](#_Toc485114203)

[Bijlage 8 – Ontwikkelingen 70](#_Toc485114204)

[Bijlage 9 – Notulen Mobiliteitsymposium ‘Mobility Matters’ 75](#_Toc485114205)

[Bijlage 10 – Purpose Decos 77](#_Toc485114206)

[Bijlage 11 – Business Model Canvas Cartracker 78](#_Toc485114207)

[Bijlage 12 – Voorbeeld rijgedrag analyse Cartracker 80](#_Toc485114208)

[Bijlage 13 – Persona’s Cartracker 81](#_Toc485114209)

[Bijlage 14 - Concurrentieoverzicht 85](#_Toc485114210)

[Bijlage 15 – Analyseschema’s 93](#_Toc485114211)

[Bijlage 16 – Datum prikken 112](#_Toc485114212)

[Bijlage 17 – Virtuele tour 113](#_Toc485114213)

[Bijlage 18 – Gebruiksvideo 114](#_Toc485114214)

[Bijlage 19 – Zoekresultaten “rittenregistratie” 115](#_Toc485114215)

[Bijlage 20 – Relevante zoektermen SEO 116](#_Toc485114216)

[Bijlage 21 – Contentkalender 117](#_Toc485114217)

[Bijlage 22 – Eerste pagina reseller overeenkomst 118](#_Toc485114218)

[Bijlage 23 – Marges reseller overeenkomst 119](#_Toc485114219)

[Bijlage 24 – Samengestelde rapportage uit het CRM-systeem van Cartracker 120](#_Toc485114220)

[Bijlage 25 – Voertuiggegevens RDW 121](#_Toc485114221)

[Bijlage 25 – CO2-rapportages 122](#_Toc485114222)

[Bijlage 26 – Selectiecriteria opmaak rapportages 123](#_Toc485114223)

[Bijlage 27 – Interviews 124](#_Toc485114224)

# Inleiding

Ter afronding van de opleiding Commerciële Economie aan de Hogeschool Leiden wordt er een afstudeeropdracht uitgevoerd voor Decos Mobile Solutions BV (‘DMS’). Deze opdracht staat in het kader van een onderzoek naar de behoeften van de doelgroep. Om een beeld te krijgen bij de opdracht, is het van belang om eerst de opdrachtgever in kaart te brengen. Het bedrijf waar de opdracht wordt uitgevoerd is Decos Mobile Solutions BV (‘DMS’), ook bekend als ‘Decos Cartracker’. DMS is een van de acht BV’s die vallen onder Decos Technology Group.

Decos Technology Group (‘Decos’), is een softwarebedrijf dat is opgericht in 1987. Decos is gevestigd in Noordwijk, waar het een modern en papierloos kantoor heeft gegrondvest. Dat het kantoor volledig digitaal is, is toonaangevend voor de bedrijfscultuur binnen Decos. In bijlage 1 is een overzicht te vinden met daarin de BV’s die onder Decos vallen, met daaronder een organogram (figuur 24).

‘Het product dat DMS vijftien jaar geleden op de markt heeft gebracht is Cartracker. Dit is een rittenregistratiesysteem, waarbij een blackbox (hardware) in bedrijfswagens wordt geplaatst. De hardware genereert data, die bedrijven via een maandelijks serviceabonnement (digitale dienstverlening) van real-time ritinformatie voorziet. Al deze informatie in de vorm van data kan wagenparkbeheerders en fleet managers helpen bij het efficiënter uitvoeren van hun taken.

Een van de grootste voordelen van Cartracker is dat organisaties automatisch een sluitende rittenregistratie voor de belastingdienst kunnen verkrijgen vanuit Cartracker, wat verplicht is voor Nederlandse organisaties als zij de bijtelling willen ontlopen. Dit bespaart zowel de berijder als de wagenparkbeheerder enorm veel tijd. De berijder hoeft namelijk niets meer handmatig op te schrijven. Daarnaast hoeft een wagenparkbeheerder al deze formulieren niet meer te digitaliseren. Een voorbeeld van een rittenregistratie voor de fiscus is te vinden in bijlage 2.

Ook kunnen locaties van medewerkers ten alle tijden worden ingezien via track & trace, wat kan helpen bij het controleren van werktijden of het sneller kunnen acteren op spoedklussen. Verder kan er gestuurd worden op rijgedrag, doordat wagenparkbeheerders altijd kunnen zien als er bijvoorbeeld te hard gereden werd. Cartracker beschikt over het keurmerk Rit Registratiesystemen (RRS), waardoor het systeem wordt erkend door de belastingdienst. Dit Keurmerk RRS bestaat sinds 2013 (Keurmerk RitRegistratieSystemen, 2017).

Waar DMS begon als een van de grotere spelers op het gebied van ritregistratiesystemen, heeft het de afgelopen jaren enorm stilgestaan als het om ontwikkelingen gaat. Dit terwijl de markt waarin Cartracker zich bevindt steeds competitiever werd. Er zijn ondertussen ongeveer 100 dergelijke aanbieders van systemen, waarvan 20 aanbieders beschikken over het Keurmerk RRS. Na een aantal jaren nauwelijks ontwikkelingen te hebben doorgemaakt, realiseert DMS zich dat het zaak is om Cartracker verder te ontwikkelen.

Hier is het Cartracker-team dan ook druk mee bezig. Momenteel zit Cartracker in een transitie van een oud en relatief ingewikkeld klantensysteem, genaamd CRM, naar een nieuw, strakker en meer gebruiksvriendelijke webapplicatie: Cartracker Live. Ook is Cartracker bezig om de data (die momenteel nog wordt opgeslagen in een datacentrum in Amsterdam) over te zetten naar de cloud (online). Het cloudproject neemt momenteel zeer veel tijd in beslag voor de ontwikkelaars van DMS. Dit heeft echter wel prioriteit, omdat nieuwe softwareontwikkelingen die nu op CRM gericht zijn later opnieuw gedaan zullen moeten worden voor Cartracker Live. Het is de bedoeling dat deze transitie in augustus 2017 is voltooid. Daarna is er veel ruimte voor verdere ontwikkelingen, waarbij gekeken zal moeten worden naar de behoeften van de doelgroep.

Deze behoeften kunnen enorm uiteenlopen. De data die de hardware (de Cartracker blackbox) verzamelt, biedt namelijk talloze mogelijkheden voor klanten. De hardware levert dus data, die door het ontwikkelen van koppelingen kan worden omgezet in cijfers, gegevens, locaties, rapportages etc. Zo kan Cartracker in de toekomst bijvoorbeeld meer voertuiggegevens (gegevens als bandenspanning en temperatuur), uitgebreidere wagenparkrapportages of meer gegevens omtrent rijgedrag naar voren laten komen in Cartracker Live. Dit soort ontwikkelingen kosten tijd en geld, waardoor er goed overwogen keuzes gemaakt dienen te worden. Alvorens er goede strategische keuzes gemaakt kunnen worden, is het van belang dat Decos Cartracker meer informatie ter beschikking heeft over de doelgroep. Het is belangrijk om te weten te komen waar Cartracker precies waarde toevoegt of toe kan voegen en waar – volgens de doelgroep - “issues” op het gebied van wagenparkbeheer liggen.

Daarnaast is het mogelijk dat de markt van Cartracker in de toekomst grote veranderingen moet ondergaan, doordat er bijvoorbeeld revolutionaire ontwikkelingen spelen op het gebied van auto’s. Het kan zo zijn dat bepaalde trends, bijvoorbeeld de zelfrijdende auto en de opkomst van de ‘connected car’ (welke data levert), van invloed zijn op de keuzes waar DMS voor komt te staan. Het uiteindelijke doel van dit onderzoeksrapport is om tot aanbevelingen aan te dragen die betrekking hebben op de behoeften van de doelgroep.

# Verklarende woordenlijst

Er worden een aantal belangrijke begrippen die in dit rapport voorkomen kort toegelicht, om de leesbaarheid te bevorderen.

|  |  |
| --- | --- |
| Bedrijfsmotorvoertuigen | Motorvoertuigen ingericht voor het vervoer van goederen of personen, voor het uitvoeren van bijzondere doeleinden of voor het trekken van opleggers. Hieronder vallen bestelauto's, vrachtauto's, trekkers, speciale voertuigen en bussen. Aanhangwagens en opleggers vallen hier niet onder (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017) |
| Berijder | Een berijder is een benaming voor een bestuurder van bijvoorbeeld personenwagen of bestelbus. De term “chauffeur” wordt in het vakgebied vooral gebruikt voor bestuurders van vrachtwagens. |
| Bijtelling | Wanneer een voertuig dat is beschikbaar gesteld door de werkgever ook wordt gebruikt om privé te rijden, moet er een door de fiscus vastgesteld bedrag worden betaald, genaamd bijtelling (Encyclo, z.d.). |
| CO2-Footprint | CO2-footprint is een milieumaat, waarbij de totale CO2-uitstoot van een organisatie inzichtelijk wordt gemaakt (Ricardo, 2013). |
| Grijs kenteken | Een terminologie gebruikt voor bestelwagens. |
| Mobiliteitsbudget | Door de werkgever verstrekt budget om het vervoer van de werknemer te bekostigen. Hierbij komt de verantwoordelijkheid te liggen bij de werknemer zelf. Er mag gekozen worden voor bijvoorbeeld een leaseauto, openbaar vervoer, of een combinatie van verschillende vormen van vervoer (Mobility Reporter, 2016). |
| Wagenpark | Het wagenpark is het geheel aan voertuigen waar een organisatie over beschikt. Het wagenpark kan met allerlei verschillende soorten voertuigen zijn samengesteld (Ensie, 2016). |
| Wagenparkbeheerder/fleet manager | Een wagenparkbeheerder (in het Engels: Fleet manager) is een persoon die binnen de organisatie (mede)verantwoordelijk is voor het wagenpark. De wagenparkbeheerder ziet erop toe dat er onderhoud, reparatie en coördinatie plaatsvindt van wagenparken (Encyclo, z.d.). Een wagenparkbeheerder kan zowel intern als extern worden aangesteld. |

# Probleemformulering

In dit hoofdstuk staat de probleemformulering centraal. Hierin komt de basis van het onderzoek naar voren. Dit gebeurt aan de hand van een doelstelling, probleemstelling en verschillende deelvragen. Tevens wordt de doelgroep in dit hoofdstuk behandeld.

## 1.1 Doelstelling

Om goed in te kunnen spelen op de behoeften van de doelgroep, is er eerst meer informatie nodig over wat daadwerkelijk de behoeften zijn. Om dit te bepalen zal er tussen 14 februari 2017 en 13 juni 2017 een onderzoek worden uitgevoerd. Decos Cartracker wil door middel van de onderzoeksresultaten strategische keuzes goed kunnen onderbouwen. Daarbij is het belangrijk dat de producten en diensten goed aansluiten op de behoeften van de doelgroep. De doelstelling is daarom als volgt opgesteld:

*In opdracht van Decos Mobile Solutions BV wordt er onderzoek gedaan naar de behoeften van de doelgroep, ten einde middels aanbevelingen advies te kunnen geven met betrekking op de strategie voor Cartracker.*

## 1.2 Doelgroep

De huidige doelgroep die DMS hanteert voor Cartracker, bestaat enerzijds uit midden- en kleinbedrijf (‘MKB’). Tot het MKB behoren ondernemingen met maximaal 250 werknemers (MKBServicedesk, 2017). Anderzijds behoren lokale regionale overheden (‘LRG’) tot de doelgroep van Cartracker. Organisaties binnen de doelgroep van het MKB hebben minimaal vijf voertuigen in het wagenpark. Hieronder vallen allerlei verschillende soorten bedrijfsvoertuigen, van personenwagens tot strooiwagens. Bedrijfsmotorvoertuigen, vooral bestelauto’s, zijn de belangrijkste voertuigen die onderdeel uitmaken van de doelgroep van Decos Cartracker. Cartracker richt zich met name op de wagenparkbeheerder/fleet manager.

Veel typen bedrijven die op dit moment gebruik maken van Cartracker, zijn bijvoorbeeld uitzendorganisaties, bouw- en aannemersbedrijven, transporteurs, installatiebedrijven en consultancybedrijven. Overheidsinstellingen als gemeenten, milieudiensten en veiligheidsregio’s zijn momenteel nog ondervertegenwoordigd in de klantengroep van DMS. Er zijn slechts zes klanten in dit segment, maar volgens een extern bedrijf dat koude acquisitie verricht, is er in die groep veel interesse voor systemen als Cartracker (Canvass Company, 2017).

Voor alle organisaties uit de doelgroep speelt de mobiliteit een belangrijke rol binnen de bedrijfsvoering. Het systeem van Cartracker helpt deze organisaties bij het managen van het wagenpark door gebruik te maken van softwaretechnologie, waarmee inzicht verkregen wordt in zaken als digitale en gecertificeerde kilometerregistratie, werkuren en rijgedrag.

De decision making unit (‘DMU’) bestaat uit alle groepen en individuen binnen een organisatie die aan het besluitvormingsproces deelnemen in onderhandelingen voor producten en diensten (Kotler, 2008). De DMU wordt bij Cartracker momenteel opgesplitst in twee verschillende typen: LRG en MKB. Deze splitsing is gemaakt doordat het beslissingsproces er bij bijvoorbeeld gemeenten anders uitziet dan bij commerciële bedrijven. Ook zouden de behoeften bij beide soorten organisaties verschillen. Hierover komt meer naar voren in paragraaf 4.3.2.

In figuur 1 staan de verschillende rollen beschreven. De huidige perceptie van de DMU’s uit figuur 1 is gezamenlijk met de Canvass Company (2017) vastgesteld. Dit is een bedrijf dat onder andere acquisitie verricht en consultancy verleend op het gebied van sales.

|  |  |
| --- | --- |
| LRG | MKB |
| Wagenparkbeheerder – *beslisser/beïnvloeder* | Algemeen directeur - *beslisser* |
| Hoofd inkoop - *beslisser* | Wagenparkbeheerder/Fleet manager – *Initiator/beslisser/beïnvloeder* |
| Systeembeheerder - *beïnvloeder* | Facilitair manager – *beïnvloeder* |
|  | Hoofd inkoop - *beslisser* |
|  | Operationeel manager – *Adviseur/beslisser* |
|  | Logistiek manager – *Adviseur/beslisser* |

*Figuur 1 – DMU: LRG & MKB* (Canvass Company, 2017)

## 1.3 Probleemstelling

Bij de doelstelling kwam naar voren dat het erg belangrijk is voor Decos Cartracker om de behoeften van de doelgroep goed te achterhalen. Het onderzoek is hier grotendeels op gericht.

Cartracker bestaat uit zowel hardware (de blackbox) als de software (alles wat de klant daadwerkelijk digitaal kan zien). De hardware zit ingebouwd in een voertuig en is in staat data te leveren voor allerlei verschillende soorten oplossingen en toepassingen. De klant komt dus niet met de hardware in aanraking, maar met de software. De digitale dienstverlening geeft middels software vorm aan alle output die door de hardware gegenereerd wordt. De digitale dienstverlening is dus het gebied waarop ingespeeld moet worden als het om de klantbehoeften gaat. Als klanten bijvoorbeeld behoefte hebben aan extra informatie over het rijgedrag, zal dit softwarematig moeten worden ontwikkeld binnen DMS. De data hiervoor kan al worden verkregen vanuit de hardware van een Cartracker, maar de vertaalslag naar een leesbaar overzicht voor de klant moet nog worden ontwikkeld door software developers. Hier zijn echter tijd en investeringen aan gebonden, waar een beperkt budget voor beschikbaar is.

Er kunnen verschillende klantbehoeftes bestaan. Klant A kan bijvoorbeeld uitsluitend behoefte hebben aan rittenregistratie, terwijl klant B wellicht in de toekomst een uitgebreider overzicht wil krijgen van het rijgedrag. Doordat er investeringen gebonden zijn aan de keuzes, is het in de ogen van de doelgroep van belang om de juiste keuzes te maken. De probleemstelling zal daarom verder ingaan op de klantbehoeften. De probleemstelling luidt als volgt:

*“Wat zijn de behoeften van de doelgroep ten aanzien van wagenparkbeheer?”*

De probleemstelling wordt met ‘wagenparkbeheer’ breder getrokken dan alleen ‘rittenregistratie’. Mochten er behoeften bestaan op een gebied waarop Cartracker niet gespecialiseerd is, zoals lease, kan dit namelijk toch kansen bieden voor bijvoorbeeld partnerships. Om antwoord te kunnen geven op deze centrale vraag, zijn er in hoofdstuk 1.4 deelvragen opgesteld.

## 1.4 Deelvragen

In dit hoofdstuk worden de verschillende deelvragen opgesteld. Op deze manier kan er gestructureerd onderzoek worden gedaan. De deelvragen zijn onderverdeeld in de categorieën ‘deskresearch’, ‘fieldresearch’ en ‘desk- en fieldresearch’. De volgende deelvragen opgesteld:

*Deskresearch:*

1. *Wat is de markt waarop Cartracker opereert?*
2. *Welke ontwikkelingen spelen er op de markt van Cartracker?*

*Fieldresearch:*

1. *Welke klanttaken ondervindt de doelgroep op het gebied van wagenparkbeheer?*
2. *Welke pijnpunten ondervindt de doelgroep op het gebied van wagenparkbeheer?*
3. *Welke voordelen ondervindt de doelgroep op het gebied van wagenparkbeheer?*
4. *Wat verwacht de doelgroep aan ontwikkelingen op het gebied van wagenparkbeheer?*
5. *Wat zijn de behoeften van de doelgroep ten aanzien van rittenregistratie?*
6. *Wat zijn de behoeften van de doelgroep ten aanzien van track & trace?*
7. *Wie gaan er over beslissingen rondom het wagenpark bij de doelgroep van Cartracker?*
8. *Wat is de perceptie van de doelgroep ten aanzien van de distributie van rittenregistratiesystemen?*
9. *Via welke kanalen kan de doelgroep worden bereikt?*

*Desk- en fieldresearch:*

1. *Wat is de perceptie van de doelgroep ten aanzien van de concurrentie van Cartracker?*
2. *Wat is de waarde die Cartracker levert aan de verschillende klantsegmenten?*

# Theoretisch kader

In de theoretische onderbouwing wordt als eerste een afgeleide vraag opgesteld naar aanleiding van de probleemstelling. Vervolgens wordt deze vraag beantwoord door een betoog dat in gaat op bestaande theorieën.

## 2.1 Afgeleide vraag

Zoals in de probleemstelling naar voren komt, staat de klantbehoefte centraal. In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar wat er al bekend is omtrent behoeftes in de business-to-business (B2B) markt. Doordat bij Cartracker de softwareontwikkeling voor de klant relevanter is dan de ontwikkeling van de hardware, zal dit aspect nader worden toegelicht. Dit gebeurt aan de hand van de volgende afgeleide vraag:

***Op welke manier kunnen behoeftes binnen de B2B markt op het gebied van digitale dienstverlening worden vastgesteld?***

## 2.2 Betoog

In het betoog wordt er dieper ingegaan op de bovenstaande vraag. Dit gebeurt door te kijken wat er al bekend is in de theorie over de genoemde onderwerpen.

### 2.2.1 Behoeftes

Alvorens de afgeleide vraag kan worden beantwoord, is het van belang een aantal begrippen nader te bespreken. Als eerste begrip in de afgeleide vraag komt ‘behoeftes’ naar voren. Er zijn verschillende definities te geven voor dit begrip. Kotler (2008) omschrijft behoefte vanuit het oogpunt van marketing, wat de definitie relevant maakt voor de bovenstaande afgeleide vraag. Een behoefte kan volgens hem worden gedefinieerd als bewustzijn van een ontbering en begeren van wat ontbreekt (Kotler, Principes van Marketing, 2008). In een ander boek zeggen Kotler & Keller (2008) echter dat behoeftes ook in het onderbewustzijn kunnen spelen (Kotler & Keller, 2008). In dit geval kan het lastig zijn om de daadwerkelijke behoefte te achterhalen. Als voorbeeld geven Kotler & Keller (2008) dat een klant een ‘goedkope auto’ wil. Dit kan betrekking hebben tot een goedkope auto, maar ook tot een auto die zuinig rijdt. Bovendien kan de klant behoefte hebben aan iets wat hij helemaal niet onder woorden brengt, zoals een goede dienstverlening (2008).

*“Bedrijven reageren op een behoefte door een waardepropositie te leveren, oftewel een verzameling van bedoelde voordelen waarmee de klant in een bepaalde behoefte kan voorzien”*, aldus Kotler & Keller (2008). Ray Wright (2003) schrijft dat de waardepropositie moet worden aangepast aan het soort markt. Waar een bedrijf zich in de Business-to-Consumer (B2C) markt zich meestal positioneert op emotionele waarde, kan volgens hem een bedrijf in de Business-to-Business (B2B) markt hun gecreëerde waarden beter vooral baseren op rationele criteria (Wright, 2003). De waardepropositie dient te worden afgestemd op de behoefte van de klant volgens Wright (2003).

### 2.2.2 Digitale dienstverlening

Een ander begrip dat wordt genoemd is “digitale dienstverlening’”. De Vries & Van Helsdingen (2009) spreken over een dienst wanneer er aan de volgende vier voorwaarden wordt voldaan:

* *Ontastbaarheid: Het kan niet worden vastgepakt;*
* *Vergankelijkheid: De dienst is niet op te slaan als voorraad en tijdelijk;*
* *Heterogeniteit: Niet alle geleverde diensten zijn gelijk aan elkaar;*
* *Interactiviteit: Er vindt persoonlijk contact plaats tussen een bedrijf en de klant.* (De Vries & Van Helsdingen, 2009)*.*

Het vierde punt vervalt volgens Rania & Benoit (2017) als het om “e-service” oftewel digitale dienstverlening gaat. Hierbij is persoonlijk contact vanuit de dienstverlener dus niet noodzakelijk. Het persoonlijke contact kan in dit geval worden vervangen door de digitale omgeving (Rania & Benoit, 2017).

Digitale innovatie heeft het bedrijfsleven veel kansen gebracht voor e-services (Abrell, 2016). Om binnen een bedrijf in de B2B markt digitale innovatie te ontwikkelen, moet dat betreffende bedrijf volgens Abrell (2016) niet alleen excelleren op het gebied van digitale technologie, maar ook de marktbehoeften goed begrijpen. Als het om digitale dienstverlening gaat, moet een bedrijf zich daarbij focussen op de behoeften twee verschillende groepen: klanten en gebruikers. Zowel bestaande kennis binnen een bedrijf over de klanten en gebruikers als informatie van de klanten en gebruikers zelf, is hierbij van belang (Abrell, 2016). De laatstgenoemde kan bijvoorbeeld via een interview worden achterhaald. Klanten worden door Abrell (2016) omschreven als de aankoopbeslissers en voorzien een bedrijf vooral van informatie voor korte termijnbehoeften. Het gaat hier om de grote lijnen die de behoeften invullen. Gebruikers van een dienst geven volgens hem daarentegen informatie om aan marktbehoeften op lange termijn te voldoen, omdat deze gegevens een dienst helpen te verbeteren en te ontwikkelen (Abrell, 2016).

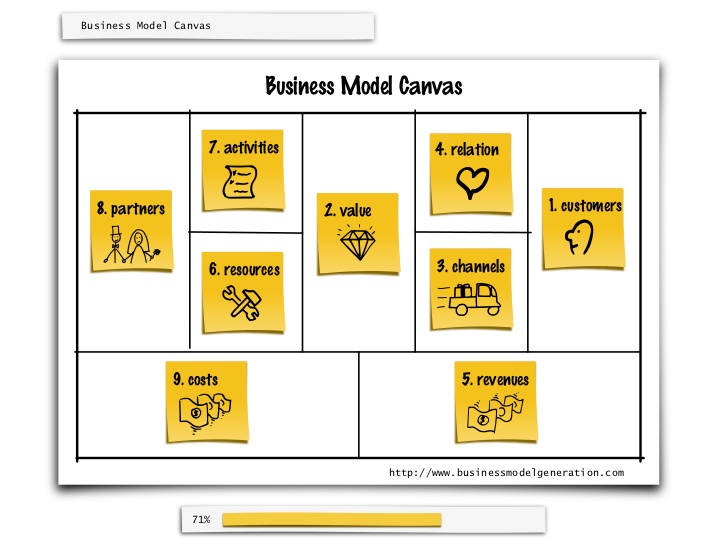
Het is echter cruciaal om niet alleen te focussen op klanten en gebruikers, zeker in een sector van innovatieve en digitale dienstverlening. Op het moment dat een bedrijf dit doet, worden kansen voor het werven van nieuwe klanten gemist (Abrell, 2016). Daarnaast zullen nauwe banden met bestaande klanten wellicht de reactiesnelheid op marktveranderingen limiteren. Huidige klanten en gebruikers kunnen grote veranderingen in de markt verwerpen op het moment dat dit de bestaande competenties ondermijnt. Aanpassing vraagt hen dan namelijk om nieuwe capaciteiten (Abrell, 2016).

### 2.2.3 Canvasmodellen

In hoofdstuk 2.2.1 kwam al naar voren dat er een nauw verband is tussen behoeften en de waardepropositie (Kotler & Keller, 2008). Om een optimale fit te creëren tussen het aanbod van een bedrijf en de vraag van de doelgroep, heeft Osterwalder (2012) het ‘Value Proposition Canvas Model’ ontwikkeld. Met dit model kan inzicht worden verkregen in hoeverre het klantprofiel en de waardepropositie van een organisatie op elkaar aansluiten (Osterwalder A. , 2012). Het Value Proposition Canvas Model is een verdieping op het Business Model Canvas.

#### 2.2.3.1 Business Model Canvas

Een businessmodel is een model waarin naar voren komt wat voor waarde een organisatie creëert, levert en verovert (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010). Het Business Model Canvas is ontwikkeld om leiders te helpen bij het formuleren van het business concept (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010). Het Business Model Canvas bestaat uit de volgende negen bouwblokken uit figuur 2 (Donelli, 2011):



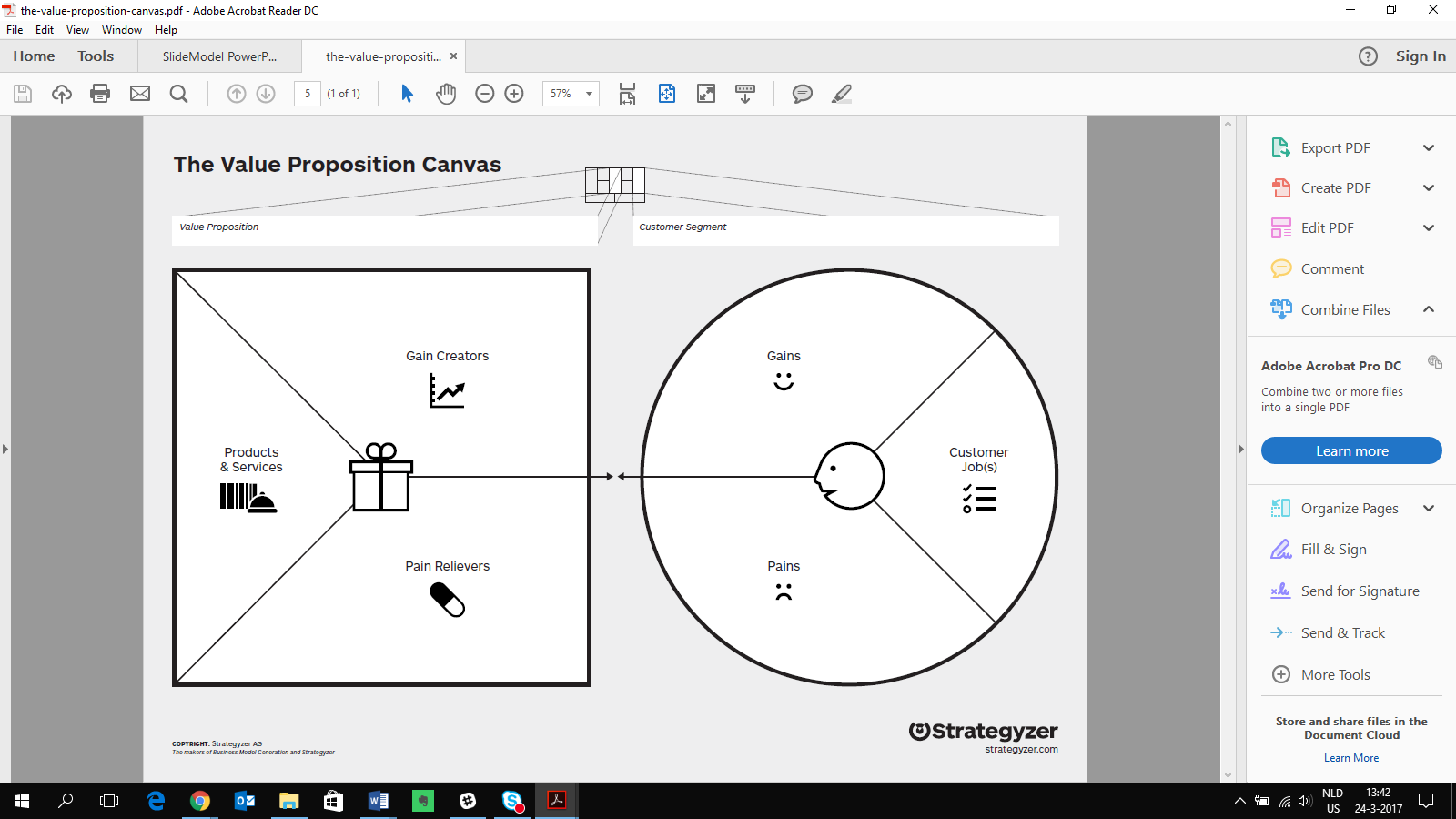
*Figuur 2 – Business Model Canvas* (Donelli, 2011)

1. Klantsegmenten – Klanten gegroepeerd bij benodigdheden, relaties, interesses, inkomen en distributiekanalen (Donelli, 2011).
2. Waardeproposities – Het gedeelte dat wordt geleverd door een bedrijf, wat nuttig is voor de consumenten (Donelli, 2011).
3. Kanalen – Hoe de waardepropositie van een organisatie de klant bereikt (Donelli, 2011).
4. Klantrelaties – Hoe de organisatie klanten binnenhaalt en behoudt (Donelli, 2011).
5. Opbrengststromen – Opbrengsten gegenereerd door verschillende groepen klanten (Donelli, 2011).
6. Sleutelmiddelen – Wat nodig is om waarde die een organisatie genereert te creëren (bijvoorbeeld machines, ideeën, mensen en geld) (Donelli, 2011).
7. Sleutelactiviteiten – Wat een organisatie moet doen om waarde te creëren voor klanten (Donelli, 2011).
8. Sleutelpartners – Wie werkt mee met de organisatie om waarde te creëren voor de klanten: strategische bondgenoten, leveranciers en medewerkers (Donelli, 2011).
9. Kostenstructuur – Geld uitgegeven door de organisatie voor sleutelmiddelen, sleutelactiviteiten en sleutelpartners (Donelli, 2011).

Het Business Model Canvas wordt in de praktijk erg veel gebruikt (Kraaijenbrink, 2012). Het is een model dat eenvoudig is om te gebruiken. Het kost niet veel tijd voor een organisatie en geeft inzicht in de toegevoegde waarde van een bedrijf (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010). Een ander voordeel van het model is dat de visuele representativiteit erg sterk is, waardoor het voor verschillende doeleinden kan worden gebruikt (Coes, 2014). Een tekortkoming van het model is dat het over het algemeen niet opgaat voor non-profit organisaties als stichtingen, goede doelen en overheden (Coes, 2014). Daaraan voegt Kraaijenbrink (2012) toe dat niet elk bedrijf winst als doel heeft. De missie, visie en strategie worden geheel buiten beschouwing gelaten (Kraaijenbrink, 2012). Daarnaast ligt volgens Coes (2014) de focus bij het Business Model Canvas te veel op de interne omgeving van een organisatie, waardoor het kan gebeuren dat er te weinig rekening gehouden wordt met de externe omgeving. Zo wordt bijvoorbeeld de concurrentie buiten beschouwing gelaten volgens Kraaijenbrink (2012). Als laatste wordt gesteld dat het niveau van abstractie erg verschilt binnen de negen bouwstenen van het Business Model Canvas, waardoor sommige onderdelen meer aandacht krijgen dan andere onderdelen (Kraaijenbrink, 2012).

#### 2.2.3.2 Value Proposition Canvas Model

Het Value Proposition Canvas Model zoemt in op de eerste twee punten (klantsegmenten en waardeproposities) en geeft een gestructureerd beeld van de fit tussen een product of dienst en de markt (Osterwalder A. , 2012). In figuur 3 op de volgende pagina staat het Value Proposition Canvas Model schematisch weergeven (Strategyzer AG, z.d.). De zes aspecten die uitgewerkt moeten worden voor de invulling van het model worden toegelicht.



*Figuur 3 – The Value Proposition Canvas* (Strategyzer AG, z.d.)

***Customer Segment***

1. Customer Jobs – Als eerste worden de Customer Jobs in kaart gebracht. Hierbij wordt beschreven wat de klanten daadwerkelijk willen bereiken, zoals het uitvoeren van bepaalde taken of het oplossen van problemen (Osterwalder A. , 2012).
2. Customer Pains – Hieronder vallen de negatieve emoties, ongewenste kosten, ongewenste situaties en risico’s die de klant ervaart tijdens de customer job uit het vorige punt (Osterwalder A. , 2012).
3. Customer Gains – Bij de Customer Gains komen voordelen die de klant verwacht, voordelen waar de klant naar verlangt of voordelen die de klant zouden verrassen aan bod. Dit punt bevat zaken als functionele nuttigheid, sociale voordelen, positieve emoties en kostenbesparing (Osterwalder A. , 2012).

***Value Proposition***

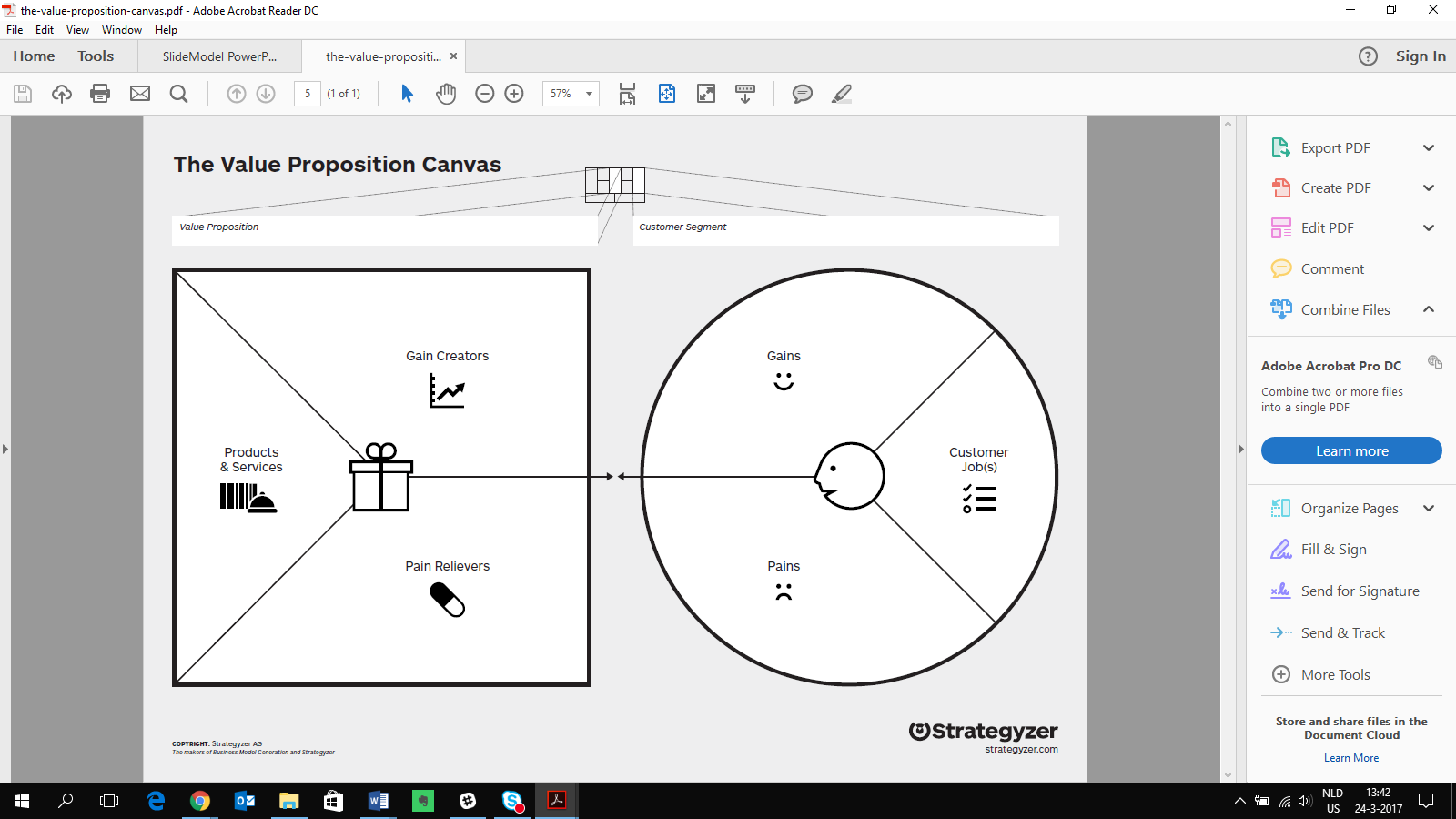
1. Products & Services – Alle producten en diensten waar de waardepropositie van het bedrijf uit bestaat en welke helpen bij de Customer Jobs, gerankt op volgorde. De producten en diensten worden onderscheiden in vier typen: Tastbaar, niet tastbaar, financieel of digitaal (Osterwalder A. , 2012).
2. Pain Relievers – Hier wordt beschreven hoe de Customer Pains worden verlicht of helemaal weggenomen (Osterwalder A. , 2012).
3. Gain Creators – Als laatste wordt er in kaart gebracht hoe de producten en diensten van een bedrijf Customer Gains creëren (Osterwalder A. , 2012).

Gezien het feit dat het Value Proposition Canvas Model onderdeel is van het Business Model Canvas, zijn eerdergenoemde kritische punten tevens van toepassing voor dit model. Dit betekent dus concreet dat het model niet hoeft op te gaan voor non-profit organisaties (Coes, 2014) en met name de missie, visie en concurrentie buiten beschouwing worden gelaten (Kraaijenbrink, 2012).

## Conceptueel model

In de probleemstelling staan de behoeften van de doelgroep centraal. Volgens Osterwalder (2012) is het de bedoeling dat de behoeften van de verschillende klantsegmenten aansluiten op de waardepropositie om zo de juiste ”product-market fit” te creëren. Als eerste is het nodig om inzicht in de behoeften en voorkeuren van de verschillende klantsegmenten (MKB & LRG) te hebben. Vervolgens kan er worden gekeken of de huidige waardepropositie van Cartracker aansluit op beide klantsegmenten.

Decos Mobile Solutions gaat er momenteel vanuit dat de DMU’s van MKB en LRG verschillen, maar dat de grootste behoeften op elkaar aansluiten, namelijk rittenregistratie en efficiënter wagenparkbeheer. Het conceptueel model wordt hieronder schematisch weergeven.



*Figuur 4 – Conceptueel model: The Value Proposition Canvas* (Strategyzer AG, z.d.)

## Hypothesen

Er zijn in totaal vier hypothesen opgesteld vanuit het theoretisch kader. Deze zullen centraal staan in dit onderzoekrapport. Door onderzoek te doen naar alle aspecten genoemd in de hypothesen, is het uiteindelijk de bedoeling dat H1 t/m H4 wordt aangenomen of verworpen. In het volgende hoofdstuk komt de wijze waarop de hypothesen getoetst gaan worden aan bod. De hypothesen zijn:

**H1**– De pain relievers van Cartracker nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment MKB.

**H2** – De pain relievers van Cartracker nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment LRG.

**H3** – De gain creators van Cartracker creëren voordelen bij het klantsegment MKB.

**H4** – De gain creators van Cartracker creëren voordelen bij het klantsegment LRG.

# Onderzoeksverantwoording

In dit hoofdstuk worden de gekozen onderzoeksmethoden behandeld. Er wordt zowel deskresearch als fieldresearch verricht. Beide componenten worden besproken. De onderzoeksmethode en de -grenzen worden eveneens doorgenomen. Bovendien komen in de verantwoording de betrouwbaarheid, de validiteit en de bruikbaarheid aan bod.

## 3.1 Deskresearch

Binnen de organisatie is er al kennis en informatie over bijvoorbeeld de markt en de doelgroep. Deze informatie is essentieel voor een goede analyse in het onderzoeksrapport en zal om die reden worden gebruikt. Om tot informatie te komen, zullen gesprekken worden gevoerd met onder andere de manager (M. Hop), de accountmanager (R. Tosseram) en de Product Owner (A. van Hanegem) van Decos Mobile Solutions. Er zal gebruik worden gemaakt van bestaande documentatie binnen het bedrijf die van toepassing zijn voor dit onderzoek. De betreffende documenten zullen in de bijlage worden opgenomen.

Verder zal er om ontwikkelingen op de mark van DMS te kunnen achterhalen gebruik worden gemaakt van bestaande gegevens in de vorm van voorgaande onderzoeken, databases of van algemene literatuur. Voorbeelden van dergelijke bronnen die frequent gebruikt worden zijn het Centraal Planbureau voor de Leefomgeving en het Centraal Bureau voor de Statistiek.

De concurrentieanalyse zal mede gebaseerd zijn op deskresearch. Dit zal gebeuren door gebruik te maken van de huidige kennis en documentatie waar het team van DMS al over beschikt en door de online omgeving van concurrenten te analyseren.

## 3.2 Fieldresearch

Er is voor een kwalitatieve onderzoeksmethode gekozen met individuele interviews. De reden hiervoor is dat de interactie van een kwalitatief persoonlijk interview zal leiden tot meer diepgaande informatie. Bovendien kan de achterliggende gedachte van de klant achterhaald worden (Scholl, z.d.). Om achter de daadwerkelijke behoeften en de ‘psychologica’ van de doelgroep te komen, is deze diepgang dan ook noodzakelijk. Door open vragen te stellen, zal er gezocht worden naar het ‘waarom’ achter bepaalde aspecten. De vragen worden gebaseerd op het trechtermodel. Eerst zal er breed naar wagenparkbeheer gevraagd worden om vervolgens specifieker systemen als Cartracker te behandelen.

Om uiteindelijk tot een volledig onderzoeksrapport te komen dat betrekking heeft op de gehele markt, zal er niet alleen in de huidige kring van Decos Mobile Solutions gekeken moeten worden. In het theoretisch kader kwam naar voren dat het essentieel is om de behoeften van zowel klanten als niet-klanten te achterhalen, om geen vertroebeld beeld van de markt op te doen (Abrell, 2016). Daarom zal het onderzoek betrekking hebben op huidige en potentiële klanten van Decos Cartracker.

Om inzicht te krijgen in de denkprocessen, worden twee verschillende creatieve technieken gebruikt tijdens het interview: card sorting en showcard met stellingen. Bij de betreffende vragen zal de respondent worden verzocht om hardop na te denken terwijl zij bijvoorbeeld verschillende aspecten sorteren op volgorde van belangrijk naar minder belangrijk. De creatieve technieken worden, in het kader van papierloos werken, digitaal uitgevoerd via SurveyMonkey op een computer die door de opdrachtgever beschikbaar wordt gesteld.

In figuur 5 op de volgende pagina is een verdeling van respondenten gemaakt. Hierbij wordt er een scheiding gemaakt tussen klanten en niet-klanten. Enerzijds is de visie van huidige klanten erg belangrijk, mede doordat zij al bekend zijn met Cartracker. Anderzijds wordt er in dit onderzoek naar behoeften gezocht, waarbij er dus geen vertroebeld beeld van de markt naar voren mag komen. Verder wordt er ook een splitsing gemaakt tussen commerciële instellingen (MKB) en niet-commerciële instellingen (LRG). Dit komt doordat DMS wil nagaan hoe de behoeften van beide segmenten zich tot elkaar verhouden. Er is er om dezelfde reden voor gekozen om het segment MKB verder op te splitsen in twee groepen, namelijk bedrijven met relatief kleinere wagenparken (minder dan dertig voertuigen) en bedrijven met relatief grotere wagenparken (meer dan dertig voertuigen). De huidige perceptie van DMS is namelijk dat de wagenparkbeheerder van een relatief kleiner wagenpark maar een deel van de werkweek aan wagenparkbeheer besteed, terwijl bedrijven met meer dan dertig voertuigen veelal iemand hebben die zich fulltime op het wagenpark richt.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | MKB 30- | MKB 30+ | LRG | Totaal |
| Klant | 2 | 2 | 3 | 7 |
| Geen klant | 2 | 2 | 3 | 7 |
| **Totaal** | 4 | 4 | 6 | **14** |

*Figuur 5**- Respondentenverhouding*

In totaal heeft Decos Cartracker momenteel 275 MKB-klanten met minder dan dertig bedrijfsvoertuigen. DMS heeft daarnaast 33 klanten die vallen onder de groep ‘MKB met meer dan dertig voertuigen’. Deze groep is vanwege de relatief grotere afnames van abonnementen aantrekkelijker voor DMS. De totale populatie van het aantal wagenparken (met meer dan vijf voertuigen) van MKB-bedrijven wordt geschat op 52.000 (zie bijlage 3).

De klantengroep LRG is momenteel ondervertegenwoordigd. DMS heeft namelijk nog maar zes klanten uit deze groep. Zoals eerder beschreven bij de doelgroep in paragraaf 1.2, is er sinds kort wel meer focus op deze doelgroep gekomen vanuit DMS. Daarom is er gekozen om in totaal zes wagenparkbeheerders uit deze groep te interviewen. Er zijn in totaal 390 gemeenten (Overheid, z.d.). De populatie van de groep LRG zal iets groter zijn, maar het totaal aantal overheidsorganisaties (waaronder bijvoorbeeld ook milieudiensten en veiligheidsregio’s) met een wagenpark is onbekend. Aangezien twee van de zes LRG-klanten geen gemeenten zijn (33%), wordt de populatie globaal geschat op:

*390 \* 1,33 =* ± *520 organisaties*

Daarbij is de assumptie dat al deze organisaties beschikken over meer dan vijf voertuigen in het wagenpark.

Er zijn een aantal criteria waar respondenten aan moesten voldoen. Respondenten dienden deel uit te maken van de doelgroep. Hiervoor werd een screener gebruikt (zie figuur 25 in bijlage 3). Op het moment dat de antwoorden van een mogelijke respondent binnen de range van de screener lagen, mocht er aan het onderzoek worden deelgenomen. Hierbij werd er uiteindelijk wel voor gewaakt dat de verdeling uit figuur 5 werd aangehouden.

Gegevens van de respondenten uit de bestaande klantencategorie zijn door de opdrachtgever (DMS) verstrekt, waarna de opdrachtnemer (Rick van Wetten) hen telefonisch benaderd heeft. De gegevens van twee niet-klanten zijn verstrekt door de oud-stagebegeleider van de opdrachtnemer (P. Wuite van SlimRijden). De overige vijf niet-klanten zijn door de opdrachtnemer koud benaderd door contact te leggen met wagenparkbeheerders via LinkedIn. Wanneer een mogelijke respondent mee wilde doen en voldeed aan de gestelde eisen, werd er een afspraak gemaakt voor een persoonlijk interview. De interviews vonden face-to-face plaats tussen 13 april 2017 en 10 mei 2017. Bij de locatie werd rekening gehouden met wat voor de respondent het beste uitkwam. Decos bood de mogelijk om de interviews Noordwijk te laten plaatsvinden. Alle interviews hebben echter plaatsgevonden op de bedrijfslocaties van de respondenten. De interviews duurden 35 tot 55 minuten. Gesprekken zijn ter plekke opgenomen, zodat deze later volledig uitgetypt konden worden. De topiclist van het interview staat opgenomen in bijlage 4. In bijlage 5 is de planning van dit onderzoek terug te vinden.

## 3.3 Betrouwbaarheid

Het is bij een onderzoek uiterst belangrijk dat de resultaten betrouwbaar zijn. Dit houdt in dat een nieuw onderzoek in grote lijnen dezelfde resultaten zou moeten geven. Om de betrouwbaarheid van het beeld van de markt te verhogen zijn de respondenten gesegmenteerd. Er is gekozen om veertien respondenten te interviewen in een onderzoek dat plaatsvindt op de B2B-markt. Alle respondenten kunnen door hun functie als wagenparkbeheerder gezien worden als experts in het vakgebied waarin het onderzoek verricht is. Dat komt de betrouwbaarheid ten goede. Verder is er veel aandacht besteed aan het systematiek van de interviews. Ondanks het vrije karakter dat in de kwalitatieve interviews gebruikt is om zo veel mogelijk diepgaande informatie te verkrijgen, gaf de systematiek structuur. Dit maakte het totaalbeeld van het onderzoek betrouwbaarder. Bij de vragen waarbij creatieve technieken werden toegepast, werden de resultaten per respondent willekeurig op het scherm weergeven, om mogelijke sturing te voorkomen. De creatieve technieken zijn opgenomen in de topiclist (zie vragen 33, 34, 48 en 49 in bijlage 4)

## 3.4 Validiteit

Bij dit onderzoek staat de representativiteit van de resultaten naar het onderwerp centraal. Allereerst is de vragenlijst systematisch opgesteld. Op deze manier is er getracht om geen systematische fouten te maken. Daarnaast is er geprobeerd de validiteit te waarborgen door triangulatie te integreren. Triangulatie houdt in dat verschillende databronnen, theorieën of methoden gecombineerd worden om zo onderzoeksvragen beter te kunnen beantwoorden (Oates, 2005). Doordat de vragenlijst is opgesteld vanuit de theorie uit het theoretisch kader, werd er gewaarborgd dat hetgeen wat werd gemeten, daadwerkelijk was wat er gemeten moest worden. Om de validiteit verder te vergroten, werden de resultaten van de fieldresearch vergeleken met de data die voortkwam uit de literatuur. Bovendien zullen citaten van respondenten letterlijk worden overgenomen. De vragenlijst is opgesteld door de opdrachtnemer. Vervolgens is deze getoetst door de opdrachtgever. Voor het toetsten van de hypothesen zijn met name de vragen 9, 12 t/m 16 en 22 t/m 27 gesteld. Daarnaast heeft de creatieve techniek card sorting (vraag 33) meer inzicht gegeven in de perceptie van bepaalde pain relievers/gain creators.

## 3.5 Bruikbaarheid

De resultaten van dit onderzoek zijn gebruikt om de probleemstelling te kunnen beantwoorden. Door de conclusies te relateren aan de probleemstelling en de deelvragen, is er getracht de doelstelling te behalen. De opdrachtgever kan de gegevens uit dit onderzoek gebruiken voor de toekomstige bedrijfsvoering. Een passend implementatieadvies is vanuit de conclusies opgesteld. Gezien het feit dat de uitkomsten van dit onderzoek van toepassing kunnen zijn voor veel verschillende organisaties en concurrenten met bedrijfsactiviteiten op het gebied van wagenparkbeheer, zal het rapport uitsluitend beschikbaar worden gesteld aan Decos en aan de Hogeschool Leiden. De respondenten van dit onderzoek kunnen wanneer gewenst, een door Decos gemaakte selectie van de resultaten ontvangen. Deze informatie wordt uitsluitend aan hen verstrekt als dank voor de medewerking aan dit onderzoek.

# Resultaten deskresearch

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de deskresearch behandeld. Allereerst zal er gekeken worden naar de markt van Cartracker.Verder zal er inzicht verkregen worden in (mogelijke) ontwikkelingen binnen de markt aan de hand van een DESTEP-analyse. Ook de waardestrategie komt aan bod. Bovendien wordt de concurrentie van Decos Cartracker behandeld in dit hoofdstuk.

## 4.1 De markt van Cartracker

In deze paragraaf komt de externe markt waarin DMS zich bevindt aan bod. Er zal als eerste worden gekeken naar de marktomvang.

De markt waarop Cartracker opereert, is heel divers. Cartrackers kunnen worden ingebouwd in allerlei soorten motorvoertuigen. Daarbij is Cartracker met name interessant voor bedrijven die met zakelijke voertuigen de bijtelling willen ontlopen. Dan is een organisatie namelijk verplicht om een registratieformulier aan de Belastingdienst te leveren met daarop alle ritten van een voertuig (De Belastingdienst, z.d.). Dit heeft te maken met de regel dat een zakelijk voertuig maximaal 500 kilometer privé mag rijden. Meer informatie over rittenregistratie wordt weergeven in bijlage 6.

Dit betekent dat Decos Mobile Solutions zich met Cartracker dan ook richt op zakelijke voertuigen. Met name bij organisaties met bestelauto’s zijn rittenregistratiesystemen als Cartracker ontzettend populair, mede doordat de bijtelling in euro’s op dit soort voertuigen erg veel is. Naast bestelauto’s zijn rittenregistratiesystemen ook populair bij personenauto’s. Verder zijn er nog speciale voertuigen als brandweerwagens, mobiele kranen, takelwagens, strooiwagens waarin een rittenregistratiesysteem wenselijk is.

Vrachtwagens, bussen en lichte bedrijfsvoertuigen (minimaal 3.500 kilogram) in het beroepsgoederenvervoer zijn verplicht gesteld om een tachograaf in te laten bouwen (Rijksoverheid, z.d.). Een tachograaf registreert, naast rij- en rusttijden, ook de ritten van een voertuig. Cartracker richt zich daardoor niet op dit soort voertuigen.

Als er gekeken wordt naar de grootte van de totale markt, zullen alle zakelijke voertuigen meegenomen moeten worden waarvoor rittenregistratie interessant is of zou kunnen zijn. Hieronder vallen dus niet de voertuigen die verplicht zijn een tachograaf te hebben. In bijlage 7 wordt het aantal Nederlandse (bedrijfs)voertuigen weergeven (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017). Onder figuur 30 uit bijlage 7 is het aantal voertuigen berekend dat onderdeel uitmaakt van de potentiële markt van Cartracker. In totaal zijn dit 1.883.790 voertuigen, bestaande uit 913.407 personenauto’s en 970.383 bedrijfsmotorvoertuigen.

In de praktijk blijkt vooral die laatste categorie gebruik te maken van rittenregistratiesystemen, mede doordat deze voertuigen duurder zijn en de bijtelling dus meer geld zal kosten. In de categorie personenauto’s wordt daarentegen vaker gekozen om bijtelling te betalen, zodat er ook privé gereden kan worden met de auto. Hoe vaak organisaties precies kiezen voor het betalen van bijtelling ofwel het bijhouden van een rittenregistratie is nergens bekend (Belastingdienst, 2017) (CBS, 2017). Het CBS (2017) weet alleen de economische bijtelling, waarbij personen die gebruik maken van het 0%-tarief ook meegeteld zijn (zie figuren 31 en 32 uit bijlage 7).

DMS heeft op dit moment 3.273 actieve abonnementen lopen. Uitgaande van een potentiële marktgrootte van 1.883.790 voertuigen, zou dit betekenen dat Cartracker momenteel een marktaandeel heeft van *3.273/1.883.790\*100=* 0,174%

De markt van bedrijfsmotorvoertuigen is momenteel het meest aantrekkelijk voor Cartracker. Voor het komende jaar wordt een groei van ongeveer 3% verwacht van het aantal bedrijfsmotorvoertuigen (Rabobank, 2017). Volgens de Rabobank (2017) groeit de bestelwagenmarkt van alle bedrijfsvoertuigen het hardst. Dit is een positieve indicator voor de markt van Cartracker. Bij een groei van 3% zou het belangrijkste marktsegment groeien tot *970.383 \* 1,03 =* 999.494 bedrijfsmotorvoertuigen.

## 4.2 Marktontwikkelingen

Er spelen een aantal belangrijke ontwikkelingen in de externe omgeving van Decos Cartracker. Het is goed om ontwikkelingen op het gebied van mobiliteit onder de loep te nemen. Dit gebeurt aan de hand van een DESTEP-analyse.

#### 4.2.1 Demografisch

- Sterke bevolkingsgroei in de grote en middelgrote gemeenten. Door de Nederlandse bevolkingsgroei zal het aantal inwoners in 2030 volgens het Centraal Planbureau (2016) stijgen van 17 miljoen naar 18 miljoen inwoners. Maar liefst 75% van de bevolkingsgroei zal plaatsvinden in de grote en middelgrote steden, terwijl het aantal inwoners in de kleinere gemeenten juist zal dalen (zie bijlage 8). Een derde van de groei vindt zelfs plaats in de vier grootste steden (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht). Op het gebied van mobiliteit zullen meer inwoners eveneens een rol spelen. Meer mensen zullen vervoer nodig hebben in de drukkere steden (Centraal Bureau voor de Statistiek & Planbureau voor de Leefomgeving, 2016).

- Vergrijzing. In de figuren 34 en 35 uit bijlage 8 is te zien dat de Nederlandse bevolking relatief steeds ouder wordt. Het aantal ouderen in de bevolking zal stijgen, waardoor ook de gemiddelde leeftijd zal stijgen (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016). Dit zal invloed hebben op de manier waarop mensen zich verplaatsen. Hans Peter van het Trendbureau Overijssel (z.d.) verwacht dat de jonge hoogopgeleiden meer belang hebben bij treinverbindingen, doordat zij grotere afstanden zullen afleggen Anderzijds zullen ouderen meer gebruikmaken van nieuwere vervoersconcepten als de e-bike. Door hoge snelheden in het verkeer van e-bikes, staat hierbij de veiligheid (van vooral ouderen) in het geding (Toekomst Mobiliteit, z.d.).

#### 4.2.2 Economisch

- Economische groei. Economisch gezien gaat het na wat minder goede jaren (zie figuur 36) weer beter met Nederland (zie figuur 37). De verwachting is dat deze trend zich gestaag voortzet de komende jaren (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016). Ook is er sprake van groei qua personeelsleden binnen organisaties, wat betekent dat de vraag naar nieuwe (lease)voertuigen zal stijgen (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016). Economische groei leidt veelal ook tot meer mobiliteit (Planbureau voor de Leefomgeving, Centraal Planbureau, 2015).

- Total Cost of Ownership. Volgens een trendonderzoek naar ontwikkelingen in de bedrijfswagenbranche tot 2025 van Innovam (2014) neemt het belang van Total Cost of Ownership (TCO) bij bedrijfsmotorvoertuigen toe, terwijl het belang van merk en persoonlijke relatie afneemt.

#### 4.2.3 Sociaal-cultureel

- Hoger opgeleide bevolking groeit. In figuur 38 komt naar voren dat het aantal hoger opgeleiden in Nederland (hbo & wo) de komende jaren verder groeit (Research Centre for Education and the Labour Market | ROA, 2015). Volgens het Planbureau voor de Leefomgeving (2013) zijn mensen met een hoger opleidingsniveau mobieler dan mensen met een lager opleidingsniveau, wat zou betekenen dat er groei zal plaatsvinden op het gebied van mobiliteit.

- Toename flexwerkers op arbeidsmarkt. Volgens de Rabobank (2017) zal in ieder geval de komende drie tot vijf jaar flexwerken aan populariteit winnen in Nederland. Dit zou voor een betere spreiding kunnen zorgen van woon- werkverkeer, wat uiteindelijk de filedruk kan verminderen. Toch verwacht het PBL (2015), ondanks geplande wijzigingen in het wegennet, dat tot 2030 het fileniveau rond het niveau van de afgelopen jaren blijft. Bij hogere economische groei dan gepland, wordt er echter een stijging verwacht in de filedruk (Centraal Planbureau voor de Leefomgeving, 2015).

- Autodelen wint aan populariteit. Mobiliteitsexperts gaven tijdens het mobiliteitssymposium ‘Mobility Matters’ (bijlage 9) aan dat autodelen in de toekomst steeds populairder wordt (Rau, et al., 2017). Men gaat steeds minder waarde hechten aan het bezitten van een personenauto, zeker op het moment dat autodelen efficiënter en goedkoper wordt (Rau, et al., 2017). Ook het Ministerie van Economische Zaken (2016) verwacht dat de combinatie van autodelen en de zelfrijdende auto (volgende paragraaf) ervoor zal zorgen dat het Nederlandse wagenpark significant tot wel 50% zal verminderen in 2050.

#### 4.2.4 Technologisch

- Elektrisch rijden. In figuur 39 uit bijlage 8 valt te zien dat het aantal elektrische voertuigen naar verwachting in vijf jaar maar liefst vertienvoudigd (ING, z.d.). De overheid stimuleert elektrisch rijden op dit moment nog wel, door de lage bijtelling van 4% op elektrische auto’s (Ministerie van Economische Zaken, 2016). Door ontwikkelingen worden accu’s steeds groter, laadpalen steeds sneller en de elektrische auto’s steeds goedkoper. Het Ministerie van Economische Zaken (2016) zal elektrisch rijden de komende jaren nog met regelgeving stimuleren (bijtelling, bpm). Er wordt verwacht dat elektrisch rijden echter tussen 2018-2020 voor woon- werkverkeer, tussen 2020-2027 voor privérijders en tussen 2019 en 2023 voor bestelauto’s lucratief wordt zonder belastingvoordelen (Ministerie van Economische Zaken, 2016). Ook de ontwikkelingen omtrent milieuzones (meer hierover in paragraaf 4.2.6) kansen biedt voor milieuvriendelijke bedrijfsauto’s (Rabobank, 2017).

Niet alleen elektriciteit wordt als brandstof gebruikt voor zuinigere auto’s. Ook LNG, CNG en Hybride zorgen ervoor dat er tot 20% CO2-reductie plaatsvindt. In figuur 40 uit bijlage 8 staan de voor- en nadelen van de verschillende aandrijflijnen weergeven (Innovam, 2014).

- Zelfrijdende auto. Een erg belangrijke ontwikkeling die in de komende tijd veel aandacht moet krijgen van DMS, is de zelfrijdende auto. Tijdens het congres Mobility Matters in Rotterdam vertelde Bart Stoffels (2017) dat de zelfrijdende auto op dit moment al in staat is zelfstandig de weg op te gaan, maar dat er nog drie uitdagingen te overwinnen zijn. De integratie van de autonome auto met de huidige regionale vervoerssystemen, de garantie van verkeersveiligheid en de ICT-veiligheid zijn drie aspecten die de zelfrijdende auto momenteel nog tegenhouden (Rau, et al., 2017). Software en ICT-toepassingen zullen een steeds grotere verantwoordelijkheid krijgen in voertuigen (Innovam, 2014). De zelfrijdende auto wordt in een optimistisch scenario tussen 2020-2025 verwacht en in een pessimistisch scenario tussen 2030-2035. Voor bedrijfsmotorvoertuigen zal dit echter langer duren (Ministerie van Economische Zaken, 2016).

- Data uit voertuigen. Een andere benaming voor een voertuig dat rechtstreeks data levert is de ‘connected car’. Met kostenbesparing als belangrijkste drijfveer zal het aantal telematicatoepassingen in bedrijfswagens stijgen. Organisaties die beschikken over de data en deze op de juiste manier kunnen analyseren en gebruiken, kunnen gebruikskosten van voertuigen significant verlagen (Innovam, 2014). Ook gaan verzekeraars data over bijvoorbeeld rijgedrag gebruiken om berijders korting aan klanten te geven op hun premie (Consumentenbond, 2016). Meer informatie daarover komt naar voren in paragraaf 4.4.2.

#### 4.2.5 Ecologisch

- Duurzaamheid. “Kwaliteit van leven in Nederland is hoog, maar beperkt houdbaar”,aldus het Planbureau voor de Leefomgeving (z.d.). Nederland lijkt dit steeds meer te beseffen en scoort gemiddeld goed op ‘sustainable development goals’ (Stegeman, Bhageloe-Datadin, & Janssen, 2016). Het meten van prestaties per land is daarbij nog wel lastig (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016). De Nederlandse overheid moet dit samen met het bedrijfsleven oppakken. Deze ontwikkeling heeft een positieve invloed op het elektrificeren (paragraaf 4.2.2.1) van lichte bedrijfswagens in het wagenpark (zie figuur 41 in bijlage 8). Bij zware bedrijfswagens moet CO2-reductie plaatsvinden door de voertuigefficiëntie te verbeteren (Innovam, 2014). Uit een enquête van de Bouwunie (Bouwkroniek, 2017) blijkt dat op dit moment de meeste bouwbedrijven al denken aan een milieuvriendelijker wagenpark. 33% heeft al concrete plannen, terwijl 60% van de bouwbedrijven een wagenpark op alternatieve brandstoffen overweegt.

#### 4.2.6 Politiek-juridisch

- Belangrijke rol overheid bij verduurzaming. Het beleidsdoel van zowel de Europese als de Nederlandse overheid is een verdere reductie van de CO2-uitstoot. Om dit te kunnen bereiken, is de overheid bezig om een andere koers te varen. Het aantal financiële stimulansen, zoals voordelen in bijtelling en bpm (Belasting van Personenauto’s en Motorrijwielen) wordt steeds meer afgebouwd, terwijl ondernemerschap meer wordt gefaciliteerd. Het doel is om marktverstoring te voorkomen en de branche zelf meer invloed te geven. Toch zal de overheid bewaken dat de klimaatdoelen behaald worden, waar mobiliteit een belangrijk onderdeel is. De verantwoordelijkheid van de lokale overheden zal toenemen (Innovam, 2014). De overheid zal in ieder geval tot en met 2020 (snel)laadpalen faciliteren en werkpalen stimuleren (Ministerie van Economische Zaken, 2016).

- Schonere steden. Lokale overheden zullen vervuilende auto’s willen weren uit de stad om een schonere leefomgeving te creëren. Momenteel gebeurt dat al deels door milieuzones aan te stellen (Innovam, 2014). Tijdens het congres Mobility Matters liet initiatiefnemer Gemeente Rotterdam (2017) weten motorvoertuigen die niet CO2-neutraal zijn, in de toekomst helemaal te willen weren uit de binnenstad.

- Privacy wetgeving. Waar data enerzijds steeds belangrijker wordt bij wagenparkbeheer, heeft de track & trace-functie van rittenregistratiesystemen invloed op de privacy van werknemers. De Wet Registratie Persoonsgegevens stelt grenzen aan het vastleggen van gegevens, waarbij er een duidelijk gerechtvaardigd belang moet gelden voor de werkgever. Planning en rittenregistratie zijn over het algemeen geaccepteerde redenen, maar wanneer het gebruik wordt als controlemiddel, bijvoorbeeld bij het inzien van gegevens (bij bijvoorbeeld een boete) moet de werkgever een gerechtvaardigd belang hebben. Verder moet het voor de werknemer kenbaar zijn dat hij/zij gevolgd kan worden (FNV, z.d.).

## 4.3 Waardestrategie Cartracker

In deze paragraaf komen de missie en visie van Cartracker aan bod, waarnaast er wordt gekeken naar de waardepropositie en de klantsegmenten uit het Business Model Canvas.

### 4.3.1 Visie & Missie

Op dit moment zijn de strategische keuzes vooral gebaseerd op verwachtingen en aannames van het Cartracker team. DMS heeft echter wel een duidelijke missie en visie. De missie van Decos Cartracker luidt als volgt (Decos Technology Group, z.d.):

*“Decos Mobile Solutions BV increases fleet performance by connecting people and information for 24/7 mobility insights.”*

Door wagenparkbeheerders van informatie te voorzien wil Cartracker dus bijdragen aan betere prestaties van wagenparken. De connectie tussen mensen en informatie komt sterk terug in de visie van het moederbedrijf van DMS (zie bijlage 10). Deze visie is namelijk:

*“Decos wants to define the future by creating smart digital solutions that put people in the lead.”* (Decos Technology Group, z.d.).

Decos wil de toekomst definiëren door zowel mens als milieu als kernonderdelen van het beleid te veronderstellen. De visie is gebaseerd op een ideaal dat de organisatie op een hele krachtige manier uitstraalt, door bijvoorbeeld het papierloze kantoor. Decos laat zien dat digitalisering een sterke bijdrage kan leveren aan de manier waarop mensen werken. De visie van Cartracker sluit daar als volgt op aan (Decos Technology Group, z.d.):

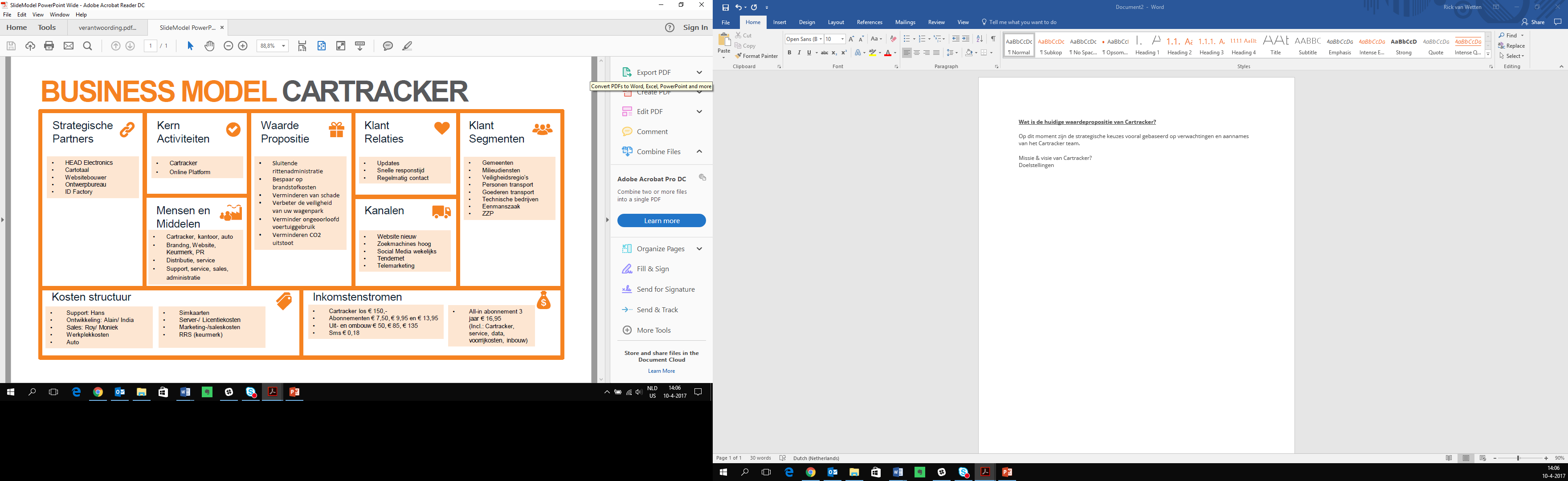
*“Decos Mobile Solutions wants to improve fleet performance and driving behavior for a sustainable mobile society.”*

In het theoretisch kader kwam het Business Model Canvas al aan bod, als een model dat naar voren brengt wat voor waarde een organisatie creëert, levert en verovert (Osterwalder, Pigneur, & Clark, 2010). Decos Mobile Solutions heeft het huidige businessmodel al ingevuld voor Cartracker. Deze is te vinden in figuur 6 op de volgende pagina. Voor dit onderzoek zijn vooral de waardepropositie en de klantsegmenten relevant. Daarom worden deze componenten beide behandeld in de paragrafen 4.3.2 en 4.3.3. Een korte onderbouwing van het Business Model Canvas van Cartracker is te vinden in bijlage 11.

### 4.3.2 Waardepropositie Cartracker

Cartracker levert data over het wagenpark. In deze paragraaf komt aan bod op welke manier deze data waarde creëert voor organisaties.

DMS wil dus, zoals is af te leiden uit de missie, prestaties van wagenparken en rijgedrag verbeteren voor een duurzame mobiele samenleving. Dit wil Decos Cartracker doen door wagenparkbeheerders te voorzien van diverse gegevens over het wagenpark. Deze data is de belangrijkste waarde die DMS biedt aan haar klanten.

*Figuur 6 – Business Model Canvas Cartracker, toelichting in bijlage 11* (Decos Mobile Solutions BV, 2016)

Als eerste worden ritten op een sluitende manier geregistreerd. In Nederland zijn organisaties verplicht alle ritten met zakelijke auto’s te registreren, als zij de bijtelling willen ontlopen. De registratie vanuit Cartracker gebeurt automatisch en is door een koppeling aan het Keurmerk RitRegistratieSystemen (RRS) goedgekeurd door de belastingdienst. Doordat risico’s op hoge boetes van De Belastingdienst op deze manier worden vermeden (De Belastingdienst, z.d.), wordt er een pijnpunt bij de klant weggenomen. Doordat de registratie automatisch gaat, worden er ook voordelen gecreëerd.

Daarnaast wordt rijgedrag in kaart gebracht, waarop wagenparkbeheerders het personeel kunnen sturen. Als hier goed op wordt ingezet door een organisatie, kunnen hiermee ook voordelen behaald worden. Een verbetering in het rijgedrag van de medewerkers zal namelijk leiden tot zuinigere (zowel kijkend naar brandstof als naar CO2-uitstoot) en veiligere ritten. Het rijgedrag wordt momenteel echter alleen gemeten door te kijken naar gps punten, wat een beperkt beeld tot gevolg heeft (zie bijlage 12). Een andere manier waarop een organisatie uit Cartracker een voordeel kan behalen, is de mogelijkheid om ten alle tijden te kunnen zien waar de bedrijfswagens zich bevinden (track & trace). Dit kan bijvoorbeeld handig zijn voor bedrijven met servicebussen, zodat die direct kunnen inspelen op stroringen. De uitgebreide en aanpasbare rapportages die Cartracker automatisch kan creëren – met bijvoorbeeld rittijden, rijscores en onderhoudsherinneringen – kan wagenparkbeheerders overzicht bieden en helpen bij een efficiënter wagenparkbeheer. Daarvoor geldt wel dat dit alleen nog mogelijk is met het oudere CRM-systeem van Decos Cartracker. Verder zijn discussies over boetes met de medewerker of werktijden met de klant door de rapportages met harde cijfers te vermijden, wat een pijnpunt bij de wagenparkbeheerder wegneemt.

Zoals hierboven beschreven, is er dus ontzettend veel mogelijk met de Cartracker software. De ontwikkelaars van DMS richten zich momenteel naast een project om data naar de cloud te brengen ook veel op het toevoegen van nieuwe functies aan de software.

Verder biedt DMS sinds april 2017 een extra dienst aan haar klanten, in de vorm van een training. Momenteel is er één training gegeven, waarbij de deelnemers uitleg kregen over de Cartracker-software en oefeningen deden om te leren hoe zij meer uit Cartracker kunnen halen.

Een aantrekkelijk voordeel voor het LRG-segment, is de koppeling aan een ander product van Decos Technology Group, namelijk JOIN. JOIN is een zaaksysteem dat momenteel gebruikt wordt door ruim 360 organisaties, waaronder meer dan 100 gemeenten (JOIN, 2017). Het Cartracker systeem kan aan het zaaksysteem, waarin deze organisaties werken, gekoppeld worden. Hierdoor kunnen gegevens vanuit Cartracker direct in JOIN worden gezet, waardoor alle documentatie in een systeem staat.

De verwachting van Decos Mobile Solutions is dat de waardepropositie zoals hiervoor beschreven aansluit op de behoeften van de huidige klantsegmenten.

### 4.3.3 KIantsegmenten Cartracker

Zoals al besproken in paragraaf 1.2, komen in het businessmodel momenteel twee groepen aan klanten naar voren, namelijk midden- en kleinbedrijf (‘MKB’) en lokale regionale overheden (‘LRG’). Onder LRG vallen gemeenten, milieudiensten en veiligheidsregio’s. Onder MKB vallen personentransport, goederentransport, technische bedrijven, eenmanszaken en sporadisch ZZP’ers. Voor beide segmenten geldt dat zij gevestigd zijn in Nederland.

Cartracker is voor deze bedrijven met name voordelig omdat dit soort organisaties veel gemengde wagenparken met veel bedrijfsmotorvoertuigen hebben. Door de hoge aanschafwaarde van deze voertuigen, is de bijtelling in euro’s vaak erg duur, waardoor dit soort bedrijven vaak voor rittenregistratie kiezen. Hierbij kunnen zij met een rittenregistratiesysteem veel tijd besparen, mits het systeem wel erkend wordt door de Belastingdienst en een Keurmerk RRS heeft (De Belastingdienst, z.d.).

De focus ligt op de personen binnen de organisatie die verantwoordelijk zijn voor het wagenpark. De huidige perceptie bij DMS is dat de verantwoordelijke voor het wagenpark bij kleinere MKB-bedrijven (minder dan ±30 voertuigen) maar een deel van de week aan het wagenpark besteedt. Dat betekent dat bijvoorbeeld een inkoper, facilitair manager, operationeel manager, logistiek manager of algemeen directeur een bepaald aantal uur in de week het wagenpark voor zijn of haar rekening neemt. Grotere MKB-bedrijven (meer dan ±30 voertuigen) hebben daarentegen vaak iemand in dienst die zich fulltime op het wagenpark richt, namelijk een wagenparkbeheerder of fleet manager. In figuur 1 stond de huidige perceptie van het DMU uitgewerkt (Canvass Company, 2017).

DMS heeft gezamenlijk met We Are Bold (2016), een bedrijf dat consultancy services verleent zoals ‘persona research and development’, een aantal persona’s uitgewerkt voor Cartracker. Deze zijn te vinden in bijlage 13.

De huidige perceptie van DMS is dat de behoeften van het MKB en LRG deels gelijk zijn, maar deels ook verschillen. Klanten uit het segment MKB willen voornamelijk dat de rittenregistratie automatisch op een sluitende manier plaatsvindt. Daarnaast behalen klanten voordelen uit Cartracker, doordat de data een efficiënter wagenparkbeheer mogelijk maakt. Als er vervolgens gekeken wordt naar de lokale regionale overheden (LRG), is er vooral interesseom het servicelevel naar burgers via track & trace te verhogen. Meldingen van burgers over bijvoorbeeld losse stoeptegels kunnen namelijk sneller worden opgelost. Daarnaast wordt er een voordeel behaald uit het feit dat deze organisaties op tijd in kunnen spelen op calamiteiten, doordat ze altijd inzicht hebben in de locatie van buitengewone opsporingsambtenaren (‘BOA’s). De veiligheid van BOA’s wordt zodoende gewaarborgd.

## 4.4 Concurrentie

In deze paragraaf staat de concurrentie van Cartracker centraal. De concurrentie in de markt wordt niet meegenomen in het Business Model Canvas (Kraaijenbrink, 2012). Dit onderwerp speelt echter wel een belangrijke rol speelt in de markt van DMS.

Aangezien het analyseren van de concurrenten niet het hoofddoel is van dit onderzoeksrapport, zal er kort worden besproken wat er van hen bekend is. Deze gegevens zullen verwerkt worden in een perceptiediagram. In de fieldresearch zal er ook aan de respondenten naar de concurrentie worden gevraagd.

Er wordt veel geconcurreerd in de markt van Cartracker. Volgens Lehmann & Winter vindt er concurrentie op verschillende niveaus plaats, namelijk productvorm, productcategorie, generieke concurrentie en budgetconcurrentie (Alsem, 2013).

### 4.4.1 Productvormconcurrentie

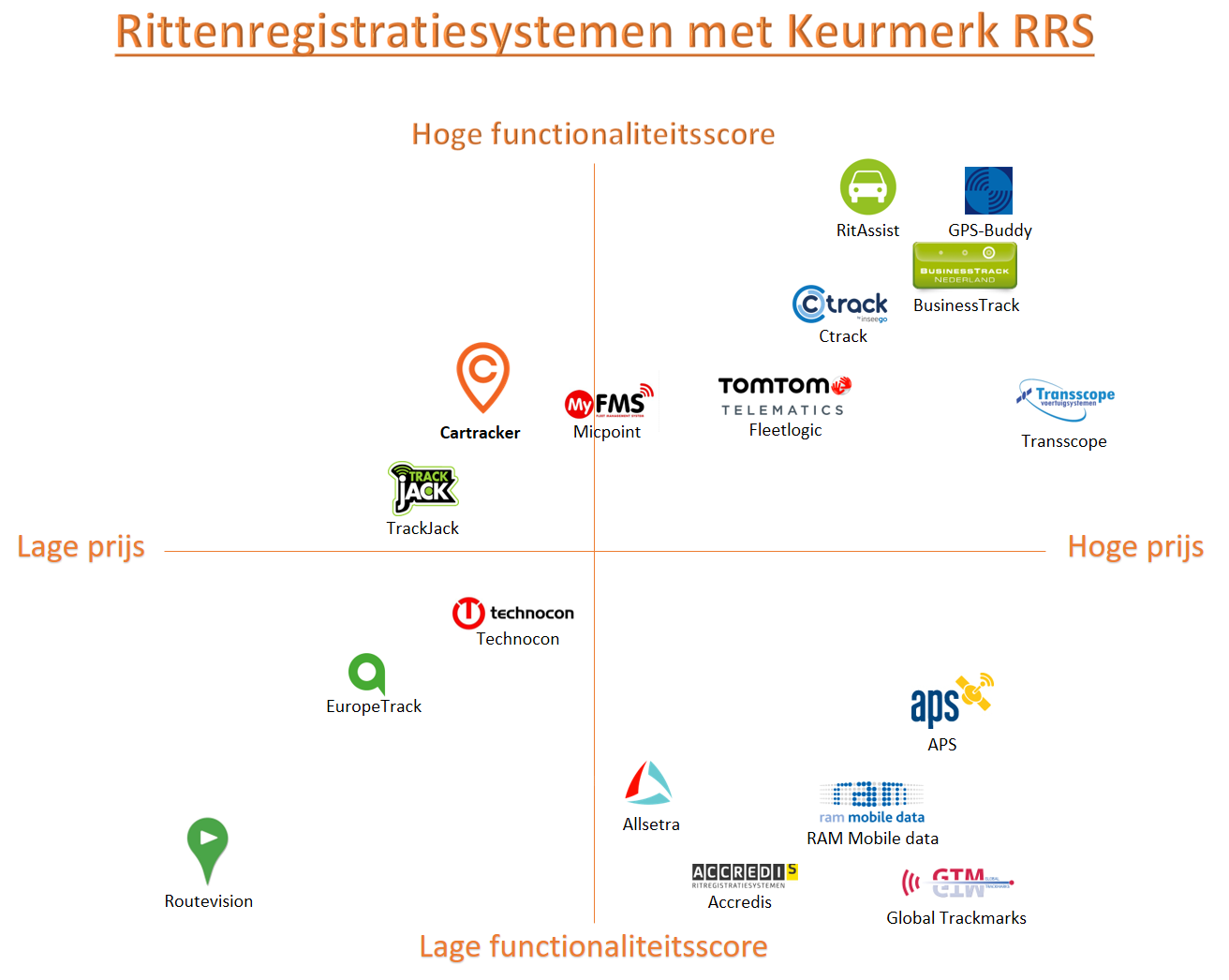
Onder productvormconcurrentie vallen de concurrenten die zich met een gelijkvormig product op dezelfde marktsegment(en) richten (Alsem, 2013). Voor Cartracker komen dan de concurrenten aan bod, die zich met eenzelfde soort systeem richten op automatische rittenregistratie. Systemen die op dit niveau concurreren dienen wel te bezitten over het Keurmerk Ritregistratiesystemen. De systemen uit figuur 7 hebben een keurmerk.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Decos Cartracker* | APS | Technocon | FleetComplete |
| TrackJack | Ctrack | Allsetra | Micpoint |
| BusinessTrack | EuropeTrack | TomTom Telematics | Fleetmatics |
| Accredis | RitAssist | GPS Buddy | Transscope |
| RAM Mobile data | Global Trackmarks | Routevision | Fleet Loqater |

*Figuur 7 – Rittenregistratiesystemen met keurmerk* (Keurmerk RitRegistratieSystemen, 2017)

In het concurrentieoverzicht uit 2015 in bijlage 14 staan Fleetlogic, Nazza, Inter-data en Trevler omschreven als aanbieders van systemen met een keurmerk, maar zij hebben inmiddels geen keurmerk meer (Keurmerk RitRegistratieSystemen, 2017). Routevision, FleetComplete, Fleetmatics, Transscope en Fleet Logater hebben daarentegen een Keurmerk RRS gekregen, terwijl dit niet zichtbaar is in bijlage 14.

Om de concurrentie overzichtelijker weer te geven, is er in figuur x een perceptiediagram van de huidige aanbieders van rittenregistratiesystemen met een keurmerk samengesteld. Hiervoor zijn gegevens gebruikt vanuit het huidige concurrentieoverzicht uit 2015 in bijlage 14, maar ook van nieuwe ontwikkelingen bij concurrenten. Zo zijn geofencing, tankpaskoppelingen en webservice koppelingen relatief nieuwe ontwikkelingen waar sommige andere partijen inmiddels ook over beschikken. Aanbieders van dergelijke onderscheidende functionaliteiten zullen die ontwikkelingen naar alle waarschijnlijkheid dan ook vermelden op de website. Wordt dit niet vermeld, dan wordt een vraagteken uit de concurrentieanalyse nog steeds gepercipieerd als een niet-functionaliteit. Uiteindelijk zullen sommige prijzen/kwaliteitsscores worden bijgesteld. Aanpassingen worden onderaan in bijlage 14 getoond. De prijzen zijn gebaseerd op abonnementskosten en functionaliteitsscore is dus gebaseerd op het aantal functionaliteiten (zie bijlage 14). De perceptiediagram staat weergeven in figuur 8 op de volgende pagina.

*Figuur 8 – Perceptiediagram rittenregistratiesystemen*

### 4.4.2 Productcategorieconcurrentie

Onder productcategorieconcurrentie vallen producten of diensten met dezelfde eigenschappen (Alsem, 2013). Als het om rittenregistratiesystemen gaat, kan er gedacht worden aan dongels die rijgedrag meten, doordat ze zitten aangesloten op de OBD-poort van een voertuig. Een dongel is een klein apparaatje dat wordt ingeplugd in de auto, veelal onder/naast het stuur. Mede doordat dit soort dongels in- en uit geplugd kunnen worden, komen dergelijke systemen niet in aanmerking voor een fiscale registratie. Om die reden concurreren deze systemen niet direct met Cartracker.

Alhoewel de rittenregistratie van dergelijke tools minder precies is, wordt het rijgedrag nauwkeuriger gemeten, doordat er direct een koppeling wordt gemaakt met de OBD-poort van een voertuig (Eigenbrood, 2016). Meer uitleg over de manier waarop rijgedrag met deze koppeling gemeten wordt is te vinden in bijlage 12.

Ook aan dit soort dongels zitten abonnementskosten verbonden. Er zijn tientallen systemen die op deze manier werken. Voorbeelden van dergelijke systemen zijn:

* DriveGuide – Focust met name op rijgedrag, maar noemt ook als functionaliteiten rittenregistratie en autostatus (DriveGuide, z.d.). DriveGuide profileert zich vooral als een gadget.
* ULU – ULU richt zich naast particulieren ook op het MKB/ZZP, waar zij een aparte webpagina voor hebben (DRIVE ULU, z.d.). Ook ULU is vooral op rijgedrag gericht, alhoewel zij ook rittenregistratie noemen als feature.

Verder zijn er ook steeds meer autoverzekeraars die dit soort systemen gebruiken om korting te geven op premies. ANWB heeft bijvoorbeeld een vijfjarige licentieovereenkomst met het Britse Ingenie (Bouwer, 2016). Ingenie levert een dongel, waarmee de ANWB inzicht krijgt in het rijgedrag van de klanten. Bij goed rijgedrag wordt de berijder vervolgens beloond, door een deel van de premie terug te krijgen (ANWB, z.d.). De volgende verzekeraars bieden al een verzekering in die vorm aan (Consumentenbond, 2016):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aegon (CarKroodle) | ASR (ChipWise) | Generali (Only I Benefit) | Voogd & Voogd (AutoPrismaPolis) |
| Allsecur (MyJINI) | Delta Lloyd (ChipWise) | PolisVoorMij | Voorop |
| ANWB (Veilig Rijden) | Fairzekering (Autofairzekering) | Reaal (ChipWise) | Whoosz! (Turien & Co) |

*Figuur 9 – Verzekeraars rijstijlpolissen* (Consumentenbond, 2016)

Ook FBTO, Lancyr, Ohra en Verzekeruzelf geven aan dat zij aan een rijstijlpolis werken (Consumentenbond, 2016). Momenteel werken er pilots van deze verzekeringen op particulier niveau, maar als het een positieve werking heeft, is de kans groot dat de zakelijke varianten snel volgen.

Als laatste kunnen ook autoleveranciers een belangrijke rol gaan spelen op dit gebied. Zo kondigde Volkswagen eind vorig jaar als eerste ‘MIND’ aan, een telematicatool voor voertuigen die berijders helpt met rijgedrag en rittenregistratie (Oerle, 2016). MIND is wel een gesloten systeem (alleen te gebruiken in Volkswagen-voertuigen) en heeft geen keurmerk.

### 4.4.3 Generiek concurrentie

Generieke concurrentie is een niveau waarop aan dezelfde behoefte tegemoet wordt gekomen (Alsem, 2013). Zo kan rittenregistratie ook handmatig plaatsvinden, wat erg inefficiënt en tijdrovend is, maar nog steeds bij organisaties gebeurd. Daarnaast zijn er verschillende apps, die ritten via de gps van een smartphone bijhouden. Gebruikers betalen meestal voor de app en/of om een rittenoverzicht in Excel te krijgen. Het grootste nadeel van deze apps is eveneens dat de registraties niet door de Belastingdienst geaccepteerd worden. Dit komt mede doordat de ritten gemakkelijk te manipuleren zijn. De apps richten zich voornamelijk op particulieren, maar kunnen ook voor bijvoorbeeld ZZP’ers interessant zijn, doordat zij de registratie zelf in de hand hebben. Voorbeelden van apps zijn:

* RouteReg: Dit is een app die rittenregistratie bijhoudt, om bijvoorbeeld declaraties in te dienen. Dit doet de app door gebruik te maken van gps hotspots (PRV, z.d.). De aanschafprijs van de app bedraagt acht euro.
* Ritbewijs: De maker van deze app communiceert dat het een sluitende rittenregistratie biedt, waarbij zij ook aangeven dat bijtelling met deze app kan worden voorkomen (Ritbewijs, z.d.). Hiermee richt de app zich tevens (deels) op de zakelijke markt. Bij controle van de belastingdienst lopen organisaties daarbij toch een grote kans op een boete (De Belastingdienst, z.d.). De maandelijkse kosten bedragen drie euro per voertuig.

### 4.4.4 Budgetconcurrentie

Onder budgetconcurrentie vallen alle concurrenten op budgettair niveau (Alsem, 2013). Dit betekent dat het bedrag dat voor een rittenregistratiesysteem betaald wordt, ook geïnvesteerd kan worden in iets anders. Organisaties in de markt van Cartracker zouden er bijvoorbeeld ook voor kunnen kiezen om efficiëntere softwarepakketten omtrent facturatie te kopen. Op die manier zou een bedrijf in een ander proces tijd kunnen besparen.

De rittenregistratie van deze organisaties moet echter uiteindelijk wel naar de Belastingdienst. Als zij dus voor een substituut kiezen, zal rittenregistratie handmatig plaats moeten vinden of via een andere eerdergenoemde tool.

# Resultaten fieldresearch

In het vorige hoofdstuk is de creatie van waarde door Cartracker behandeld vanuit de ogen van DMS. Het is echter belangrijk om te kijken hoe de doelgroep dit percipieert. Er zijn 14 klanten geïnterviewd, waarbij het belangrijkste doel was om de behoeften van de doelgroep te achterhalen. In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews weergeven. Van de belangrijkste vragen zijn analyseschema’s gemaakt. Deze analyseschema’s staan weergeven in bijlage 15. Voor de duidelijkheid staat hieronder een overzicht, waarin staat aangegeven in welke klantsegmenten de respondenten vallen.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | MKB 30- | MKB 30+ | LRG |
| **Klant** | Respondenten **1** & **7** | Respondenten **4** & **10** | Respondenten **2**, **3** & **5** |
| **Geen klant** | Respondenten **9** & **14** | Respondenten **6** & **11** | Respondenten **8**, **12** & **13** |

*Figuur 10 – Respondentenverdeling in segmenten*

## 5.1 Klanttaken

In de interviews werd als eerste het wagenpark in het algemeen behandeld, voordat er dieper werd gevraagd naar rittenregistratie. Zo werd er bij vraag 8 gevraagd: “*Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?”.* De antwoorden op deze vraag zijn opgenomen in analyseschema 15.1.

Een van de doelen die door meer dan de helft van de respondenten genoemd wordt, is het operationeel houden van het wagenpark. *“Mensen en spullen van A naar B brengen”*, “*De wielen moeten blijven draaien*” en *“Het is een instrument om ons werk uit te voeren”* zijn enkele citaten van respondenten die aantonen dat het wagenpark vooral een middel is om de kerntaken uit te kunnen voeren. Hiervoor is het noodzakelijk dat zij rittenregistratie bijhouden. De respondenten 2, 3, 5, 6, 8 en 10 geven daarbij aan graag zo efficiënt mogelijk te zijn in het wagenparkbeheer. Al deze respondenten gebruiken daarvoor een ritregistratiesysteem. Wat zij precies onder efficiënter beheren van het wagenpark verstaan, is uitgewerkt in paragraaf 5.3.

Een andere klanttaak die door alle respondenten min of meer genoemd wordt, is het verduurzamen van het wagenpark. Respondenten 7, 8 en 12 benoemen een groener wagenpark zelfs als een van de hoofddoelen. Respondent 7 (MKB 30-) zegt hier het volgende over: “*We hebben een ISO-1401 certificaat, dus ons doel is wel om het wagenpark zo groen mogelijk te maken. Wij zijn een aannemersbedrijf… Dat is dus voor ons wel belangrijk om bepaalde klussen binnen te krijgen”.* De respondenten 8 en 12, beide uit het segment LRG, willen daarentegen geen verduurzaming vanwege de druk van partners, maar meer vanuit de voorbeeldfunctie die zij hebben. Respondent 8 zegt daarover: “*En het is ook dat wij een voorbeeldfunctie hebben als partij…*”. Ook respondent 12 zegt te willen dat het wagenpark minder CO2 uitstoot: “*We zijn momenteel met 100 voertuigen op de weg en dat ziet de burger natuurlijk ook. En als je dan met een oude stinkbak voorbijkomt… dus vandaar dat we wel zo schoon en net mogelijk willen rijden. En daarmee willen we wel een statement afzetten”*. In analyseschema 15.8 valt te zien dat ook alle andere organisaties zich al met de duurzaamheid van het wagenpark bezighouden, of verwachten dat dit in de toekomst een grote rol gaat spelen.

Wat opvalt in de eerste twee kolommen van analyseschema 15.1, is dat de beheerders van relatief kleinere wagenparken minder tijd aan het wagenpark besteden dan die van relatief grote wagenparken. Dit geldt zowel voor de segmenten MKB als voor de segmenten LRG. In analyseschema 15.3 valt ook te zien dat de respondenten met een wagenpark van meer dan 30 wagens een functie hebben als fulltime wagenparkbeheerder of routeplanner, waar de beheerders van minder dan 30 voertuigen het wagenpark als bijrol hebben. Respondenten uit die categorie noemen functies op als algemeen directeur, facilitair medewerker, controller, clusterhoofd buitendienst en inkoop. Respondenten 4, 5, 7 en 14 vinden wagenparkbeheer redelijk belangrijk, maar in de ogen van alle andere respondenten is een goed wagenparkbeheer (heel) belangrijk, zoals af te lezen is in analyseschema 15.1. Respondenten 4, 7 en 14 geven overigens aan ook slechts twee uur per week werkzaamheden te verrichten omtrent het wagenpark.

## 5.2 Pijnpunten

Er werd aan de respondenten gevraagd wat voor pijnpunten zij precies ondervonden bij wagenparkbeheer in het algemeen. Analyseschema 15.2 bevat zowel de genoemde partners op het gebied van het wagenpark, als de pijnpunten en voordelen die voor hen worden weggenomen/gecreëerd door externe partijen. In analyseschema 15.4 worden pijnpunten getoond die de respondenten op dit moment nog hebben bij het wagenparkbeheer.

Als samenwerkingspartners worden allerlei verschillende partners genoemd, waarbij de leasemaatschappij vaak als eerste naar voren kwam. Dit was echter alleen het geval bij de organisaties die een of meerdere voertuigen leasen. Dit gold voor de respondenten 1, 6, 8, 9, 10, 11 en 14. Nadat er wat dieper doorgevraagd werd, kwam ook naar voren dat op respondent 11 na, alle organisaties beschikten over een rittenregistratiesysteem. Respondent 11 werkte voornamelijk met personenwagens, waarover de werknemers bijtelling betalen. Een garagebedrijf, een huisstijlleverancier en een bandencentrale waren andere samenwerkingspartijen die genoemd werden.

Leasemaatschappijen zijn er niet alleen om wagenparken te voorzien van leasewagens, maar geven ook advies aan wagenparkbeheerders. Respondent 1 zei hierover: “*Doordat ze ontzorgen, hebben wij weer tijd voor andere dingen”.* Naast advies bieden sommige leasemaatschappijen aan om bepaalde taken uit handen te nemen. Respondent 11 zegt dat er geen tijd is voor *”het gezeur van de mensen”.* Daaronder verstaat hij: *“Zij hebben er vaak een handje van om het probleem van hun jouw probleem te maken… bijvoorbeeld: Hé, ik krijg gezinsuitbreiding, hoe gaan we dat doen?”.* Ook respondent 8 ervaart dit probleem: *”De ene medewerker heeft dit nodig, de ander heeft dat nodig…”*. Daarom kunnen dit soort zaken worden uitbesteed worden aan externe wagenparkbeheerders of leasemaatschappijen, die vervolgens als contactpersoon funderen voor bepaalde zaken. Hierdoor worden wagenparkbeheerders ontzorgd en blijft er tijd over voor andere dingen. Respondent 6 spreekt positief over deze ontzorgende factor: *“En dan zie ik de leasemaatschappij nog als een bedrijf waar je veel mee kunt sparren en waar je veel aan overlaat”.* Respondenten 6 (MKB), 8 (LRG) en 11 (MKB) zijn allemaal niet-klanten van DMS, met een wagenpark van meer dan dertig voertuigen.

Er zijn vier pijnpunten die genoemd worden specifieker ingaand op rittenregistratiesystemen. Allereerst wordt de verplichting omschreven om rapportages aan te kunnen leveren aan de accountants, waarin inzicht verkregen wordt in de werktijden buiten de kantooruren (respondent 2). Aansluitend stelt respondent 14 dat hij juist zelf weleens twijfelt over begin- en eindtijden van de medewerkers. Een ander pijnpunt dat direct wordt benoemd in relatie tot rittentregistratiesystemen is het terug kunnen halen van schades en boetes (respondenten 5 en 13). Toch is dit het vaakst direct genoemde pijnpunt, gemeld door de respondenten 4, 7, 8, 9, 10, 12 en 13, de verplichting vanuit de Belastingdienst om rittenregistratie bij te houden. Een aantal citaten die dat aangeven: *“Echt het pijnpunt dat ze oplossen zijn de fiscale eisen die gesteld worden vanuit de Belastingdienst”* (respondent 4), *“Ik ben verantwoordelijk voor de rittenregistratie… ik moet dat op kunnen vragen”* (respondent 9), *“Pijnpunten… uhm. Ten eerste, voor de Belastingdienst…”* (respondent 13).

Als er naar de pijnpunten gekeken wordt, valt het op dat er geen hele grote verschillen zijn tussen de segmenten MKB en LRG. Beide segmenten noemen veelal de verplichting tot rittenregistratie van de Belastingdienst. Een klein verschil hierin is nog de motivatie. Met name grotere overheidsinstellingen weten dat ze het goede voorbeeld moeten geven. Respondent 8 zegt daar bijvoorbeeld over: *“Het is ook dat wij een voorbeeldfunctie hebben als partij”.* MKB-bedrijven zijn hier wat terughoudender in. Respondent 4 reageert bijvoorbeeld als volgt op de vraag hoe belangrijk nauwkeurige rittenregistratie is: “*Voor mij niet… maar voor de Belastingdienst he”.* Er komen geen opvallende verschillen naar voren tussen de beheerders van grotere en kleinere wagenparken.

## 5.3 Voordelen

Net als de pains, staan ook de gains vermeld in analyseschema 15.2. Onvervulde behoeften staan in analyseschema 15.5 opgesomd.

Kijkend naar het wagenpark in het algemeen, wordt efficiency door veel respondenten als erg belangrijk bevonden. Bij het leasen van voertuigen kunnen bijvoorbeeld kosten bespaard worden volgens respondent 11. Hij zegt hierover: *“Ik denk als je efficiënt bent in de kosten, dan hou je meer geld over voor andere dingen”.* Ook respondent 9, die voornamelijk de voertuigen aanschaft, probeert zo efficiënt mogelijk te handelen: *“Als iemand komt met een auto van 27,5 waar nog geeneens een airco inzit… Dan ga ik liever die auto niet kopen vanwege de restwaarde. Die verschillen zijn aanzienlijk”.*

In de vorige paragraaf kwam al naar voren dat vooral de beheerders van grotere wagenparken ook voor advies en uitbestedingen naar externe partijen gaan. De respondenten 6, 8 en 11 zeggen hier ook voordelen uit te behalen. Respondent 6 zegt dat de goede relatie met de leasemaatschappij en de garage zijn organisatie een groot voordeel levert op het gebied van tijd: *“Ze ontzorgen. Ze nemen een hoop werk uit handen. Omdat je een goede relatie met hebt, dat ze ook snappen wat je bedoelt, je hoeft niet alles uit te leggen”*. Respondent 11, die zelf ook werkzaam is als extern wagenparkbeheerder, ziet in dergelijke samenwerkingstrajecten anderzijds wel een gevaar: *“Alphabet zal nooit zeggen, je moet kopen in plaats van leasen. Een externe wagenparkbeheerder geeft een advies dat echt op ons is gericht. Over track & trace-systemen, heel veel leasemaatschappijen werken samen met bepaalde track & trace-systemen. Kijk bijvoorbeeld naar Terberg, die werkt met Lojack, dat is dan een systeem voornamelijk tegen diefstal. En als ze aan Terberg vragen, waar moet ik zo’n systeem halen, die zullen geen ander systeem aanraden. En leasemaatschappijen doen er ook alles aan om een klant aan zich te binden. Dus het advies is niet helemaal vanuit een eerlijk oogpunt”.* Verder zegt hij wel dat efficiency op het gebied van lease tot betere resultaten kan leiden voor een organisatie: *“En… De juiste auto… als je kijkt naar de medewerker, tevreden medewerkers zijn de beste medewerkers”.*

Respondenten die kleinere wagenparken beheren, met minder dan dertig voertuigen, zijn minder met de efficiency bezig. Hier zijn enkele citaten die aangeven dat efficiency op dit moment nog niet zo erg leeft bij deze respondenten: *“Nouja… niet echt’’* (respondent 1), *“Nee… op het gebied van efficiency ofzo… daar doen we op dit moment nog niks mee”* (respondent 5) en *“Nee… met Cartracker kunnen er wel dingen behaald worden op het gebied van efficiency… maar dat speelt nog niet”* (respondent 7). De respondenten 5 en 7 weten wel dat het een en ander mogelijk is op het gebied van efficiency, maar hoe is nog niet helemaal duidelijk. Respondent 5 geeft aan dat de drukte met alle overige taken er eveneens voor zorgt dat hij weinig tijd overhoudt om zich er goed in te verdiepen.

In de vorige paragraaf kwam al naar voren dat rittenregistratie als pijnpunt wordt gezien door veel bedrijven. Toch wordt de registratie door respondent 8 ook als voordeel gezien. Hij zegt daarover bijvoorbeeld dat het erg belangrijk is dat de registratie nauwkeurig is: *“zowel voor de fiscus als voor onze eigen administratie om te sturen op efficiency*”. Andere respondenten zien vooral de track & trace-functie van een rittenregistratiesysteem als een tool die voordelen biedt. *“We kunnen snel handelen naar onze klanten toe door gebruik van track & trace”* (respondent 10, MKB 30+) en *“Als we een boze klant hebben die zegt van joh… de monteur is maar een kwartiertje binnen geweest, dat we aan kunnen tonen dat hij een uur voor de deur heeft gestaan. Daar gebruiken wij het meest voor, wij gebruiken het niet echt voor kostenbesparing…”* (respondent 14, MKB 30-) zijn enkele citaten die dat aantonen vanuit het MKB*.* Ook bij het LRG-segment wordt track & trace gebruikt, alleen voor andere doeleinden dan het MKB, die te maken hebben met het verhogen van het serviceniveau naar de burgers toe. Respondent 13 gebruikt track & trace bijvoorbeeld voor: “*Gladheidsbestrijding, dan kan je precies zien waar ze geweest zijn”*. Respondent 12 schetst de mogelijkheid om bijvoorbeeld vuilnisroutes te optimaliseren. Dit doet hij overigens nog niet op dit moment, omwille van de privacy van zijn medewerkers.

Het is namelijk verschillend hoe ver organisaties willen gaan om efficiency in het wagenpark te bevorderen. *“Ik verwacht niet dat we in de toekomst meer met rittenregistratie gaan doen… voor ons is dat niet nodig. Ook vanwege de privacy van onze mensen”*, zegt respondent 12*.* Net als hij, vinden ook respondenten 4 en 5 de privacy van de medewerkers zo belangrijk, dat zij liever geen gebruik maken van track & trace. Respondent 5 zegt: *“Ik vind het verklikken van collega’s erg vervelend”.* Aan de andere kant zegt hij ook weer: “*Ik vind ook dat we veel efficiënter kunnen werken, maar we zijn nog niet zo ver om dat in te voeren. Daar moet ik nog wat meer over te weten komen”.*

Ook voor respondent 4 (MKB-klant met 30+ voertuigen) geldt dat efficiency een belangrijkere rol begint te spelen. Hij zegt in eerste instantie dat de rittenregistratie puur voor de Belastingdienst is en dat hij de medewerkers wel vertrouwt, terwijl hij later het volgende zegt: *“Ik zeg nou wel dat ik er heel weinig mee doen… maar als ik er zo over nadenk, dan zie ik dat we er toch nog wel regelmatig wat dingen uithalen… met schades en boetes, of weten wie er in een auto heeft gezeten”.* Naar mate hij wat meer met het Cartracker systeem leert om te gaan, wordt hij er steeds handiger in: *“. Ik heb het systeem heel lang genegeerd, maar uiteindelijk, pas was er weer een ongeluk gebeurd… toen heb ik gelijk de bestuurder erbij gepakt en gekeken naar ze rijgedrag. En dat was dan weer heel goed en dat is goede informatie! Dus het begint nu wel te lopen langzamerhand”.*

Respondent 3, een andere klant van Cartracker in het segment LRG, heeft met negentig voertuigen ook een relatief groot wagenpark. Ook hij wil graag de efficiency van zijn wagenpark bevorderen, maar hij denkt dat Cartracker hier niet geschikt voor is: *“Ik wil graag een overzicht… waarin ik dus een overzicht heb van de voertuigen en de typen en de chauffeurs. Dat ik kan zien hoeveel kilometer die heeft gereden, welk cijfer en welke auto’’.* Door de rapportage aan te passen is dit allemaal mogelijk met behulp van het Cartracker-systeem, maar ook bij respondent 3 ontbreekt de kennis hoe dit precies moet. Een mogelijke oplossing voor dit probleem heeft respondent 2 ervaren.

Respondent 2 gebruikte Cartracker in eerste instantie puur om rapportages aan de accountant te kunnen leveren. Zoals in hoofdstuk 4 werd beschreven, heeft Cartracker in april 2017 voor het eerst een training gegeven aan klanten. Respondent 2 was een van de deelnemers aan de training en beantwoordde de vraag over de doelen omtrent het wagenpark als volgt: *“Losstaand van het onderhoud, ben ik ook aan het kijken waar ze rijden en… gebruiken we ze wel efficiënt genoeg? Uurtje of twee in de week ben ik wel aan het kijken waar we kunnen verbeteren. Dat sinds kort… voorheen was ik eigenlijk alleen een uurtje in de week bezig met rapportages, omdat we die verplicht op moesten sturen naar de accountants. Om te kijken… wat er met onze auto’s bijvoorbeeld buiten de kantooruren gebeurt… Maar naar aanleiding van de cursus die ik pas gehad heb van Decos… Je kan er zoveel meer mee. Dat heb ik nu gezien en dan ga ik daar lekker mee aan de slag.”* Ook respondent 10 heeft de training gevolgd en zei: *“De informatie uit Cartracker… er is natuurlijk een hele hoop uit te halen, dat zag je bij die training ook… dat is erg handig voor ons”.* Respondenten 3 (overzicht van voertuigen, typen en chauffeurs) en 5 (track & trace inzetten voor efficiency) geven aan dat ze meer uit het systeem van Cartracker zouden willen halen. De tool hiervoor is al beschikbaar, alleen de kennis ontbreekt. Een training zou deze respondenten kunnen helpen.

Bepaalde bedrijven binnen het klantsegment LRG hebben nog een ander direct voordeel met Cartracker. Zo staat in paragraaf 3.3.2 al beschreven dat het Cartracker-systeem gekoppeld kan worden aan een zaaksysteem van Decos Technology Group (JOIN, 2017). In analyseschema 15.11 is te zien dat zowel respondent 2 als respondent 5 gekozen hebben voor Decos Cartracker vanwege de koppeling aan JOIN. Respondent 2 noemt dit ook direct als voordeel van het ritregistratiesysteem Cartracker: *“Nou… we werken ook met andere applicaties van Decos en dat maakt het werken toch wel een stuk makkelijker”.* Respondenten 2 en 5 zijn beide klant bij DMS.

## 5.4 Onvervulde behoeften

De onvervulde behoeften van de wagenparkbeheerders staan verdeeld over verschillende analyseschema’s. In paragraaf 5.4.1 komen als eerste de onvervulde behoeften aan bod die te maken hebben met het wagenpark in het algemeen. Daarna wordt er in paragraaf 5.4.2 dieper gekeken naar rittenregistratie en track & trace.

### 5.4.1 Onvervulde behoeften wagenpark

In de analyseschema’s 15.4, 15.5 en 15.7 komen de onvervulde behoeften van de respondenten van het wagenpark in het algemeen aan bod. Sommige behoeften overlappen de specifiekere behoeften rondom rittenregistratiesystemen, die worden dus voornamelijk in paragraaf 5.4.2 getoond.

In analyseschema 15.4 staan de ondervonden issues op het gebied van wagenparkbeheer bij de respondenten die op dit moment nog spelen. Een behoefte op wagenparkgebied voor respondent 4 wordt als volgt omschreven: “*We moeten alle gegevens allemaal los intypen en dan moeten we het ook nog een keer in die wagenparkmodule intypen. En dan hebben we ook nog een los tanksysteem waar alle autonummers ook nog in moeten”.* Hij geeft dus aan alle gegevens (bijv. namen en kentekens) eerst in het centraal systeem, dan in het wagenparksysteem van Cartracker en vervolgens in het tanksysteem te moeten invoeren. Ook wijzigingen zullen dus driemaal doorgevoerd moeten worden.

Een issue die door de respondenten 2, 6 en 14 wordt genoemd, is het schoonhouden van de auto’s. Beide personen geven aan dat de bedrijfswagens een groot voordeel bieden op het gebied van reclame, maar dat ze daarvoor wel graag de voertuigen schoongemaakt willen hebben. Respondent 2 zei hierover: *“Momenteel ga ik naar een bepaalde carwash, dan gooi ik hem door de wasstraat heen. Maar ik heb ook gevraagd wat het kost om de auto’s op te halen en door hun te laten schoonmaken. Daar heb ik een offerte voor aangevraagd”*. Dit bleek de organisatie echter te duur te zijn. Respondent 14 legt de verantwoordelijkheid bij de berijder zelf: *‘’Ik vraag het… maar ik moet het blijven herhalen, doe nou even je auto schoonmaken, wat maakt het nou uit. Je gebruikt hem iedere dag”.* Dit is ook het geval bij respondent 6: *“Ik zou meer toezicht willen hebben op het schoonhouden van de auto’s”.* Voertuigen consistent schoonhouden wordt door deze respondenten als lastig ervaren.

In paragraaf 4.2.4 werd eerder gesteld dat data uit voertuigen steeds belangrijker wordt, met kostenbesparing als drijfveer (Innovam, 2014). Het is interessant om te zien hoe de wagenparkbeheerders daarover denken. De respondenten 1, 3, 8, 10 en 14 hebben het al direct over data als er naar onvervulde behoeften wordt gevraagd. De gegevens die genoemd worden zijn erg verschillend. Brandstofverbruik (respondent 1), gewicht in de voertuigen (respondent 3), status van een voertuig met bijvoorbeeld het oog op onderhoud (respondenten 10 en 14) zijn gegevens die genoemd worden. Respondent 8 wil daarbij dat bedrijven zelf proactief gaan sturen op efficiency: *“Het zou mooi zijn al zou zo’n partij naar je toe komen en zeggen van joh… we zien uit een analyse van deze gegevens dit en dat, dus kunnen jullie niet beter zus of zo doen?”.* Ook respondenten 2, 6 en 12 zeggen geholpen te zijn met meer advies over het wagenpark, waarbij de laatste twee het vooral over advies op duurzaam gebied hebben. Respondenten 2, 8 en 12 vallen in het LRG-segment. Respondent 6 valt in het segment MKB 30+.

Een andere belangrijke onvervulde behoefte die meerdere malen genoemd werd is de koppeling van een rittenregistratiesysteem aan de huidige bedrijfssystemen. Bij voordelen werd de koppeling aan het zaaksysteem Decos JOIN genoemd, wat een bestaande koppeling is. Zoals onderaan bijlage 14 staat uitgelegd, is de API van de Cartracker-software al geschreven. De brug moet echter nog gelegd worden naar bestaande bedrijfssystemen, zoals het geval is bij respondent 4. Hij maakt gebruik van Microsoft Dynamics NAV als hoofdsysteem, een los tanksysteem en Cartracker: *“Het is wel lastig… we hebben al die gegevens wel in het systeem… en dat kost wel veel tijd. Want we moeten dat allemaal los intypen en dan moeten we het ook nog een keer in die wagenparkmodule intypen. En dan hebben we ook nog een los tanksysteem waar alle autonummers ook nog in moeten”*. Respondent 11 is ook te spreken over een dergelijke koppeling aan het wagenparksysteem met leasegegevens. Respondent 12 zou in de toekomst ook kansen zien voor een koppeling aan afvalsystemen: “*Als wij het in inzamelland wat ruimer op gaan zetten voor efficiency… AfvalRIS is momenteel ook al een systeem, daar kan je bepaalde routes uitkloppen die je moet rijden. Als er een melding komt van, een ondergrondse container zit voor 75% vol, dan geeft die een signaal door, die container zit bijna vol… die komt binnen bij de planner. Op track & trace zou je dus nog iets kunnen doen, van wat zou nou de gunstigste route zijn om die containers te legen. Aan de hand daarvan kan er dan een efficiënte route uitkomen voor de wagen”*. Respondent 6 komt niet direct op een koppeling, maar op het moment dat hij met de creatieve techniek bezig is, zegt hij: *“Dat vind ik eigenlijk ook ontzettend belangrijk”.* Vervolgens schuift hij het kaartje naar de eerste plaats.

In het geval van alle systemen geldt dat er als het ware een brug tussen de Cartracker-software en het andere systeem moet worden gelegd. Opvallend is dat de behoefte aan koppelingen vooral leeft bij beheerders van grotere wagenparken, van zowel het segment MKB (respondenten 4 en 6) als het segment LRG (respondenten 11 en 12).

### 5.4.2 Onvervulde behoeften rittenregistratiesystemen

Sommige behoeften op dit gebied komen naar voren in de analyseschema’s x.4 en x.5. In de vragenlijst zijn de vragen opgesteld vanuit twee verschillende invalshoeken als het om de behoeften van rittenregistratiesystemen gaat, namelijk vanuit rittenregistratie (analyseschema 15.9) en track & trace (analyseschema 15.10). De analyseschema’s 15.12 t/m 15.15 bevatten grotendeels herhalingen van punten uit de vorige schema’s, maar ook een aantal extra inzichten. De resultaten worden hieronder behandeld.

Wat allereerst opvalt, is dat maar liefst drie DMS-klanten hier zaken aanstippen waar de software van Cartracker hen momenteel al bij kan helpen. Zo kondigt respondent 1 aan dat hij het lastig vindt om zaken zoals APK, winterbanden en onderhoud te centraliseren en bij te houden. Op het gebied van onderhoud zouden hiervoor nog een aantal ontwikkelingen plaats moeten vinden. Desondanks is het met de Cartracker software al mogelijk om meldingen van vooruit te plannen acties te maken, waardoor er automatisch gewaarschuwd wordt dat een voertuig weer APK-gekeurd moet worden, of dat de winterbanden vervangen moeten worden. Respondent 3 geeft aan problemen te ervaren met de administratie: *“Hoe rangschik je de gegevens?”.* Een overzichtelijk administratiebestand kan in de vorm van een rapportage worden uitgedraaid, maar respondent 3 weet nog niet hoe. Verder vindt respondent 4 het lastig om bij te houden wie er in welke wagen rijdt. Ook dit is mogelijk met Cartracker, door gebruik te maken van een druppel-identificatiesysteem. Respondent 4 weet wel van deze mogelijkheid af, maar zegt over de druppels: *“Die raken ze allemaal kwijt… we zijn een sloopbedrijf he”.*

Een van de behoeften die ook zeer duidelijk naar voren komt bij de huidige klanten van DMS, is de overzichtelijkheid van de rittenregistratie. Respondenten 2, 3, 4 en 7 willen allemaal dat de gebruiksvriendelijkheid van het systeem van Cartracker verbetert. Zij weten daarbij door middel van klantcontact wel dat DMS hard bezig is om het nieuwe gebruiksvriendelijke systeem Cartracker Live te ontwikkelen: *“Het zou gebruiksvriendelijker kunnen, maar we weten al wel dat Decos daarmee bezig is”* (respondent 2), *“Nou het zou fijn zijn als dat hele webdesign… als dat helemaal af is… dat je alles uit Cartracker web kan halen”* (respondent 7). Verder worden gebruiksvriendelijkheid, overzichtelijkheid en betrouwbaarheid als belangrijkste factoren bestempeld voor rittenregistratiesystemen door respondenten 1, 2, 3, 4, 8 en 12 (analyseschema 15.12).

Niet alleen het overzicht van het systeem komt ter sprake, maar ook het overzicht in de rapportages komt naar voren. Respondent 3 wil zelf gemakkelijk kunnen selecteren wat er precies in een rapportage komt te staan waarbij hij beschikt over meer voertuiggegevens:*“Wat heeft hij gedaan en wie zitten er in een voertuig. En heb ik nog afval gestort en heb ik nog een bon meegekregen”*. Er worden meer voorbeelden gegeven, door zowel klanten als niet-klanten: *“Qua rapporten kan het nog wel wat uitgebreider. Een historie van iemand… Als iemand een keer een schade rijdt, dat je dan een overzicht hebt van… hoe rijdt iemand?”* (respondent 4), *“Dat als de chauffeur zuinig rijdt, dat die een beloning krijgt. En dat je dat ook uit de registratie kan halen”* (respondent 5), *“Je omgeving overtuigen… aan het management...”* (respondent 6). Ook respondent 8 bestempelt goede rapportages als een van de belangrijkste factoren in analyseschema 15.12. Al deze respondenten zouden dus geholpen kunnen zijn met duidelijke en overzichtelijke rapportages, die zij zelf eenvoudig samen kunnen stellen. Tijdens de creatieve technieken gaven respondenten 1, 2 en 7 ook nog aan de gebruiksvriendelijkheid bij rapportages belangrijk te vinden (analyseschema 15.15).

In paragraaf 5.4.1 werd al gesteld dat er behoefte is aan meer proactiviteit als het om wagenparkbeheer gaat. Ook specifiek gericht op rittenregistratiesystemen kwam dit onderwerp weer terug. Respondent 10 wil graag automatisch een pushnotificatie kunnen krijgen als een voertuig in een bepaalde straal van x kilometer van de klant rijdt. Respondent 14 ziet ook veel zitten achter automatische pushnotificaties. Hij kijkt maar af en toe in het systeem van TrackJack en is daardoor niet continu op de hoogte van bijvoorbeeld werktijden, waardoor hij vaak te laat is om in te grijpen. Het zou voor hem voordelig zijn wanneer hij een melding kan krijgen als iemand bij wijze van spreken drie dagen in de week eerder naar huis gaat: *“Er zit altijd wel een reden achter, dan kan zeggen: Je bent al drie keer eerder naar huis gegaan, wat… is er wat aan de hand? Is er iets thuis, vind je het niet leuk meer? Dan kan je daar eerder op inspelen. Als ik te veel MB’s gebruik in het buitenland, dan krijg ik gelijk van KPN een melding: Je bent er bijna overheen, pas op, je gaat er bijna overheen”.* Andere meldingen die wagenparkbeheerders graag proactief zouden willen ontvangen zijn onder meer: het oliepeil is laag en voertuigfoutmeldingen (respondent 14), een veegwagen rijdt te veel zonder te vegen (respondent 13), routes kunnen efficiënter (respondent 10) en bestuurder x scoort al drie keer een onvoldoende op rijgedrag deze week (respondent 3). Voor alle pushnotificaties geldt dat de proactiviteit zeer belangrijk wordt bevonden. Dit zou een toegevoegde functionaliteit zijn voor beide segmenten, groot/klein en klant/niet-klant.

Respondenten 13 en 14, beide niet-klanten, zouden graag functionaliteiten zien die Cartracker al bezit. Zij willen bijvoorbeeld een nauwkeuriger systeem, dat om de paar seconden de gegevens van de live-kaart ververst (respondent 13, klant bij TomTom Fleetlogic) en het kunnen toevoegen van points of interest/bekende locaties (respondent 14, klant bij TrackJack).

## 5.5 Ontwikkelingen

In paragraaf 4.2 werden de marktontwikkelingen behandeld. Niet geheel onbelangrijk is de manier waarop wagenparkbeheerders naar deze ontwikkelingen kijken. In analyseschema 15.6 staan de ontwikkelingen op het gebied van het wagenpark vanuit het oogpunt van de respondenten. Vooral de technologische en ecologische ontwikkelingen worden vaak genoemd. In analyseschema 15.8 komt de mate waarin duurzaamheid een rol speelt binnen een organisatie naar voren.

In analyseschema 15.6 zijn er twee ontwikkelingen die vaak worden vastgesteld, namelijk de technologische ontwikkelingen (slimmere, zuinigere en veiligere voertuigen) en de ontwikkelingen omtrent duurzaamheid. Het elektrificeren van de voertuigen is een ontwikkeling die door bijna alle respondenten wordt omarmd. Deze ontwikkeling is enerzijds ecologisch en anderzijds technologisch, doordat er (onder andere volgens respondenten 6 en 14) nog ontwikkelingen plaats zullen moeten vinden op het gebied van actieradius (afstand). Ook de rol van de overheid wordt door respondent 2 aangestipt, bijvoorbeeld dat zij meer laadpalen op publieke plekken moeten plaatsen.

Alleen de respondenten 7, 9 en 14 zijn huiverig tegenover deze ontwikkeling, doordat zij stellen dat er alleen wordt gekeken naar de CO2-uitstoot, terwijl de accuproductie volgens hun ook ontzettend vervuilend is voor het milieu. Ondanks dat, zeggen alle respondenten dat zij – nu of in de toekomst – op alternatieve brandstoffen gaan rijden, waarbij elektriciteit het vaakst als alternatief middel genoemd wordt (analyseschema 15.8). Ook respondent 14 zegt: “*Binnen 10 jaar verwacht ik alles elektrisch… of op waterstof”.* Met name organisaties die vallen onder LRG zijn op dit moment al bezig met het verduurzamen van (bepaalde) voertuigen (respondenten 2, 3, 8 en 12). MKB-bedrijven zijn met deze ontwikkelingen bezig of zien die snel komen, maar kosten spelen vaak toch een grotere rol of de ontwikkelingen zijn nog niet ver genoeg. *“We zijn daar met het wagenpark, met geel wel mee bezig. Maar met grijs niet.”,* zegt respondent 6 daarover. Een bestelwagen (grijs kenteken) vol gereedschap en werkmateriaal elektrisch door Nederland laten rijden is logischerwijs nog niet mogelijk met de huidige middelen zegt respondent 11: *“Een hele zuinige auto, is dus duurzamer, maar ook goedkoper. Maar elektrische auto’s… op dit moment redden ze het nog niet. Een elektrische bestelauto is die gewoon nog niet geschikt…”.*  Toch zijn de verwachtingen van respondent 6 positief. Naar mate de markt zich ontwikkelt denkt hij “*Dat grijs ook onderdeel wordt van het elektrische wagenpark!”.*

Vooral bij MKB-bedrijven geldt dat de kosten invloed zullen hebben op het elektrificeren van het wagenpark. Respondent 11 zegt hierover: *“Het aanbod zal denk ik enorm toenemen en dan zal de leaseprijs ook dalen. Het enige wat moet blijken is de restwaarde… als een accu binnen x aantal jaar afgeschreven wordt, wordt die auto ook gewoon minder waard. En een lage restwaarde betekent dus ook hoge gebruikskosten, of je hem nou koopt of leaset”.* Toch mag duurzaamheid ook bij respondenten uit het MKB-segment (o.a. respondenten 1, 4, 6, 7 en 10) meer kosten. De CO2-footprint speelt daarbij een rol, maar respondent 6 met een relatief groot wagenpark voelt zich ook gewoon verantwoordelijk voor het milieu: *“Ik denk ook dat je je moeten schamen als je je… niet bij de ecologische ontwikkelingen stil staat”.*

De doelgroep van Cartracker werkt veel met bedrijfsmotorvoertuigen. Voor deze relatief zware voertuigen, die ook nog eens geladen zijn met bepaalde gereedschappen/materialen, spelen ontwikkelingen als de deelauto en een mobiliteitsbudget minder naar de mening van de respondenten. Dit komt ook doordat efficiency bij een groot deel van de doelgroep een belangrijke rol speelt, zegt respondent 10: *“Die busjes hebben gewoon vaste routes en die moeten veel kisten vervoeren… en dat moet snel en efficiënt gaan”.* De zelfrijdende auto komt bij respondenten 1, 2 en 4 wel naar voren, maar zij zien dat *“voorlopig”* (respondent 1) of *“De komende 5 jaar”* (respondent 2) nog niet gebeuren. Dit heeft deels ook te maken met het type voertuig (bedrijfsmotorvoertuigen). Daarnaast denken de wagenparkbeheerders dat de hoge kosten die met zelfrijdende auto’s gemoeid gaan, ervoor zorgen dat deze de komende jaren nog lang niet in kaart worden gebracht.

## 5.6 Concurrentie

Van de veertien respondenten waren er zeven klant bij Cartracker. Zes respondenten waren klant bij een andere aanbieder en bij respondent 11 betalen de werknemers bijtelling, waardoor zij geen systeem ingebouwd hebben. In analyseschema 15.11 is een overzicht gemaakt van concurrenten en doorslaggevende criteria.

Wat als eerste opvalt, is dat maar liefst tien respondenten geen namen van concurrenten kennen. Respondent 14 kon zelfs niet op de naam van hun huidige rittenregistratiesysteem komen. Dit toont aan dat rittenregistratie niet onder de prioriteiten van een organisatie valt. Ondanks de vele aanbieders hebben de meeste wagenparkbeheerders geen beeld bij andere systemen. Ook de grotere organisaties, die veel met het systeem werken om voordelen mee te behalen (zoals het actief routeplannen door respondent 10) zijn niet goed op de hoogte van andere partijen op de markt.

Slechts vier respondenten (1, 11, 13 en 14) noemen namen van andere systemen, waarvan respondenten 13 en 14 hiervoor wel in hun mailbox moesten kijken. De reden waarom er voor een bepaald systeem gekozen is, is meestal onduidelijk of niet (meer) bekend. Criteria die genoemd worden door deze respondenten zijn prijs, kwaliteit, referenties en keurmerk.

In analyseschema 15.14 valt te zien dat respondenten 5, 6, 8, 12 en 13 het keurmerk hebben geselecteerd als een van de belangrijkste dingen bij rittenregistratie tijdens het uitvoeren van card sorting. Uitspraken als: “*Het keurmerk is natuurlijk essentieel” (*respondent 6) tonen daarbij ook aan dat dit een zeer belangrijk criterium is.

Er zijn nog vele andere criteria die als belangrijk worden beschouwd door de respondenten. De criteria die hier naar voren kwamen waren gericht op samenwerkingsverbanden met partijen in het algemeen. Naast de prijs wordt kwaliteit veelal beoordeeld als belangrijk. Uit de interviews kwam naar voren dat dit vooral betrekking had op de functionaliteit van een systeem, waarbij de gebruiksvriendelijkheid overigens een belangrijke factor is (volgens respondenten 1, 2, 3, 4, 8 en 12).

Een ander opvallend punt is het feit dat respondenten 8 en 9 zich bij beslissingen rondom het wagenpark laten adviseren door andere partijen. Respondent 8 zegt: “*Het advies van Leaseplan is vaak leidend”.* Tegelijkertijd werkt Leaseplan weer samen met TomTom Fleetlogic, waar vervolgens een samenwerking uit tot stand komt. Respondent 9 laat zich adviseren door zijn autodealer. Van de verzekering moest er verplicht een rittenregistratiesysteem, dat overigens meer specifiek gericht is op diefstal, in de voertuigen komen. De autodealer werkt samen met Technocon, waardoor dit systeem nu in de wagens zit. “*De meeste auto’s hebben we rijden vanuit Dubbelstein BMW en Technocon wordt daar verplicht gesteld”,* zei respondent 9 hierover. Over de bedreiging van nieuwe toetreders had respondent 11 het volgende te zeggen: *“Volkswagen is trouwens ook eigen hardware aan het ontwikkelen… die kunnen dat natuurlijk ook allemaal. Maar Volkswagen… die doen het dan alleen in hun eigen wagens. Als je een wagenpark hebt wil je iets universeels hebben.”*

Naast criteria die hiervoor al behandeld zijn, zoals de koppeling van systemen en duurzaamheid, geven respondenten 1 en 7 ook aan dat een referentie erg positief werkt. De respondenten, die beide onder het segment MKB 30- vallen, zeggen te kijken naar referenties bij het samenstellen van een shortlist: *“Eigenlijk op ervaringen van anderen, van… referenties… Dat is een van de belangrijkste bronnen”* (respondent 1), *“Welke referenties hebben ze… Dat vinden wij belangrijk”* (respondent 7)*.*

## 5.7 Beslissingen

In analyseschema 15.3 komen de beslissingen aan bod. Op respondenten 1 en 9 (beide onderdeel van de directie) na, geven alle respondenten aan een adviserende rol te hebben bij een beslissing. Het besluit wordt uiteindelijk genomen door een hogere managementlaag. Bij kleinere organisaties (respondenten 1, 7 en 13) wordt aangegeven dat wagenparkbeheerders zelf ook relatief kleine beslissingen mogen nemen, bijvoorbeeld het vervangen van een personenwagen. Respondenten 4 (financiële administratie), 6 (financiële administratie) en 10 (routeplanner), beheerders van grotere wagenparken in het MKB-segment, geven aan dat het advies wat zij geven bijna altijd wordt overgenomen: *“In 9,5 van de 10 gevallen”,* beweert respondent 6 bijvoorbeeld.

Bij organisaties uit het segment LRG gaan de beslissingen regelmatig op een andere manier. Bepaalde beslissingen moeten namelijk worden uitbesteed. *“Die heeft heel Nederland ja… als aanbestedingsgrens. Dat is een harde lijn, 209.000 euro om precies te zijn”,* aldus respondent 12*.* Hij zegt bovendien: *“De teamleider mag gaan tot 100.000 euro. En de manager is de eindverantwoordelijke, die gaat over beslissingen boven deze grens”.* Over hogere bedragen wordt beslist door het management. Aangezien LRG-organisaties met grotere wagenparken eerder aan de grens van € 209.000,- zullen komen, zullen zij ook vaker moeten uitbesteden.

Respondent 6 geeft nog een belangrijk inzicht in het proces rondom beslissingen: *“**Je omgeving overtuigen… aan het management... Dat we veel meer met C-Track kunnen en moeten doen... En dat we daar ook tijd in gaan besparen… Maar dat is wel een proces hoor”*. Dit punt is heel belangrijk. Vast staat dat sommige wagenparkbeheerders, met name bij grotere organisaties, niet de bevoegdheid hebben om eindbeslissingen te nemen. Als zij dan over duidelijke en overzichtelijke voorbeeldrapportages beschikken kan dit hen hierbij helpen.

## 5.8 Distributie

In analyseschema 15.16 staan de huidige en potentiële afzet- en distributiekanalen, Vanuit het oogpunt van de respondenten. Er werd gevraagd naar hoe de respondenten bij de huidige leverancier van hen terecht zijn gekomen, waar ze zouden zoeken naar een nieuwe leverancier en op wat voor mogelijke plaatsen zij het liefste in contact zouden willen komen met rittenregistratiesystemen.

Een opvallend punt is dat, op respondenten 2 en 9 na (beide kleine wagenparken), alle wagenparkbeheerders zouden zoeken op internet om met een systeem in aanraking te komen. Slechts een paar van de toonaangevende citaten zijn: *“Ik zou zoeken naar zulke demo’s op het internet*” (respondent 1), *“Op internet zoeken naar een wagenparksysteem”* (respondent 3), *“Google…”* (respondent 4), *“Ik zou Googlen… en dan typ je ‘rittenregistratie’ en dan komt alles naar boven”* (respondent 14).

Het laten adviseren door andere organisaties is een ander punt dat wordt aangehaald. Beheerders van grote wagenparken, respondenten 8 (LRG) en 11 (MKB30+), zouden zich laten adviseren door de leasemaatschappij en eventueel een externe wagenparkbeheerder. Andere respondenten zouden bijvoorbeeld vragen naar referenties (respondenten 2, 3 en 7) of een systeem bij de plaatselijke autodealer laten inbouwen (respondent 9). De plaatselijke autodeler heeft volgens respondent 9 een reseller overeenkomst met Technocon.

## 5.9 Promotie

In analyseschema 15.6 komt naar voren dat alle respondenten, op respondenten 2 en 14 na, op een digitale wijze op de hoogte blijven of gehouden willen worden van zaken omtrent het wagenpark. Internet en nieuwsbrieven komen daarbij het meest naar voren. Genoemd worden: sociale mediakanalen (respondenten 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 en 14), websites als Google (respondenten 4, 7, 10, 12 en 14), websites over innovatie (respondent 3) en autowebsites als Autoblog en Autoweek (respondent 9).

In analyseschema x.17 staan de sociale mediakanalen waarvan de respondenten zakelijk gebruik van maken opgesomd. Alhoewel Cartracker alleen op Facebook en Twitter actief is, geven respondenten 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11 en 12 aan voornamelijk van LinkedIn gebruik te maken om op de hoogte te blijven. Naast deze kanalen worden tevens Facebook en Twitter nog genoemd. In analyseschema 15.18 staan de antwoorden weergeven op de vraag hoe de respondenten wagenparkbeheerders zouden proberen te bereiken. Respondent 2 zegt daarover: “*Gebruik maken van social media. En meer beeld geven van je product. Ik had op het begin bij Cartracker niet echt helder wat het precies was en wat je ermee kon. Ik zou een filmpje willen zien waarin je iemand Cartracker ziet gebruiken”.* Een wagenparkbeheerder van een andere LRG-organisatie, respondent 8, zegt: *“Zorg dat je actief bent op social media, kom met relevante items, laat zien dat je er bent”.* Met name beheerders van grotere wagenparken in het MKB-segment (respondenten 6, 10 en 11) en het LRG-segment (respondenten 3 en 8) zouden meer inzetten op persoonlijk contact, door langs te gaan bij organisaties. Ook het bezoeken van beurzen wordt door respondenten 8 en 11 benoemd.

In analyseschema 15.17 komt naar voren dat nieuwsbrieven ook ‘handig’ en ‘interessant’ worden bevonden door bijna alle respondenten. Deze moeten alleen wel goede informatie bevatten over het vakgebied. Commerciële uitingen scoren minder goed: “*reclame-uitingen lees ik niet”,* zegt respondent 6 bijvoorbeeld. Toch zegt respondent 11: *“Commerciële nieuwsbrieven eens in de zoveel tijd ook wel leuk, maar moet geen spam worden”.*

# Conclusie

In deze conclusie worden de deelvragen beantwoord en komen de belangrijkste inzichten uit het onderzoek naar voren. Vervolgens worden de hypothesen behandeld. Uiteindelijk worden deze verworpen of aangenomen.

De markt waarin DMS actief is, is heel divers. Cartracker is aantrekkelijk voor organisaties die de bijtelling willen ontlopen of het wagenpark efficiënter willen inzetten. Doordat de bijtelling voor bedrijfsmotorvoertuigen relatief hoog ligt, is Cartracker voor deze voertuigen het aantrekkelijkst. Toch behoren ook personenauto’s tot de markt van Cartracker. De totale potentiële marktgrootte van 1.883.790 voertuigen wordt aangehouden omdat het onbekend is voor hoeveel voertuigen bijtelling betaald wordt in Nederland. Het marktaandeel van Cartracker, gerekend over de gehele potentiële markt, is 0,174%. Het aantal bedrijfsmotorvoertuigen zal gaan stijgen met 3% (Rabobank, 2017).

De komende tijd zal de markt op het gebied van mobiliteit grote veranderingen doormaken. Andere vormen van mobiliteit en nieuwe vervoersconcepten zullen de groei in de mobiele sector moeten opvangen. Autodeelconcepten, voertuigen op alternatieve brandstoffen en zelfrijdende auto’s zijn grote ontwikkelingen op de markt, terwijl de data vanuit deze voertuigen onmisbaar wordt. Verduurzamen wordt alsmaar belangrijker. Zuinigere en efficiëntere wagenparken moeten de CO2-uitstoot verminderen. Tevens speelt het overheidsbeleid een grote rol bij de verduurzaming van het Nederlandse wagenpark.

## 6.1 Klanttaken

DMS biedt met Cartracker een product waarbij de online dienstverlening het belangrijkste onderdeel voor de klant is. Cartracker helpt wagenparkbeheerders bij een aantal klanttaken.

De belangrijkste klanttaak van een wagenparkbeheerder is om de auto’s rijdende te houden, om zo de kerntaken uit te kunnen voeren. Het wagenpark wordt daarbij vooral gezien als middel. Daarbij komt de verplichting van de Belastingdienst kijken om ritten te registreren. Automatische rittenregistratie is over het algemeen de belangrijkste behoefte.

Sommige respondenten geven al direct aan het wagenpark zo efficiënt mogelijk te willen beheren. Ook zeggen sommige respondenten direct al het wagenpark zo efficiënt mogelijk te willen beheren. Een aantal respondenten noemen verduurzamen ook als klanttaak, waarbij vooral grotere LRG-organisaties het voortouw nemen. Verder blijkt dat wagenparkbeheerders van organisaties met meer dan dertig voertuigen veelal een voltijdfunctie hebben, terwijl beheerders van kleinere wagenparken slechts enkele uren tot een dag in de week bezig zijn met het beheer.

## 6.2 Pijnpunten & voordelen

In de huidige perceptie van DMS lost Cartracker voornamelijk twee pijnpunten op: de door de Belastingdienst verplichte rittenregistratie en de discussies over boetes of werktijden. Daarnaast creëert Cartracker voordelen voor klanten, omdat zij inzicht krijgen in rijgedrag, gebruik kunnen maken van track & trace en rapportages kunnen creëren, dit allemaal voor een efficiënter wagenpark. Uit de fieldresearch is bevonden hoe de doelgroep hierover denkt. Dit komt naar voren in de volgende twee paragrafen.

### 6.2.1 Pijnpunten

Voor de ‘pain relievers’ advies en ontzorging, op het gebied van het wagenpark in het algemeen, gaan voornamelijk de beheerders van grotere wagenparken naar leasemaatschappijen of externe wagenparkbeheerders toe.

Specifieker op rittenregistratie gericht worden vier pijnpunten genoemd. De verplichting van de Belastingdienst om een rittenregistratie bij te houden is voor de meeste wagenparkbeheerders veruit het grootste pijnpunt. Andere genoemde pijnpunten, die veelal werden opgelost door rittenregistratiesystemen, waren het inzicht in werktijden van medewerkers, de discussies over verkeersboetes en de verplichting om rapportages aan te leveren bij bijvoorbeeld accountants.

### 6.2.2 Voordelen

De belangrijkste voordelen die organisaties behalen bij wagenparkbeheer hebben te maken met efficiency. Door het wagenpark efficiënt te beheren, kan er voordeel in kosten en tijd worden behaald. Hierbij wordt een aantal respondenten ook geholpen door externe partijen als leasemaatschappijen en externe wagenparkbeheerders. Vooral de beheerders van grotere wagenparken houden zich met efficiency bezig.

Een paar respondenten geven aan dat de privacy van de medewerkers erg belangrijk is. Dit kan een reden zijn om track & trace niet te gebruiken voor een efficiënter wagenparkbeheer. Naarmate de voordelen duidelijker werden voor deze respondenten, is de bereidheid om met track & trace te werken gestegen.

Beheerders van kleinere wagenparken houden zich minder met efficiency bezig. Een reden daarvoor is dat zij niet precies weten hoe zij met een rittenregistratiesysteem als Cartracker kunnen inspelen op het creëren van een efficiënter wagenpark. Een gebrek aan tijd om goed in het systeem te verdiepen wordt daarbij ook genoemd.

Een van de grootste uitdagingen waar DMS voor staat, is om klanten wegwijs te maken op het gebied van efficiënt wagenparkbeheer. Een Cartracker-training zou een oplossing kunnen zijn voor dit probleem. Respondenten die de training gevolgd hebben, geven als resultaat aan dat zij veel meer waarde uit Cartracker te halen.

## 6.3 Onvervulde behoeften

Wagenparkbeheerders willen steeds meer gebruikmaken van data. Inzicht in brandstofverbruik en voertuiggegevens kunnen organisaties helpen om het wagenpark efficiënter te beheren. Daarbij geldt dat veel wagenparkbeheerders waarde hechten aan automatische en proactieve pushmeldingen, die zij zelf in kunnen stellen. Een belangrijke onvervulde behoefte die vooral speelt bij grotere organisaties uit zowel het segment MKB als LRG, is de koppeling van verschillende bedrijfssystemen.

Er zijn een aantal opvallende zaken specifiek gericht op rittenregistratiesystemen. Met name de huidige klanten van DMS willen dat de gebruiksvriendelijkheid van het systeem verbetert, maar zijn op de hoogte dat hieraan wordt gewerkt. Verder zijn gebruikers van dergelijke systemen geholpen bij een eenvoudige manier om persoonlijke rapportages samen te stellen, waarin zij de keuze hebben voorzien te worden van meer en/of aanvullende gegevens. Voornamelijk de organisaties in het LRG-segment geven daarnaast aan nog geholpen te worden met advies op het gebied van een duurzaam wagenpark.

Een ander opvallend punt dat naar voren kwam uit de fieldresearch, is dat maar liefst drie bestaande klanten van DMS bepaalde pijnpunten ondervinden, die eenvoudig met de Cartracker-software verholpen kunnen worden. Zij weten echter niet hoe. Het gaat hier bijvoorbeeld over het instellen van automatische meldingen (voor APK, winterbanden en onderhoud), het rangschikken van gegevens en erachter komen wie er in de wagens rijden. Een ander voorkomend pijnpunt is het in moeten voeren van alle gegevens in verschillende systemen (centraal systeem, wagenparksysteem, tanksysteem, enz.). Verder wordt het consistent schoonhouden van wagens genoemd als een onvervulde behoefte.

## 6.4 Ontwikkelingen

Er zijn twee ontwikkelingen die beduidend naar voren komen bij de respondenten, namelijk technologische ontwikkelingen (vooral op het gebied van slimmere, zuinigere/elektrische en veiligere voertuigen) en ecologische ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid. Het LRG-segment neemt het voortouw en is al volop bezig met het verduurzamen (vooral elektrificeren) van de wagenparken. Wagenparkbeheerders in het segment MKB 30+ zijn hier ook al mee bezig of zullen waarschijnlijk snel volgen, terwijl kleinere MKB’ers veelal wachten tot het elektrisch rijden ook goedkoper wordt. Een betere CO2-footprint is voornamelijk voor grotere MKB’ers het hoofddoel van verduurzaming.

Doordat de organisaties in de doelgroep van Cartracker vooral over zwaardere voertuigen bezitten die veel persoonsgebonden gereedschappen en materialen bevatten, zullen ontwikkelingen als elektrisch rijden relatief lang duren. De deelauto, de zelfrijdende auto en het mobiliteitsbudget spelen de komende vijf jaar in het oogpunt van respondenten om dezelfde reden een minder belangrijke rol. Op de lange termijn zal de deelauto in combinatie met de zelfrijdende auto er naar alle waarschijnlijkheid voor gaan zorgen dat het Nederlandse wagenpark met tot wel 50% vermindert (Ministerie van Economische Zaken, 2016). In hoeverre dit betrekking heeft op de markt van Cartracker is een belangrijke ontwikkeling om op de lange termijn te monitoren.

## 6.5 Concurrentie

Een van de belangrijkste inzichten is dat leveranciers van rittenregistratiesystemen totaal geen beeld achterlaten bij de wagenparkbeheerders. Maar liefst tien van de veertien respondenten weet geen enkel ander systeem op te noemen. Dit laat zien dat onder andere de rittenregistratie niet onder de prioriteiten van een organisatie valt. Ook slagen de vele aanbieders er klaarblijkelijk niet in een goed beeld achter te laten bij de respondenten.

Het keurmerk wordt als belangrijk punt bestempeld door respondenten uit alle segmenten. Naast de prijs is kwaliteit voor veel respondenten een doorslaggevende factor, waarbij er veelal gekeken wordt naar de functionaliteit en gebruiksvriendelijkheid van een systeem. Advies van de leasemaatschappij of van de autodealer waarmee wordt samengewerkt, komt als doorslaggevende factor naar voren bij een beslissing. Met name bij kleine MKB’ers speelt het aan kunnen tonen van referenties een hoofdrol. Er is verder een reële dreiging van het toetreden van nieuwe substituten, zoals de lancering van MIND door Volkswagen. Ondanks dat dergelijke systemen niet universeel zijn en niet tot een keurmerk beschikken, is het toch goed deze ontwikkeling te monitoren.

## 6.6 Beslissingen

Op leden uit de directie na (algemeen directeur bijvoorbeeld), hebben fulltime wagenparkbeheerders en wagenparkbeheerders met functies als facilitair medewerker, financiële administratie en inkoper over het algemeen een adviserende rol. Beheerders van kleinere wagenparken, zowel bij MKB als LRG, zeggen kleine beslissingen ook zelf te mogen maken. Het advies van beheerders van grotere wagenparken (MKB) wordt naar eigen zeggen wel erg vaak overgenomen, maar het overtuigen van het management wordt als lastig ervaren. Verder moeten opdrachten die over een bedrag boven de € 209.000,- gaan bij LRG-organisaties Europees worden aanbesteed. Daarbij duurt het traject langer.

## 6.7 Distributie

Als het om de plaats gaat waar de wagenparkbeheerders naar een rittenregistratiesysteem zouden zoeken, komt internet beduidend als belangrijkste medium naar voren. Beheerders van grotere wagenparken laten zich adviseren door leasemaatschappijen en eventueel externe wagenparkbeheerders. Deze partijen hebben een belangrijke invloed op beslissingen van met name de grotere klantsegmenten, terwijl zij mogelijk tegelijkertijd een reseller overeenkomst hebben met andere partijen. Ook de plaatselijke autodealer wordt door de kleinere wagenparkbeheerder genoemd. Goede referenties worden bovendien als belangrijk bestempeld door verschillende respondenten.

## 6.8 Promotie

Internet is duidelijk het belangrijkste medium waarmee wagenparkbeheerders bereikt kunnen worden. Veel wagenparkbeheerders, waaronder die van grotere wagenparken, geven aan zakelijk gebruik te maken van LinkedIn om ontwikkelingen te volgen. Respondenten geven zelf aan dat zij meer gebruik zouden maken van sociale media. Ook vertelt een respondent vroeger niet precies te weten wat Cartracker was en dat hij graag een filmpje had gezien waarin iemand Cartracker gebruikt. Beheerders van grotere wagenparken benadrukken nog persoonlijk contact erg belangrijk te vinden. Alle respondenten geven aan nieuwsbrieven via de e-mail te lezen en vaak nuttig te vinden.

Op de volgende pagina zullen de hypothesen worden behandeld.

## 6.9 Hypothesen

De eerste twee hypothesen hadden betrekking op de pijnpunten van Cartracker. Hieronder komen deze nogmaals naar voren.

*H1 – De pain relievers van Cartracker nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment MKB.*

*H2 – De pain relievers van Cartracker nemen de pijnpunten weg bij het klantsegment LRG.*

Grote verschillen in pijnpunten zijn er niet tussen de klantsegmenten MKB en LRG. Enkel in de bereidwilligheid om te willen registreren zit een klein verschil, waarin het segment LRG weet dat het een voorbeeldfunctie heeft. MKB-bedrijven houden de registratie puur bij vanwege de verplichting vanuit de Belastingdienst. Ook tussen grotere en kleinere wagenparken komen geen opvallende verschillen naar voren.

In paragraaf 6.2.1 zijn de vier pijnpunten beschreven die genoemd werden door de respondenten. De verplichting tot rittenregistratie wordt veruit als grootste pain gezien. Cartracker wordt daar door de meeste organisaties voor gebruikt, maar ook voor de andere genoemde punten worden de pain relievers van Cartracker ingezet. De pain relievers zijn daarbij: inzicht in ritten (waardoor boetes kunnen worden teruggehaald), inzicht in werktijden en rapportages. Op basis van deze gegevens worden H1 en H2 beide aangenomen.

De derde en vierde hypothesen hadden allebei betrekking op de voordelen van Cartracker:

*H3 – De gain creators van Cartracker creëren voordelen bij het klantsegment MKB.*

*H4 – De gain creators van Cartracker creëren voordelen bij het klantsegment LRG.*

Verschillen in voordelen voor MKB en LRG zijn er deels wel, maar vooral als er gekeken wordt naar de eindbehoeften. Overheidsinstellingen gebruiken track & trace voornamelijk om het serviceniveau naar burgers toe te verhogen, waar MKB-bedrijven het voor commerciëlere doeleinden gebruiken. MKB-bedrijven willen daarbij sneller kunnen handelen of tijden kunnen weerleggen naar klanten toe. Toch lijken de behoeften van beide segmenten in de basis redelijk op elkaar, aangezien ze beide gaan over efficiency in kosten en processen. Een extra bijkomend voordeel van LRG-bedrijven die gebruik maken van Decos JOIN is de mogelijke koppeling met het Cartracker-systeem, waardoor alle gegevens voor dit segment in één systeem staan.

Zoals al eerder gesteld werd, heeft DMS nog een grote uitdaging om met de gain creators daadwerkelijk voordelen te creëren bij de segmenten. Op dit moment zijn het vooral de beheerders van grotere wagenparken, zowel van het segment MKB als LRG, die Cartracker gebruiken voor een efficiënter wagenparkbeheer. Toch zijn er in deze segmenten nog respondenten die niet precies weten hoe zij de voordelen van Cartracker kunnen benutten. Voor beide segmenten geldt dat de beheerders van kleinere wagenparken minder gebruik maken van voordelen om efficiënter beheer te bewerkstelligen. Geconcludeerd kan worden dat DMS nog een grote uitdaging heeft om met de gain creators daadwerkelijk gains te creëren bij de klantsegmenten. H3 en H4 worden dus beide verworpen.

# Aanbevelingen

Alvorens er wordt overgaan op de aanbevelingen, is het goed om nogmaals op de visie van DMS terug te komen:

*“Decos Mobile Solutions wants to improve fleet performance and driving behavior for a sustainable mobile society.”*

Zoals in de visie naar voren komt, wil DMS prestaties van wagenparken verbeteren. In de conclusies komen een aantal opvallende zaken op dit gebied naar voren. Om hierop in te spelen, zijn er in totaal zeven aanbevelingen opgesteld:

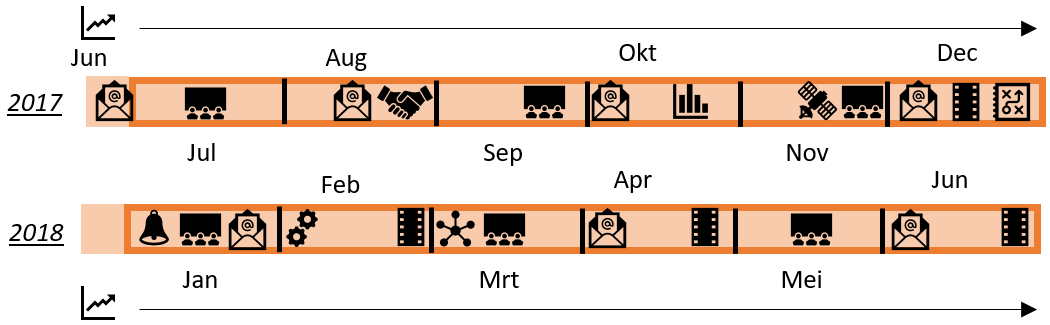
1. Maak van klanten Cartracker-experts: Cartracker biedt momenteel ontzettend veel goede functies en mogelijkheden. Doorontwikkelen van nieuwe features is uiteraard altijd goed, maar de belangrijkste uitdaging op dit moment is om bestaande en potentiële klanten wegwijs te maken met het systeem. Zo kunnen zij meer voordelen gaan benutten en meer waarde uit Cartracker halen. Hierbij is de aanbeveling om meer trainingen te gaan geven, digitale rondleidingen te creëren en gebruiksfilmpjes te maken die het systeem verduidelijken. Ook de ontwikkeling van het gebruiksvriendelijke systeem ‘Cartracker Live’ is invloedrijk. Een bijkomend voordeel van bewustere klanten, is dat de supportafdeling minder belast zal worden met bijvoorbeeld kleine administratieve wijzigingen, zoals nu wel het geval is.
2. Zet in op online marketing: Internet komt naar voren als hét medium om wagenparkbeheerders te bereiken. Wanneer beheerders in zoekmachines naar een rittenregistratiesysteem zoeken, is het – mede door het grote aantal aanbieders – van cruciaal belang om met relevante items bij de bovenste zoekresultaten te verschijnen. Actief aanwezig zijn op de juiste sociale mediakanalen kan daarbij helpen. Met het oog op de beheerders van grotere wagenparken, is het aanmaken van een Cartracker-pagina op LinkedIn een aanbeveling op het gebied van sociale media. Bovendien kan het voordelig zijn om websitebezoekers via klantcases en referenties te sturen naar bepaalde landingspagina’s, ten einde op de verschillende behoeften van de deelsegmenten in te kunnen spelen. Ook het per e-mail verspreiden van relevante content en product-/markt gerelateerde ontwikkelingen kan voor extra klantwaarde zorgen. Mede gezien het feit dat er momenteel te weinig manuren in het team van Cartracker overblijven om deze taken te vervullen, is het advies om hier een parttime medewerker voor aan te nemen.
3. Inventariseer mogelijkheden voor samenwerking met leasemaatschappijen/externe wagenparkbeheerders: Beheerders van grotere wagenparken geven aan voor advies naar leasemaatschappijen of externe wagenparkbeheerders te gaan. Doordat deze partijen een belangrijke rol hebben bij beslissingen, zouden samenwerkingscontracten (zoals bijvoorbeeld een reseller overeenkomst) deuren kunnen openen naar grotere wagenparken voor DMS.
4. Cartracker koppelen aan andere bedrijfssystemen: In zowel de deskresearch als de fieldresearch kwam naar voren dat het alsmaar belangrijker wordt om data te gebruiken voor het efficiënter beheren van wagenparken. Doordat er steeds meer data wordt gegenereerd, is het essentieel om overzicht te hebben in deze gegevens. Koppelingen aan andere klantsystemen kan met name de beheerders van grotere wagenparken daarbij helpen. Deze behoefte komt zowel voor bij het LRG-segment als bij het MKB-segment.
5. Proactiviteit en toegankelijkheid van het systeem bevorderen: Wagenparkbeheerders zouden geholpen zijn met automatische pushnotificaties per e-mail bij persoonlijk instelbare gebeurtenissen. Doordat de gewenste meldingen per beheerder uiteenlopen, staat de gebruiksvriendelijkheid bij het instellen van de notificaties voorop. Ook de toegankelijkheid bij het eenvoudig samenstellen van persoonlijke rapportages zal moeten bevorderen in Cartracker Live.
6. Rapportagemogelijkheid voor CO2-uitstoot en brandstof ontwikkelen: Met name grotere LRG-organisaties houden zich nu al bezig met verduurzaming, terwijl grotere MKB’ers onder druk worden gezet door partners en afnemers. Door CO2-uitstoot zichtbaar te maken via rapportages, kunnen organisaties zowel intern bewustwording creëren als extern met cijfers de verbeterde CO2-footprint aantonen. Op eenzelfde manier kunnen ook de besparingen op brandstof duidelijk worden weergeven. Duidelijke voorbeeldrapportages van Cartracker met daarin overzichtelijke grafieken kunnen beheerders van grotere wagenparken bovendien overtuigen of helpen bij het overtuigen van het management. Bovendien wordt er met deze aanbeveling ingespeeld op een duurzame mobiele samenleving, wat onderdeel is van de visie van DMS.
7. Cartracker koppelen aan OBD-poort: Het kwam al diverse keren naar voren: data wordt steeds belangrijker. Het wordt DMS geadviseerd om op deze trend in te spelen. Eerder is uit onderzoek gebleken dat het mogelijk is om Cartracker aan de OBD-stekker te koppelen, waardoor extra data omtrent voertuiggegevens en rijgedrag verkregen kan worden (Eigenbrood, 2016). Er is bij de doelgroep behoefte aan de voertuiggegevens die bij deze koppeling naar boven komen. Het verbeteren van het rijgedrag is tevens een van de aspecten die de basis vormt van de visie van DMS.

# Implementatie

In het implementatieplan komt naar voren wat er zal moeten gebeuren om de aanbevelingen door te voeren, wie deze activiteiten uit gaat voeren en wanneer dat gedaan dient te worden. Verder wordt er een indicatie in de kosten, baten, risico’s en mogelijke weerstanden gegeven, allen gebaseerd op assumpties. Als laatste wordt er aandacht besteed aan de waarborging van de implementatie.

Allereerst worden er een aantal zaken vooropgesteld die betrekking hebben op alle aanbevelingen. Zo worden kosten en baten berekend op basis van een schatting van het aantal benodigde manuren. Dit aantal is voor ontwikkelingen op het gebied van de software geschat door de Product Owner (Hanegem, 2017). Het aantal manuren bij een bepaalde taak wordt vermenigvuldigd met een gemiddelde kostprijs van een Cartracker-medewerker per uur. Dit is indicatief € 30,80 per uur voor iemand uit het Cartracker team in Nederland en € 14,40 per manuur voor een Indiër van Decos India, zoals berekend is bij de financiële tak van Decos Beheer (Grinsven, 2017). De ontwikkelingen op softwaregebied zijn niet direct door te vertalen naar financiële baten, maar voorzien de klanten vooral van extra waarde.

Alle aanbevelingen staan samengevat in de onderstaande tijdlijn en de bijbehorende tabel. De onderbouwingen per aanbeveling worden weergeven op de volgende pagina’s.





*Figuur 11 – Actiepunten implementatieplan*

Voor alle actiepunten geldt dat de manager erop toeziet dat Objective Key Results (‘OKR’), doelen die per kwartaal vanuit het hogere management worden gesteld, stapsgewijs via sprints (korte cycli) behaald worden. Voor alle trajecten geldt dat er via Scrum wordt gewerkt. Scrum is een bepaalde filosofie, uit het Agile (behendig/lenig) werken, die vaker wordt ingezet om in teamverband op een effectieve en flexibele manier software te ontwikkelen (ManagementSite, z.d.). Bij de wekelijkse teammeeting worden de sprints besproken voor het gehele team. De actiepunten dienen per sprint (dus iedere week) te zijn afgerond, waarna er nieuwe acties worden gepland. Alle acties staan hieronder per aanbeveling onderbouwd weergeven.

1. Maak van klanten Cartracker-experts

In de aanbevelingen zijn al drie manieren genoemd om klanten te leren meer waarde uit Cartracker te halen, namelijk het geven van trainingen, het ontwikkelen van digitale rondleidingen door de software heen en het maken van gebruiksfilmpjes. Er is momenteel al één training gegeven aan een aantal klanten op het kantoor van Decos in Noordwijk. Tijdens deze trainingsdag gaf supportmedewerker H. Dijkdrent een interactieve presentatie met tussendoor verschillende oefeningen en activiteiten, om de klanten zo wegwijs in het systeem te laten worden. De klanten betaalden voor de training € 350,-. Zoals nu bekend is bij de accountmanager, is er op dit moment nog animo voor een training bij ongeveer vijf tot tien klanten. De eerste uitdaging is om meer klanten aan zetten tot het volgen van een training. Om dit te bewerkstelligen zouden er kortingen kunnen worden verstrekt aan de (potentiële) klanten. Voorbeelden zijn een introductiekorting van 50-70% voor nieuwe klanten of een kortingsactie van 30-50% die naar alle klanten gecommuniceerd wordt via de accountmanager. Bovendien kan er een nieuwsbrief gestuurd worden naar alle bestaande klanten, met daarin een kortingsactie van 20%. Dat kan via Mailchimp (z.d.), een tool om nieuwsbrieven mee te verzenden. DMS heeft momenteel al een account op Mailchimp en de klanten opgenomen in het systeem.

Verder zullen er data geprikt moeten worden. Idealiter zou er elke maand een training worden gegeven. Mits de vraag erg snel toeneemt, is het realistischer om te beginnen met het plannen van een training iedere twee maanden. Een training kan gepland worden via de online tool ‘Typeform’ (Typeform, z.d.), zoals in het voorbeeld in bijlage 16.

Een virtuele tour is een tweede manier om wagenparkbeheerders digitaal in het systeem rond te leiden. Door verschillende vensters in het computerscherm te laten opspringen, kan er uitleg gegeven worden over bepaalde functionaliteiten van het systeem. Een voorbeeld wordt geschetst in bijlage 17. Het laatstgenoemde punt is het maken van gebruiksvideo’s. In dit soort video’s kunnen bepaalde zaken worden uitgelegd, bijvoorbeeld hoe er een nieuwe auto/gebruiker toe kan worden gevoegd in Cartracker Live. Een voorbeeld hiervan is te vinden in bijlage 18. Deze video’s staan tweemaandelijks op de tijdlijn vermeld en kunnen worden gemaakt met het programma Snagit (TechSmith, z.d.), waar DMS reeds licenties van bezit.

De training zal volledig verzorgd worden door supportmedewerker H. Dijkdrent. De accountmanager R. Tosseram zal tijdens de geplande klantbezoeken moeten proberen om klanten voor de training te werven. Het verzenden van nieuwsbrieven komt verder naar voren onder de implementatie van aanbeveling 2, net als het maken van gebruiksvideo’s.

Het prikken van een datum kan via de accountmanager gebeuren of via de eventuele parttime marketingmedewerker. De virtuele tour is een wat technischer verhaal, dat opgepakt moet worden door Product Owner A. van Hanegem met het ontwikkelteam in India.

Het is goed om de tweede training zo snel mogelijk te plannen. In juli of augustus zou de eerste van een reeks trainingen gegeven kunnen worden. Daarvoor is het belangrijk dat er een trainingsnieuwsbrief wordt opgesteld en uitgezet voor het einde van de maand juni 2017. Zowel de virtuele tour als de gebruiksvideo’s kunnen het beste pas na de release van de volledige versie van Cartracker Live worden gemaakt.

Een groot voordeel bij de training is dat al het trainingsmateriaal (waaronder de presentatie en oefeningen) al beschikbaar zijn. Het geven van een training kost ongeveer acht manuren. Voor het plannen van de training zal ook een manuur nodig zijn. De kosten voor de lunch voor trainingsdeelnemers bedragen ongeveer € 40,-. Het ontwikkelen van de virtuele tour vergt wat meer tijd. Alle taken bij elkaar (wireframes, design, review, cycle 2, implementatie, testen, acceptatie en release) kost volgens de Product Owner naar schatting drie weken (Hanegem, 2017). Naar schatting zal ongeveer ¾ van de 120 manuren worden ingevuld door het team uit India. Een schatting van de kosten:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Training | 9 \* € 30,80 = € 217,20 | € 40,- | **€ 317,20** |
| Virtuele tour | 30 \* € 30,80 = € 924,-  90 \* € 14,40 = € 1.296,- | - | **€ 2.220**,- |

*Figuur 12 – Schatting kosten aanbeveling 1*

Bij de vorige training waren vijf wagenparkbeheerders aanwezig. Ervan uitgaande dat dit de volgende keer weer het geval is, waarbij de assumptie is dat er eenmaal 70% en tweemaal 50% korting wordt gegeven, worden de financiële baten geschat op:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Opbrengsten | Overige opbrengsten | **Totale opbrengsten** |
| Training | 2 \* € 150,- = € 300,-  2 \* 0,5 \* € 150,- = € 150,-  1 \* 0,3 \* € 150,- = € 45,- | - | **€ 495**,- |

*Figuur 13 – Schatting baten aanbeveling 1*

De grootste winst van zowel de training als de virtuele tour is echter lastig om in financiële cijfers uit te drukken. Dit is voornamelijk de extra klantwaarde die gecreëerd wordt. Bovendien zal er waarschijnlijk minder customer support nodig zijn als klanten het systeem beter snappen.

Een voorbeeld van een risico is dat er niet genoeg trainingsdeelnemers gevonden kunnen worden. Daarom is de marketing van de eerstvolgende aanbeveling een erg belangrijke aansluiting. De virtuele tour levert geen directe inkomsten op. Aangezien een bedrijf dat software ontwikkelt eraan gewend is dat investeringen niet direct geld op hoeven te leveren, zal dit niet snel een weerstandspunt zijn. Een weerstand zou mogelijk wel kunnen zijn dat alle drie de projecten bij elkaar (inclusief de gebruiksvideo’s die worden behandeld in aanbeveling 2) te veel geld kosten. Toch is de assumptie dat deze aanbeveling ervoor zorgt dat klanten Cartracker eerder zullen promoten, wat op termijn erg waardevol is.

1. Zet in op online marketing

Uit de fieldresearch kwam naar voren hoe belangrijk het is om online actief te zijn. Er wordt daarom al geïnvesteerd in Google AdWords (betaald adverteren via Google). Toch komt Cartracker niet naar voren bij de zoekresultaten op het moment dat er op ‘rittenregistratie’ gezocht wordt via Google (zie bijlage 19). Dit terwijl er wel op dat zoekwoord is ingekocht. De reden volgens Google AdWords (2017) is dat de kwaliteitsscore te laag is, wat onder andere betekent dat de website in de ogen van Google niet genoeg relevantie vertoont (Frankwatching, 2014). Een gevolg is dat het huidige budget voor AdWords (van € 800,- p.m.) momenteel niet volledig wordt benut.

Om nieuwe klanten te werven is het dus belangrijk om relevante content te gaan creëren en vertonen. Zo hebben concurrenten die allemaal wel een goede positie in Google hebben, zoals Routevision (z.d.) en RitAssist (z.d.), een kennisbank. Daarin staat relevante content over zaken rondom rittenregistratie om de website wat meer body te geven. Het advies aan DMS is om hetzelfde voor cartracker.nl te doen, door losse webpagina’s aan te maken die vast op de website komen te staan. Ook een gebruiksvideo uit de eerste aanbeveling zal de website relevanter maken.

Gericht op de beheerders van grotere wagenparken is het daarnaast goed om content te creëren en te verspreiden via sociale mediakanalen LinkedIn, Facebook en Twitter. Hiervoor moet er nog wel een LinkedIn-pagina aangemaakt worden voor Cartracker. Tegenovergesteld aan de content voor de kennisbank, moeten deze artikelen (in de vorm van blogposts) wat luchtiger worden geschreven, gericht op de losse deelsegmenten. Bij het schrijven van alle content moet er rekening gehouden worden dat juiste zoekwoorden gebruikt worden. De top 20 relevante zoektermen voor Cartracker staat weergeven in bijlage 20 (Opjacht, 2016). Gerelateerde zoekwoorden die het op het moment van de contentcreatie goed scoren kunnen worden gevonden via Google Trends (2017).

De nieuwsbrief is in de vorige aanbeveling al naar voren gekomen, als middel om bestaande klanten te werven voor een training. Mede gezien de positieve perceptie van de wagenparkbeheerders tegenover nieuwsbrieven per mail, is het goed om tweemaandelijks een nieuwsbrief te gaan verzenden via Mailchimp, naar zowel klanten als niet-klanten. Deze nieuwsbrieven kunnen informatie bevatten over nieuwe features van Cartracker (alleen klanten), ontwikkelingen op het gebied van het wagenpark, blogartikelen en wervingsacties. Er is al een database met e-mailadressen in Mailchimp beschikbaar. Om extra e-mailadressen te werven kan er eenvoudig een vakje op de website worden gezet, waar bezoekers hun mailadres achter kunnen laten.

Om in te spelen op de behoeften van de verschillende doelsegmenten, kunnen websitebezoekers via klantcases en referenties gestuurd worden naar bepaalde landingspages. Op deze pagina’s kunnen vervolgens de belangrijkste behoeften worden benadrukt.

Voor de implementatie van de bovenstaande acties is een contentkalender samengesteld. Deze is te vinden in bijlage 21. Naast de contentkalender zijn de taken die frequenter moeten plaatsvinden opgenomen in de tabel hieronder.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Wat? | Wanneer? | Wie? | Manuren |
| AdWords | Iedere week | Marketing | 2 x 2 u p.w. |
| Nieuwsbrief | Iedere twee maanden | Marketing | Gem. 6 u/nieuwsbrief |
| Opvolgen leads (demo/contact) | 2/3 dagen p.w. | Marketing | Gem. 2 u p.w. |
| Content: Kennisbank (pages) en artikelen (blogs) | Pages: 1/2x p.w.  Blogs: 3/4 x p.m. | Marketing | Gem. 8- u/page  Gem. 6-8 u/blog |
| Social media | Iedere week | Marketing | Gem. 2 u p.w. |
| Gebruiksvideo Cartracker Live | Januari 2018 | Marketing | Gem. 20 u/video |

*Figuur 14 - Takenlijst*

De bovenstaande taken kunnen worden uitgevoerd door een nieuwe parttime medewerker die op het gebied van marketing aan de slag gaat. Na drie maanden moeten de contentpagina’s af zijn, waardoor de situatie weer verandert. Uitgaande van twee contentpagina’s of blogs per week (totdat de kennisbank af is eind augustus 2017) wordt het aantal manuren voor de komende drie maanden geschat op 4 + (6/8) + 2 + (8+7) + 2 = 23,75 manuren.

Dit is nog zonder de gebruiksvideo(‘s), die pas voor later gepland staan aangezien het project rondom Cartracker Live daarvoor klaar moet zijn. Het maken van gebruiksvideo’s van Cartracker Live is een taak voor de nieuwe marketingmedewerker. Een eis zou dus moeten zijn dat hij/zij daartoe in staat is).

Een schatting van kosten per maand over de eerste drie maanden (twaalf weken), inclusief het advertentiebudget van € 800,- voor Google AdWords:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten  (\* weken) | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Online marketing | 23,75 \* € 30,80 \* 4 = € 2.926,- | € 800,- | **€ 3.726**,- |
| Gebruiksvideo | 20 \* € 30,80 = € 616,- | - | **€ 616**,- |

*Figuur 15 – Schatting kosten aanbeveling 2*

De baten bij dit onderdeel zijn eveneens erg lastig te onderbouwen. Er kan een assumptie worden gedaan dat er met de bovenstaande aanbevelingen minimaal 25 leads per maand gehaald kunnen gaan worden. Het aantal orders en het aantal Cartrackers maken een berekening zeer ingewikkeld. De onderstaande schattingen zijn gebaseerd op assumpties.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Aantal orders \* aantal Cartrackers | \* Gemiddelde abonnementsopbrengsten | **Totale opbrengsten** |
| Online marketing  Scenario 1  Scenario 2  Scenario 3 | 1 \* 5 = 5  3 \* 12 = 36  7 \* 18 = 126 | \* € 8,-  \* € 10,-  \* € 12,- | **€ 40,-**  **€ 360,-**  **€ 1.512,-** |

*Figuur 16 – Schatting baten aanbeveling 2*

Door actief met online marketing bezig te zijn, is de verwachting dat de baten op termijn zullen stijgen. Een mogelijk risico is dat de investeringen op termijn niet worden terugverdiend. Dit risico zou een weerstandspunt kunnen zijn van het management. Daardoor is het extra belangrijk te meten wat de online marketing oplevert. Als meetsysteem kunnen de volgende KPI’s (key performance indicators) worden vastgesteld:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Metrics/KPI’s | Lead\* generatie | Zelf- oplossen | Sales | Trigger |
| Demo starten | X |  |  | <https://demo.cartracker.nl/#/LiveMap/Map> |
| Aanmelden Nieuwsbrief | X |  |  | TBA |
| Contactformulier | X |  | X | <http://cartracker.nl/bedankt-voor-uw-bericht/> |
| Bellen |  |  | X | Tel: 0883326701 |
| E-mail sturen |  |  | X | [roy@cartracker.nl](mailto:roy@cartracker.nl) |
| FAQ\*\* |  | X |  | TBA (zie contentkalender) |
| Downloads:  \*Tips MKB  \*Excel sheet ritregistratie | X |  |  | TBA (zie contentkalender) |

*Figuur 17 – KPI’s online conversies*

Door de bovenstaande conversies van de website maandelijks te meten via Google Analytics (2017), kunnen de resultaten goed worden gemonitord. Net als bij de andere aanbevelingen, zal er Agile gewerkt moeten worden.

1. Inventariseer mogelijkheden voor samenwerking met leasemaatschappijen/externe wagenparkbeheerders

Met oud-stagebegeleider van opdrachtnemer R. van Wetten, P. Wuite van SlimRijden (mobiliteitsadviesbureau), is in mei 2017 een eerste reseller overeenkomst afgesloten. Deze overeenkomst is in die maand opgesteld door de manager van Cartracker (M. Hop). De eerste pagina is te vinden in bijlage 22. SlimRijden is een mobiliteitsadviesbureau bij wat kleinere MKB-bedrijven. Voordat er samenwerkingscontracten met leasemaatschappijen en externe wagenparkbeheerders afgesloten kunnen worden om grotere wagenparken te kunnen bereiken, moet er als eerste meer onderzoek verricht worden. Aurix is als bedrijf een externe wagenparkbeheerder die het wagenpark van Decos Technology Group beheert. Zij kunnen eens worden uitgenodigd voor een gesprek, om te kijken wat dit zou kunnen opleveren. Aurix heeft weer contact met veel verschillende leasemaatschappijen, waardoor via deze partij contact kan worden gelegd met leasemaatschappijen die een potentiële kans tot samenwerking bieden. Na een initieel gesprek met Aurix is het eventueel ook goed om verder te kijken naar andere externe wagenparkbeheerders, zoals Fleet Resource en Automotive Advisory. Een kanttekening is dat grotere leasemaatschappijen als Leaseplan momenteel al contracten hebben (met bijvoorbeeld TomTom Fleetlogic).

Accountmanager R. Tosseram kan Aurix benaderen ter inventarisatie en daarbij een afspraak proberen te plannen. Bij mogelijke vervolggesprekken is het handig om manager M. Hop te betrekken. Zij is tot september 2017 met verlof, waardoor het goed is het eerste gesprek pas in augustus te plannen. Het eerste gesprek zal inclusief het inplannen ervan ongeveer 2 manuren in beslag nemen.

Aan de inventarisatie zijn nog nauwelijks kosten verbonden. Tegelijkertijd levert het nog niets direct op.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Inventarisatie samenwerkingsmogelijkheden | 2 \* € 30,80 = € 61,60 | - | **€ 61,60** |

*Figuur 18 – Schatting kosten aanbeveling 3*

De potentie is echter dat er beheerders van grotere wagenparken als leads binnengebracht kunnen worden. Vooraf zouden er dan uiteraard afspraken gemaakt moeten zijn met de leasemaatschappijen/externe wagenparkbeheerders. Na diverse onderhandelingen met SlimRijden, zijn de marges uit bijlage 23 vastgesteld. Die gegevens kunnen als uitgangspunt worden gebruikt als de inventarisatie in een verder stadium komt. Om risico’s op het gebied van wetgeving nihil te maken, is het belangrijk dat contracten goed worden opgesteld. Een mogelijke weerstand vanuit het team zou kunnen zijn dat deze aanbeveling als zinloos wordt gezien, doordat de kans klein is dat er samengewerkt zal gaan worden met grote partijen. Alhoewel DMS inderdaad nog een lange weg te gaan heeft voordat er daadwerkelijk conversies behaald kunnen worden, komt de potentie toch duidelijk uit de onderzoeksresultaten naar voren.

1. Cartracker koppelen aan andere bedrijfssystemen

Zoals al eerder vermeld werd en naar voren kwam in het concurrentieoverzicht uit bijlage 14, zijn er twee zaken van belang bij een dergelijke koppeling. De API is voor de Cartracker-software al geschreven. Er moet nog wel als het ware een brug gebouwd worden van het ene systeem naar het andere systeem.

Als er een systeembeheerder of een ontwikkelaar werkzaam is bij de organisatie die een koppeling wil en als diegene ertoe in staat is beide systemen te koppelen, is hij/zij vrij om dat te bewerkstelligen. Dit is echter nog niet voorgekomen. Op het moment dat er een expert op dit gebied ontbreekt bij de betreffende organisatie, dan zal DMS de koppeling moeten realiseren. Deze dienst kan in dat geval gewoon doorberekend worden aan de klant.

De duur van het creëren van een dergelijke koppeling is erg afhankelijk van het type systeem (Microsoft Navision/SAP B1/Exact Synergy), de eisen van de organisatie en de complexiteit van de opdracht. Het aantal manuren wordt door de Product Owner geschat op 200 manuren, waarbij de hulp vanuit Decos India is inbegrepen (Hanegem, 2017).

Het is belangrijk dat de (potentiële) klanten op de hoogte zijn van de mogelijkheid. Uiteraard kan accountmanager R. Tosseram deze mogelijkheid benadrukken bij zijn bestaande afspraken. Daarnaast is het goed om een nieuwsbrief te versturen waarin de geplande tot koppelen wordt uitgelegd. Belangrijk is daarbij wel dat er een moment wordt uitgekozen dat Product Owner A. Van Hanegem hier tijd voor heeft. Het risico dat er drie verschillende opdrachten van verschillende systemen binnenkomen terwijl daar geen tijd voor is, wordt op deze manier vermeden. De nieuwsbrief zou daarom in februari 2018 verstuurd kunnen worden, door de nieuwe marketingmedewerker of eventueel door F. Van Gameren (marketing Decos Beheer). De daadwerkelijke actie ‘koppelen bedrijfssystemen’ kan pas plaatsvinden als hier een concrete opdracht voor wordt gegeven. Op de tijdlijn wordt de actie ook in februari 2018 geplaatst, maar mocht er via de accountmanager eerder een opdracht binnenkomen, dan zou deze flexibel ingepland moeten worden.

Schatting van de kosten bij een verdeling van 50 manuren voor de Product Owner en 150 manuren voor Decos India:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Systeemkoppeling | 50 \* € 30,80 = € 924,-  150 \* € 14,40 = € 1.296,- | - | **€ 2.464**,- |

*Figuur 19 – Schatting kosten aanbeveling 4*

Naast dat een dergelijke koppeling klantwaarde creëert, kan er marge worden gevraagd bovenop de manuren. Met bijvoorbeeld een marge van 50% komen de inkomsten uit op:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Opbrengsten | Overige opbrengsten | **Totale opbrengsten** |
| Systeemkoppeling | € 2.464,- \* 1,5 = € 3.696,- | - | **€ 3.696,-** |

*Figuur 20 – Schatting baten aanbeveling 4*

Een van de risico’s is dat er drie verschillende opdrachten van verschillende systemen binnenkomen, terwijl daar geen tijd voor is. In dat geval zullen de opdrachten doorgeschoven moeten worden. In een pessimistisch scenario zou een opdracht zelfs geannuleerd moeten worden. Een ander risico is dat het project meer tijd kost dan dat er wordt doorberekend aan de klant. Een ruime schatting van het aantal manuren is essentieel, waarnaast een hoge marge aan te raden is. Een gebrek aan tijd zou verder een weerstand kunnen zijn. Daarbij zullen de lopende taken tegen elkaar afgewogen moeten worden, waarna een keuze kan worden gemaakt aan de hand van de prioriteiten van DMS.

1. Rapportagemogelijkheid voor CO2-uitstoot en brandstof ontwikkelen

Momenteel is het in het oudere CRM-systeem van Cartracker mogelijk om een aangepaste rapportage te maken, maar dit is volgens een aantal respondenten totaal niet gebruiksvriendelijk. Sommige respondenten weten zelfs niet eens dat dit kan. De eenvoud bij het samenstellen van rapportages staat dus voorop. In bijlage 23 staat de samenvatting weergeven uit een samengesteld rapport, zoals deze uit het CRM-systeem gehaald kan worden. Hieruit valt al het brandstofverbruik op te maken. Alhoewel dit niet zo precies is als met de gegevens uit de OBD-poort, is het dus wel al mogelijk hier wat over te zeggen.

Verder staat Cartracker momenteel al gekoppeld aan een systeem van het RDW, waardoor algemene gegevens over CO2-uitstoot van de verschillende typen voertuigen bekend zijn. In bijlage 24 wordt er een voorbeeld van deze gegevens getoond. De eerste (eenvoudige) mogelijkheid is om deze gegevens direct aan het aantal kilometers te koppelen in de rapportages, waardoor er een indicatie van de CO2-uitstoot kan worden gegeven. De tweede (ingewikkelde) mogelijkheid is om een formule samen te stellen, die het rijgedrag koppelt aan de CO2-uitstoot van het betreffende voertuig. Op deze manier wordt er een gerichter getal gegeven over de daadwerkelijke uitstoot van een berijder, voertuig of wagenpark. De tweede mogelijkheid kan echter pas worden toegepast op het moment dat er een OBD-koppeling uit aanbeveling 3 is ontwikkeld. Bovendien is er voor een goede formule aanvullend onderzoek nodig. Om deze redenen is het verstandig in eerste instantie voor de eerste mogelijkheid te kiezen, waardoor er een iets minder nauwkeurig, maar nog steeds veelbetekenend getal naar voren komt.

Deze getallen in een rapportage zetten is nuttig, maar het is nog zinvoller om de cijfers grafisch weer te geven. Twee voorbeelden van overzichtelijke grafieken worden weergeven in bijlage 25. Als dergelijke grafieken uitgedraaid kunnen worden in Cartracker Live, is het niet veel werk om precies hetzelfde voor brandstofverbruik te ontwikkelen. Door dit soort voorbeelden te tonen op de website kunnen beheerders van grotere wagenparken bovendien overtuigd worden of hen juist helpen bij het overtuigen van het management.

Zowel het verwerken van de CO2-gegevens in de rapportages als het ontwikkelen van de mogelijkheid om grafieken in de rapporten op te nemen zijn taken die uitgevoerd moeten worden door de Product Owner, samen met het team in India. Hier kan begin 2018 aan begonnen worden. Het aantal manuren wordt geschat op 80 (Hanegem, 2017).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Rapportagemogelijkheden CO2 & brandstof | 20 \* € 30,80 = € 616,-  60 \* € 14,40 = € 864,- | - | **€ 1.480**,- |

*Figuur 21 – Schatting kosten aanbeveling 6*

De opbrengsten zijn net als bij vele andere softwareontwikkelingen niet direct in geld uit te drukken. Uit het onderzoek is echter gebleken dat deze aanbeveling extra waarde zal creëren voor de klanten. Bovendien moet het feit dat de rapportages voor extra overtuigingskracht kunnen zorgen als een winst gezien worden. Een mogelijke weerstand is dat wagenparkbeheerders de cijfers onnauwkeurig vinden. Door in de toekomst het rijgedrag te koppelen aan de gegevens (zoals alvorens geschetst bij de tweede mogelijkheid) kan dat worden opgelost.

1. Proactiviteit en toegankelijkheid van het systeem bevorderen

Wagenparkbeheerders moeten de mogelijkheid krijgen om eenvoudig proactieve pushnotificaties in te stellen, bijvoorbeeld van een melding dat een collega drie keer in een week te vroeg naar huis gaat. Het is uitermate belangrijk dat de instellingen omtrent deze functie eenvoudig zijn aan te passen. Als voorbeeld daarvoor kan er gekeken worden naar de overzichtelijkheid van de selectiecriteria bij het uitzoeken van schoenen op een webshop, zoals weergeven in bijlage 26. Daaronder in figuur 69 uit bijlage 26 wordt ter indicatie een mogelijke opzet weergeven van de mogelijkheden bij het instellen van pushnotificaties.

Om dit te implementeren zal er goed moeten worden nagedacht hoe en waar de instellingen kunnen worden aangepast. Dit moeten H. Dijkdrent (support) en A. van Hanegem (Product Owner) samen uitdenken. Hiermee kan in oktober 2017 gestart worden. Vervolgens dient de Product Owner dit gezamenlijk met het team in India te ontwikkelen. Dit zal echter pas kunnen gebeuren nadat de geplande ontwikkelingen voor Cartracker Live volledig klaar zijn. De Product Owner A. schat het aantal manuren in zijn totaliteit op 1000, inclusief de manuren van drie Indiërs (Hanegem, 2017).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Flexibele pushnotificaties instelbaar maken | 250 \* € 30,80 = € 7.700,-  750 \* € 14,40 = € 10.800,- | - | **€ 18.500**,- |

*Figuur 22 – Schatting kosten aanbeveling 5*

Deze taak blijkt nogal complex te zijn waardoor het veel manuren kost om deze aanbeveling te realiseren. Een mogelijk risico is dat de wagenparkbeheerders de instelbare pushmeldingen uiteindelijk toch te ingewikkeld vinden. De gebruiksvriendelijkheid is dus essentieel als het over deze aanbeveling gaat. Het tonen van deze functionaliteit op de website zal een positieve invloed hebben op de perceptie van wagenparkbeheerders, maar vormt eveneens een risico. Concurrenten zouden de gebruiksvriendelijke lay-out bijvoorbeeld over kunnen nemen.

Een mogelijke weerstand vanuit het management zou kunnen zijn dat deze ontwikkeling te veel geld gaat kosten. Toch is dit een behoefte die bij enorm veel wagenparkbeheerders leeft. Bovendien kan er met deze innovatieve ontwikkeling een functie worden gecreëerd waar concurrenten nog niet over beschikken.

1. Cartracker koppelen aan OBD-poort

Om extra data te verkrijgen, dient er een koppeling gemaakt te worden van de Cartracker naar de OBD-poort (Eigenbrood, 2016). Vervolgens moeten de softwareontwikkelaars van DMS ervoor zorgen dat de gegevens overzichtelijk weergeven worden in het Cartracker-systeem, door de software als het ware te laten praten met de chip van de hardware. HEAD Electronics in Katwijk is de hardware leverancier van DMS. Zij nemen de hardware-ontwikkeling en de print voor de OBD-expansie voor hun rekening, wat € 8.000,- kost. Het duurt echter nog wel even voordat de hardware na de testfase beschikbaar is. Daarnaast wordt het aantal benodigde manuren geschat op 24 voor de Product Developer en 160 voor Decos India.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Taak | Manuren \* kosten | Overige kosten | **Totale kosten** |
| Hardware | - | € 8.000,- | **€ 8.000**,- |
| Software | 24 \* € 30,80 = € 739,20  160 \* € 14,40 = € 2.304,- | - | **€ 3.043,20** |

*Figuur 23 – Schatting kosten aanbeveling 7*

De data vanuit de Cartrackers biedt klantwaarde, doordat wagenparken met de gegevens vanuit de OBD-poort nog efficiënter beheerd kunnen worden. Een mogelijk weerstandspunt van de klanten is dat de privacy van de medewerkers nog meer in het geding komt. Er zal daardoor duidelijk gecommuniceerd moeten worden dat de privacy van de berijders uiterst goed wordt gewaarborgd.

# Literatuurlijst

Abrell, T. (2016). The Role of Users and Customers in Digital Innovation: Insights from B2B manufacturing firms. *Information and Management*, 324-335.

Allsetra. (z.d.). *Wagenparkbeheer*. Retrieved from allsetra.nl: http://allsetra.nl/wagenpark/

Alsem, K. (2013). *Strategische Marketingplanning.* Houten: Noordhoff Uitgevers B.V.

ANWB. (z.d.). *Veelgestelde vragen Veilig Rijden Autoverzekering*. Retrieved from anwb.nl: https://www.anwb.nl/verzekeringen/autoverzekering/veilig-rijden/veelgestelde-vragen

Belastingdienst, D. (2017, mei 8). Gegevens bijtelling. (R. v. Wetten, Interviewer)

Bouwer, E. (2016). *Wie kijkt mee met uw autoritje?* Retrieved from toii.nl: http://www.toii.nl/wie-kijkt-mee-met-uw-autoritje/

Bouwkroniek. (2017). *Meeste bouwbedrijven denken aan milieuvriendelijker wagenpark*. Retrieved from bouwkroniek: https://www.bouwkroniek.be/article/meeste-bouwbedrijven-denken-aan-milieuvriendelijker-wagenpark.14374

Canvass Company. (2017). *Saleskompas Decos Cartracker.* Hilversum: Canvass Company.

CBS. (2017). *Bedrijven; bedrijfstak*. Retrieved from cbs.nl: http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=81589ned&D1=a&D2=0,2-3,50,52,68,70,470,480,484,494,504,514,549,557,847,850,910,914,936,940,986,990,1043,1047,1057,1062,1133,1207,1209,1223,1225,1257,1259,1316,1318,1390,1392,1435,1437,1444,1446&D3=l&H

CBS. (2017, mei 8). Gegevens bijtelling. (R. v. Wetten, Interviewer)

Centraal Bureau voor de Statistiek & Planbureau voor de Leefomgeving. (2016). *PBL/CBS prognose: Groei steden zet door*. Retrieved from cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/37/pbl-cbs-prognose-groei-steden-zet-door

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016). *Bevolkingspiramide*. Retrieved from cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/bevolkingspiramide

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016). *Meten van SDGs: een eerste beeld voor Nederland.* Retrieved from cbs.nl: https://www.cbs.nl/-/media/\_pdf/2016/44/meten-van-sustainable-development-goals.pdf

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016). *Trends in Nederland 2016*. Retrieved from cbs.nl: https://www.cbs.nl/-/media/\_pdf/2016/26/2016-trends-in-nederland-2016.pdf

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017). *Motorvoertuigenpark; inwoners, type, regio, 1 januari*. Retrieved from cbs.nl: http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=7374hvv&D1=2-11&D2=0&D3=a&HDR=T&STB=G2%2cG1&VW=T

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017). *Samenstelling inkomen; particuliere huishoudens naar diverse kenmerken*. Retrieved from cbs.nl: http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70991NED&D1=0-1&D2=22&D3=0&D4=10-13&HD=170508-1120&HDR=G2,T&STB=G1,G3

Centraal Planbureau voor de Leefomgeving. (2015). *Nederland in 2030 en 2050: Twee referentiescenario's*. Retrieved from wlo2015.nl: http://www.wlo2015.nl/wp-content/uploads/PBL\_2015\_WLO\_Nederland-in-2030-en-2050\_1558.pdf

Coes, B. (2014). Critically Assessing the Strengths and Limitations of the Business Model Canvas. *University of Twente: Master thesis Business Administration*, 80-86.

Consumentenbond. (2016, oktober). *Korting voor je rijstijl*. Retrieved from consumentenbond.nl: https://www.consumentenbond.nl/autoverzekering/korting-voor-je-rijstijl

Ctrack. (z.d.). *Modules*. Retrieved from ctrack.nl: https://www.ctrack.nl/#

De Belastingdienst. (z.d.). *Rittenregistratie*. Retrieved from belastingdienst.nl: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/prive/auto\_en\_vervoer/u\_reist\_naar\_uw\_werk/auto\_van\_uw\_werkgever/geen\_bijtelling\_bij\_niet\_meer\_dan\_500\_kilometer\_privegebruik/rittenregistratie/rittenregistratie

De Vries, W., & Van Helsdingen, P. (2009). *Dienstenmarketingmanagment .* Groningen: Noordhoff, cop.

Decos Mobile Solutions. (2015). *Concurrentie.* Noordwijk: Decos Technology Group.

Decos Mobile Solutions BV. (2014). *Cartracker Trip Analyzer.* Noordwijk: Decos Technology Group.

Decos Mobile Solutions BV. (2016). *Business Model Cartracker.* Noordwijk: Decos Mobile Solutions BV.

Decos Technology Group. (z.d.). *Purpose Decos.* Noordwijk: Decos Technology Group.

Donelli, U. (2011). *The Business Model Explained to my grandmother.* Retrieved from Slideshare.net: http://www.slideshare.net/hugowiz/the-business-model-explained-to-my-grandmother?qid=614659a4-98e8-4c5b-8bed-a0324c6f949a&v=default&b=&from\_search=48

*DRIVE ULU*. (z.d.). Retrieved from driveulu.com: http://driveulu.com/oplossingen/

DriveGuide. (z.d.). *DriveGuide - De all-in-one gadget voor onderweg*. Retrieved from driveguide.nl: https://www.driveguide.nl/

Eigenbrood, R. (2016). *Cartracker met OBD ondersteuning.* Den Haag: De Haagse Hogeschool - ITD Technische Informatica.

Emerce. (2017, mei 9). *Informer en TrackJack lanceren koppeling voor rittenregistratie*. Retrieved from emerce.nl: https://www.emerce.nl/wire/informer-trackjack-lanceren-koppeling-rittenregistratie

Encyclo. (z.d.). *Fiscale bijtelling*. Retrieved from encyclo.nl: http://www.encyclo.nl/begrip/fiscale%20bijtelling

Encyclo. (z.d.). *Wagenparkbeheer*. Retrieved from encyclo.nl: http://www.encyclo.nl/begrip/Wagenparkbeheer

Ensie. (2016). *Logistiek - Logistieke begrippen omschreven*. Retrieved from ensie.nl: https://www.ensie.nl/logistiek/wagenpark

EuropeTrack. (z.d.). *rittenregistratie: voorkom bijtelling en houd controle*. Retrieved from europetrack.eu: https://www.europetrack.eu/

Fleetlogic. (z.d.). *Over ons*. Retrieved from fleetlogic.nl: http://fleetlogic.nl/nl/fleetlogic/

FNV. (z.d.). *GPS, C-track of Blackbox-systemen*. Retrieved from fnv.nl: https://www.fnv.nl/themas/or-en-pvt/privacy-op-je-werk/volgsystemen/

Frankwatching. (2014). *Google AdWords: 20 actiepunten om je kwaliteitsscores te verbeteren*. Retrieved from frankwatching.com: https://www.frankwatching.com/archive/2014/06/23/google-adwords-20-actiepunten-om-je-kwaliteitsscores-te-verbeteren/

Google. (2017, juni 5). *rittenregistratie*. Retrieved from google.nl: https://www.google.nl/search?q=rittenregistratie&oq=rittenregistratie&aqs=chrome..69i57j69i60j69i61l2j69i60j69i59.1208j0j1&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Google AdWords. (2017, juni 5). *Advertentiegroep: Rittenregistratie*. Retrieved from adwords.google.com: https://adwords.google.com/cm/CampaignMgmt?authuser=0&\_\_u=4691875634&\_\_c=7109059650#a.42577014202\_783813566.key\_pk&app=cm

Google Analytics. (2017). *All Web Site Data*. Retrieved from Google Analytics: https://analytics.google.com/analytics/web/#embed/report-home/a87335451w129825799p133688020/

Google Trends. (2017). *Google Trends - Vergelijken*. Retrieved from trends.google.com: https://trends.google.com/trends/explore?geo=NL&q=fleet%20management,wagenparkbeheer,ritregistratie,rittenregistratie,km%20registratie

GPS-Buddy. (z.d.). *Oplossingen*. Retrieved from gps-buddy.com: http://www.gps-buddy.com/nl/oplossingen/kilometerregistratie-en-ritregistratie

Grinsven, S. v. (2017). Cijfers stage Rick. Noordwijk, Zuid-Holland, Nederland.

Hanegem, A. v. (2017, juni 6). Bespreking van schatting manuren aanbevelingen. (R. v. Wetten, Interviewer)

ING. (z.d.). *Elektrisch rijden is de trend*. Retrieved from ing.nl: https://www.ing.nl/zakelijk/themas/duurzaam-ondernemen/elektrisch-rijden-is-de-trend/index.html

Innovam. (2014). *Trendonderzoek naar ontwikkelingen in de bedrijfswagenbranche tot 2025.* Retrieved from innovam.nl: https://www.innovam.nl/-/media/files/onderzoek/trendonderzoek-bedrijfswagenbranche-tot-2025.ashx

JOIN. (2017). *JOIN - Zaaksysteem & DMS*. Retrieved from join.decos.com: http://join.decos.com/join/zaaksysteem-dms/

JOIN. (2017). *Join Suite - Zaaksysteem & DMS*. Retrieved from join.decos.com: http://join.decos.com/join/zaaksysteem-dms/

Keurmerk RitRegistratieSystemen. (2017). *Keurmerksystemen*. Retrieved from keurmerkritregistratiesystemen.nl: https://www.keurmerkritregistratiesystemen.nl/keurmerksystemen

Kotler, P. (2008). *Principes van Marketing.* Amsterdam: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management, De Essentie.* Amsterdam: Pearson Education.

Kraaijenbrink. (2012). *THREE SHORTCOMINGS OF THE BUSINESS MODEL CANVAS*. Retrieved from Kraaijenbrink.com: http://kraaijenbrink.com/2012/07/shortcomings-of-the-business-model-canvas/

Mailchimp. (z.d.). *Send better email*. Retrieved from mailchimp.com: https://mailchimp.com/

ManagementSite. (z.d.). *Scrum - Agile*. Retrieved from managementsite.nl: https://www.managementsite.nl/kennisbank/scrum-agile

Marketingtermen. (z.d.). *API*. Retrieved from marketingtermen.nl: http://www.marketingtermen.nl/begrip/api

Ministerie van Economische Zaken. (2016, december). *Toekomstverkenning elektrisch vervoer*. Retrieved from rijksoverheid.nl: https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2016/12/06/eindrapport-toekomstverkenning-elektrisch-vervoer/eindrapport-toekomstverkenning-elektrisch-vervoer.pdf

Miranda, E. (2011). TIME BOXING PLANNING: BUFFERED MOSCOW RULES. *ACM SIGSOFT Software Engineering Notes, 36*(6), 1-5.

MKBServicedesk. (2017). *MKB in Beeld 2017.* Retrieved from mkbservicedesk.nl: http://www.mkbservicedesk.nl/documenten/DNG%20MKB%20in%20Beeld%202017%20v7%20PtK.pdf

Mobility Reporter. (2016). *Het persoonlijk mobiliteitsbudget voor dummies*. Retrieved from mobilityreporter.nl: http://mobilityreporter.nl/innovators/mobility-for-dummies-persoonlijk-mobiliteitsbudget/#.WT61i2jyhaQ

Mourtzis, D., Papathanasiou, P., & Fotia, S. (2016). Lean Rules Identification and Classification for Manufacturing Industry. *Procedia CIRP*, 198-203.

MyFMS. (z.d.). *Ritregistratie*. Retrieved from myfms.com: https://www.myfms.com/nl/overzicht/ritregistratie

Oates, B. J. (2005). *Researching Information Systems and Computing.* London: Sage Publications Ltd.

Oerle, P. v. (2016). *MIND: aanzienlijke kostenbesparing met slimmer wagenpark*. Retrieved from emerce.nl: https://www.emerce.nl/interviews/mind-aanzienlijke-kostenbesparing-slimmer-wagenpark

Opjacht. (2016). *Position Tracking: Overview (organic) - Cartracker.* Hilversum: Opjacht.

Osterwalder, A. (2012, August 29). *ACHIEVE PRODUCT-MARKET FIT WITH OUR BRAND-NEW VALUE PROPOSITION DESIGNER CANVAS*. Retrieved from http://businessmodelalchemist.com: http://businessmodelalchemist.com/blog/2012/08/achieve-product-market-fit-with-our-brand-new-value-proposition-designer.html

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. *Hoboken*, 1097-1100.

Overheid. (z.d.). *Wie vormen de overheid*. Retrieved from overheid.nl: https://www.overheid.nl/zo-werkt-de-overheid/wie-vormen-de-overheid/

Planbureau voor de Leefomgeving. (2013). *DEMOGRAFISCHE ONTWIKKELINGEN 2010-2040 - RUIMTELIJKE EFFECTEN EN REGIONALE DIVERSITEIT*. Retrieved from pbl.nl: http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/PBL\_2013\_Demografische%20ontwikkelingen-2010-2040\_1044.pdf

Planbureau voor de Leefomgeving. (z.d.). *Kwaliteit van leven in Nederland is hoog, maar beperkt houdbaar*. Retrieved from pbl.nl: http://www.pbl.nl/onderwerpen/duurzame-ontwikkeling

Planbureau voor de Leefomgeving, Centraal Planbureau. (2015). *Cahier Mobiliteit - Toekomstverkenning - Welvaart en Leefomgeving.* Den Haag: PBL & CPB. Retrieved from https://www.cpb.nl/persbericht/3216257/nederland-verandert-toekomstscenarios-voor-beleid: https://www.cpb.nl/sites/default/files/CPB-PBL-Boek-19-WLO-2015-Mobiliteit.pdf

PRV. (z.d.). *prv.nl*. Retrieved from RouteReg, rit registratie: http://prv.nl/routereg

Rabobank. (2017). *Handel in bedrijfsauto's*. Retrieved from Rabobank Cijfers & Trends: https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Handel\_in\_bedrijfsautos

Rabobank. (2017). *Rabobank Cijfers & Trends - Een visie op branches in het Nederlandse bedrijfsleven*. Retrieved from rabobankcijfersentrends.nl: https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=uitzendbureaus

Rania, F., & Benoit, A. (2017). The impact of initial learning experience on digital services usage diffusion: A field study of e-services in Lebanon. *International Journal of Information Management*, 284 - 296.

Rau, T., Penalosa, G., Stoffels, B., Aksular, K., Pieper, F., Bras, M., & Wilcke, R. (2017). Mobility Matters 2017. *Mobility Matters.* Rotterdam: Gemeente Rotterdam. Retrieved from http://mobilitymatters.city/

RDW. (2017). *RDW - Raadplegen voertuiginformatie*. Retrieved from ovi.rdw.nl: https://ovi.rdw.nl/

Research Centre for Education and the Labour Market | ROA. (2015). *De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep tot 2020*. (Maastricht University) Retrieved from cdho.nl: https://www.cdho.nl/assets/uploads/2016/08/ROA-tot-2020.pdf

Ricardo. (2013). *CO2-Footprint*. Retrieved from co2-prestatieladder.info: http://www.co2-prestatieladder.info/category/co2-footprint/

Rijksoverheid. (z.d.). *rijksoverheid.nl*. Retrieved from Wat is een digitale tachograaf en voor welke voertuigen is deze tachograaf verplicht?: https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/verkeersveiligheid/vraag-en-antwoord/wat-is-een-digitale-tachograaf-en-voor-welke-voertuigen-is-deze-tachograaf-verplicht

Rijn, M. v. (2017). *Plan van Aanpak.* Noordwijk: Decos Mobile Solutions.

RitAssist. (z.d.). *Kennisbank*. Retrieved from ritassist.nl: https://www.ritassist.nl/kennisbank/

Ritbewijs. (z.d.). *Ritbewijs - de kilometerregistratie app*. Retrieved from ritbewijs.nl: https://ritbewijs.nl/

Routevision. (z.d.). *Black box voor de auto*. Retrieved from routevision.nl: https://www.routevision.nl/techniek/black-box-auto

Scholl, N. (z.d.). *Kwalitatief Marktonderzoek - Het hoe en waarom.* Retrieved from www.sondz.nl: http://www.sondz.nl/downloads/kwalitatiefonderzoek.pdf

Stegeman, H., Bhageloe-Datadin, R., & Janssen, T. (2016). *Duurzame ontwikkeling in Nederland: niet slecht, maar nu nog doelen en data*. Retrieved from economie.rabobank.com: https://economie.rabobank.com/publicaties/2016/november/duurzame-ontwikkeling-in-nederland/

Strategyzer AG. (z.d.). *The Value Proposition Canvas.* Retrieved from https://strategyzer.com: https://strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas

TechSmith. (z.d.). *Simple, powerful screen capture and screen recorder software*. Retrieved from techsmith.com: https://www.techsmith.com/screen-capture.html

Toekomst Mobiliteit. (z.d.). *Hans Peter Benschop: Toekomst mobiliteit aan de hand van de DESTEP-analyse*. Retrieved from mobiliteit.mett.nl: https://mobiliteit.mett.nl/interviews/427039.aspx?t=hans+peter+benschop%3A+toekomst+mobiliteit+aan+de+hand+van+de+destep-analyse+

TrackJack. (z.d.). *TANKPAS KOPPELEN AAN DE KILOMETERREGISTRATIE*. Retrieved from trackjackeurope.com: http://www.trackjackeurope.com/tankpas/

Transscope. (z.d.). *Application Programming Interface (API)*. Retrieved from transscope.nl: https://www.transscope.nl/api/

Typeform. (z.d.). *Goodbye forms. Hello typeforms.* Retrieved from typerform.com: https://www.typeform.com/

Vermanen, J. (2016). *'Groei Nederlandse economie houdt aan in periode 2018-2021'*. Retrieved from nu.nl: http://www.nu.nl/economie/4238822/groei-nederlandse-economie-houdt-in-periode-2018-2021.html

We Are Bold. (2016). *Personas Cartracker.* Amsterdam: We Are Bold.

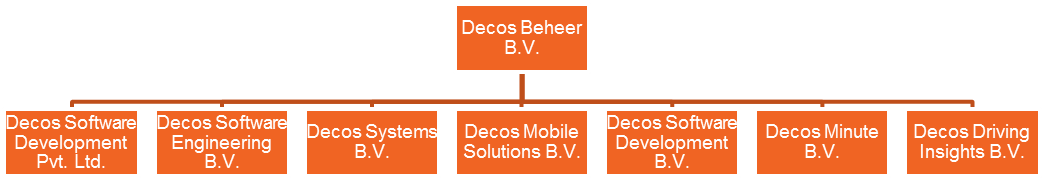
Wetten, R. v. (2017). *Vijf dingen die u moet weten over rittenregistratie*. Retrieved from Cartracker.nl: http://cartracker.nl/vijf-dingen-die-u-moet-weten-over-rittenregistratie/

Wright, R. (2003). *Business-to-Business Marketing: A Step-by-Step Guide.* Harlow: Pearson Education Limited.

Zalando. (z.d.). *Sneakers voor heren*. Retrieved from zalando.nl: https://www.zalando.nl/herenschoenen-sneakers/

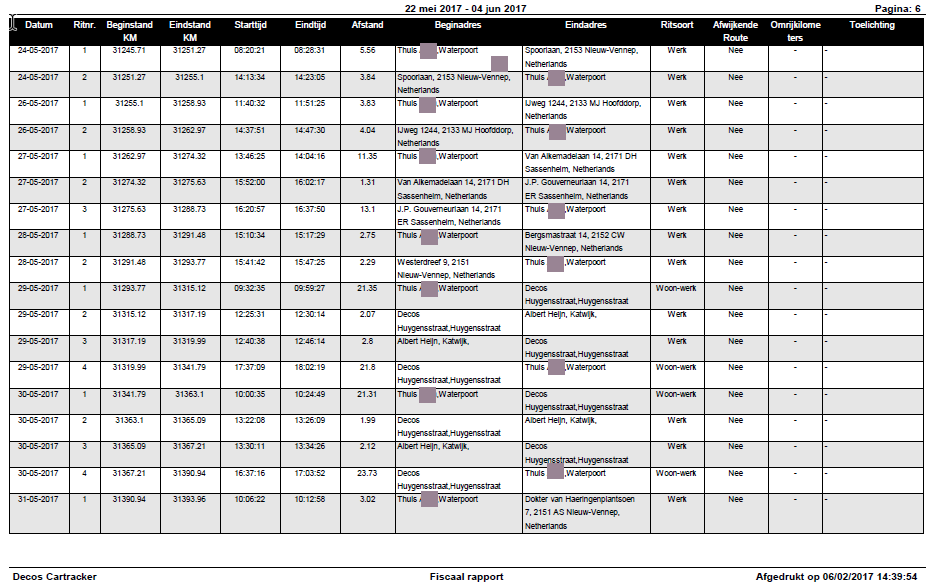
# Bijlage 1 – Organogram Decos Beheer BV

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Officiële naam* | *Veelal genoemd als* | *Omschrijving* |
| *Decos Beheer BV* | *Decos,*  *Decos Technology Group* | *Moederbedrijf* |
| *Decos Software Development Pvt. Ltd.* | *Decos Software Development,*  *Decos Asia* | *Softwareontwikkeling in India* |
| *Decos Software Engineering BV* | *Decos Information Solutions* | *Document- & informatiebeheer* |
| *Decos Software Development BV* | *Decos Information Solutions* | *Document- & informatiebeheer* |
| *Decos Mobile Solutions BV* | *Cartracker* | *Blackbox incl. software voor rittenregistratie* |
| *Decos Systems BV [[1]](#footnote-1)* | *Decos Audiology* | *Software gebaseerde audiometer* |
| *Decos Minute BV* | *Minute* | *Software m.b.t. efficiënt vergaderen* |
| *Decos Driving Insights BV [[2]](#footnote-2)* | *Flo* | *App m.b.t. rijgedrag* |



*Figuur 24 – Organogram Decos Beheer B.V.* (Rijn, 2017)

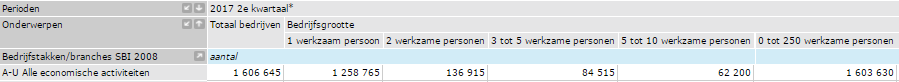
# Bijlage 2 – Voorbeeld rittenregistratie voor de fiscus



*Figuur 25 – Voorbeeld rittenregistratie*

# Bijlage 3 – Verdere toelichting op onderzoeksverantwoording

Alhoewel er geen informatie beschikbaar is over het aantal Nederlandse wagenparken of het gemiddelde aantal voertuigen per bedrijf, wordt er een assumptie gemaakt van de populatiegrootte. Dit gebeurt aan de hand van het aantal MKB-bedrijven, weergeven in figuur 26 (CBS, 2017).

*Figuur 26 – Aantal Nederlandse MKB-bedrijven, verdeeld naar werkzame personen* (CBS, 2017)

De populatie waarnaar gezocht wordt bestaat uit het aantal wagenparken van MKB-bedrijven met meer dan 5 voertuigen.

Ervan uitgaande dat bedrijven tot vijf werknemers niet meer dan vijf voertuigen bezitten, blijft het volgende aantal organisaties (vanaf 5 werkzame personen) over:

*1.603.630 – 84.515 – 136.915 – 1.258.765 = 123.435*

Hiervan is het aantal bedrijven met meer dan tien werkzame personen:

*123.435 – 62.200 = 61.235*

Overige assumpties:

* Van de MKB-bedrijven met 5 tot 10 werkzame personen zal ongeveer 20% beschikken over een wagenpark met meer dan vijf voertuigen.
* Van de MKB-bedrijven met 10 tot 250 werkzame personen zal ongeveer 65% beschikken over een wagenpark met meer dan vijf voertuigen.

Op basis van de bovenstaande aannames, wordt de populatie geschat op:

*62.200 \* 0,2 = 12.440 wagenparken*

*61.235 \* 0,65 = 39.803 wagenparken +*

***52.243***

**Het aantal wagenparken van MKB-bedrijven met meer dan 5 voertuigen wordt dus geschat op ± 52.000.**

Screener onderzoek

|  |  |
| --- | --- |
| Vraag | Antwoord |
| Wilt u meedoen aan dit onderzoek? | Ja |
| In welk land is opereert uw organisatie? | Nederland |
| Bent u medeverantwoordelijk voor het wagenpark binnen uw organisatie? | Ja |
| Hoeveel bedrijfswagen telt het wagenpark van uw organisatie? | 5+ |

*Figuur 27 - Screener*

# Bijlage 4 – Topiclist

Algemeen (3 min)

1. Wat is uw leeftijd?
2. In welke provincie bent u woonachtig?
3. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?
4. Wat is uw rol binnen organisatie x?
5. Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?
6. Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?
7. Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?
8. Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?
9. Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?
   * Wat doen die bedrijven precies voor uw organisatie?
   * Welke pijnpunten lossen ze op voor u als organisatie? (Goed doorvragen)
   * Welke voordelen behaalt uw organisatie daarbij? (Goed doorvragen)

*Beslissingsproces (2 min)*

1. *Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen bedrijf y?*
2. *Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?*

Issues wagenpark (5 min)

1. Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?
2. Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?
3. Wat is het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?
4. Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?
5. Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?
   * Wat zou het voor u betekenen als er hier een oplossing voor beschikbaar was? Zou u dit dan ook willen?

Ontwikkelingen wagenpark (3 min)

1. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?
2. Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?
3. In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto (1), een zakelijke auto (2) of een mobiliteitsbudget (3) voor het personeel?
   * Waarom speelt een mobiliteitsbudget wel/niet binnen uw organisatie?
4. Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

Duurzaamheid (2 min)

1. In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?
   * Speelt uw wagenpark hierin een rol?
   * Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

Rittenregistratie (2 min)

1. Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij?
2. Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?
3. Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

Track & Trace (2 min)

1. Gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens? (Waarom/hoe/bij wie?)
2. Hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?
   * Op hoeveel seconden/minuten nauwkeurig moet track & trace minimaal zijn in uw ogen?
   * Op hoeveel seconden/minuten nauwkeurig moet track & trace maximaal zijn in uw ogen?
3. Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

Concurrentie (3 min)

1. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van bedrijf x (antwoord 9.1)?
2. Waarom heeft u besloten om klant van bedrijf x te worden en niet bij andere aanbieders?
3. Welke aanbieders van ritregistratiesystemen/track & trace systemen kent u allemaal?
   * Kunt u deze aanbieders kort verder toelichten?
4. Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven?
   * Wat bepaalt wie er op de shortlist komt?
   * Wat is het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

Product (7 min)

1. Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen/track & trace systemen, wat vindt u dan belangrijk?
2. *Card Sorting (SurveyMonkey)* – Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?
   1. Automatische rittenregistratie met keurmerk
   2. Inzicht in rijgedrag
   3. Registratie werktijden
   4. Koppeling tussen bedrijfssystemen
   5. Track & Trace van voertuigen
   6. Ondersteuning bij routeplanning
   7. Ondersteuning bij administratie
   8. Privé/zakelijk registratie
   9. Besparen op brandstof
   10. Diefstalpreventie
   11. Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig
   12. Leeg
       * Drie belangrijkste aspecten kort doornemen?
         + Waarom vindt u dat belangrijk?
       * Wat zou u op het lege kaartje zetten?
3. *Showcard met stellingen (SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?
   * + *Rapportages en meldingen kunnen beheren*
     + *Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware*
     + *Dashboard overzicht van wagenparkgegevens*
     + *Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen*
     + *Bekende locaties (POI) kunnen beheren*
     + *Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox)*
     + *De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken*
     + *Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens)*
     + *Extra data omtrent rijgedrag*
     + *Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag*
     + *Anders, namelijk:*
4. Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem/track & trace systeem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?

Distributie (2 min)

1. Stel dat u het wagenpark wil uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen/track & trace systemen, waar zou u dan gaan zoeken?
2. Op welke andere manier(en) zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

Promotie (3 min)

1. Op welke Social Mediakanalen bent u actief?
   * Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?
2. Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?
3. Wat vindt u daarvan?
4. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?
5. Hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?
6. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

*(---35 min)*

Alleen klanten/niet-klanten die bekend zijn met Cartracker

1. Kent u Cartracker? (Ja = door naar vraag 45, nee = door naar vraag 54)

Imago (2 min)

1. Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend/collega?
   * Bij negatieve score: Wat zou Cartracker kunnen doen om dit beeld te verbeteren?
2. Heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend, collega of famillielid?
   * Zoja, waar ging dat over?

Algemeen Cartracker (6 min)

1. Waarvan kent u Cartracker?

*Showcard met stellingen (SurveyMonkey)* –

1. Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt? (Zie vraag 49)
2. Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?
   * Klantcontact (1-5)
   * Pro-activiteit (1-5)
   * Openheid en eerlijkheid (1-5)
   * Klantgerichtheid (1-5)
   * Flexibiliteit (1-5)
3. Wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?
4. Wat vindt u de meest negatieve punten van Cartracker?
5. Mist u nog iets in het aanbod van Cartracker?
6. Als u iets zou moeten noemen wat Cartracker zou moeten verbeteren, wat zou dat dan zijn?
7. Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

(*---45 min)*

# Bijlage 5 – Planning & randvoorwaarden

In dit hoofdstuk staat de planning van de afstudeeropdracht centraal. Hiervoor is een schematisch overzicht gemaakt. Verder komen de verschillende deliverables aan bod.

Hieronder is in figuur 28 een globale planning gemaakt. Het kan echter zijn dat er wordt afgeweken van de planning, indien bepaalde taken eerder of later zijn voldaan. De finale versie van de scriptie zal uiterlijk 13 juni worden ingeleverd.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Week 12 | 20-24 maart | Inleveren Plan van Aanpak |
| Week 13 | 27-32 maart | Topiclist |
| Week 14 | 3-7 april | Selectie respondenten |
| Week 15 | 10-14 april | Interviews + Deskresearch |
| Week 16 | 17-21 april | Interviews + Deskresearch |
| Week 17 | 24-28 april | Interviews + Deskresearch |
| Week 18 | 1-5 mei | Interviews + Verwerking & analyse van interviews |
| Week 19 | **8-12 mei** | **Inleveren concept scriptie** + Verwerking & analyse van interviews |
| Week 20 | 15-19 mei | Verwerking & analyse van interviews |
| Week 21 | 22-26 mei | Conclusie |
| Week 22 | 29 mei-2 juni | Aanbevelingen |
| Week 23 | 5-9 juni | Implementatie |
| Week 24 | **12-13 juni** | **Inleveren scriptie** |

*Figuur 28 – Planning*

# Bijlage 6 – Artikel rittenregistratie

Het onderstaande stuk is een onderdeel van een artikel, geschreven door Rick van Wetten voor Decos Cartracker, waarin informatie wordt gegeven over een rittenregistratie. De bron van het artikel is De Belastingdienst (z.d.).



*Figuur 29 - Informatie rittenregistratie* (Wetten, 2017)

# Bijlage 7 – Markt Cartracker

*Figuur 30 – Motorvoertuiggegevens Nederland* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)

***Definities van bovenstaande begrippen worden op de volgende pagina weergeven.***

**Nederland telde in 2016 in totaal 8.100.864 personenauto’s, waarvan 7.187.457 auto’s in bezit waren van natuurlijke personen (particulieren).**

**Aantal personenwagens op zakelijke naam: 8.100.864-7.187.457 = 913.407**

**Nederland telde in 2016 in totaal 1.032.819 bedrijfsmotorvoertuigen, waarvan 62.436 voertuigen boven de 3.500 kilogram wegen en dus een tachograafverplichting hebben.**

**Aantal bedrijfsmotorvoertuigen zonder tachograafverplichting: 1.032.819 – 62.436 = 970.383**

**Aantal bedrijfsvoertuigen dat binnen de potentiële markt van Cartracker valt:**

**913.407 + 970.383 = 1.883.790**

De onderstaande citaten zijn definities van begrippen uit figuur 30, gegeven door het Centraal Bureau voor de Statistiek (2017).

***“Totaal personenauto's*** *– Motorvoertuigen voor personenvervoer over de weg, exclusief brom- en motorfietsen, met maximaal negen zitplaatsen (met inbegrip van de bestuurdersplaats). Hieronder vallen:  
a) personenauto's  
b) bestelwagens ontworpen voor en voornamelijk gebruikt voor het vervoer van reizigers  
c) taxi's  
d) huurauto's  
e) ziekenwagens  
f) campers.  
Lichte wegvoertuigen voor goederenvervoer over de weg, touringcars, autobussen en minibussen vallen hier niet onder.  
Het begrip personenauto omvat ook taxi's en huurauto's met minder dan tien zitplaatsen. Vanaf 1 mei 2009 worden campers gekentekend als personenauto of als bus afhankelijk van het aantal zitplaatsen. Vóór die datum zijn campers geregistreerd als speciale voertuigen.  
Het aantal hier vermelde personenauto's bevat tevens de auto's op naam van bedrijven. Door de concentratie van (lease)bedrijven in enkele provincies ontstaat vertekening in de indicator 'per 1 000 inwoners'”.*

***“In bezit natuurlijke personen -*** *Het aantal personenauto's in bezit bij particulieren. Dit aantal is exclusief de personenauto's op naam van bedrijven. Hierdoor wordt de vertekening opgeheven in de indicator 'per 1 000 inwoners', die ontstaat door de concentratie van (lease)bedrijven in enkele provincies”.*

***“Bedrijfsmotorvoertuigen*** *-* *Motorvoertuigen ingericht voor het vervoer van goederen of personen, voor het uitvoeren van bijzondere doeleinden of voor het trekken van opleggers.  
Hieronder vallen bestelauto's, vrachtauto's, trekkers, speciale voertuigen en bussen.  
Aanhangwagens en opleggers vallen hier niet onder”.*

***“Bestelauto*** *- Een bedrijfsvoertuig, ingericht voor het vervoer van goederen, waarvan het leeggewicht vermeerderd met het laadvermogen (toegestane maximum massa) ten hoogste 3500 kg bedraagt.  
Bestelwagens ontworpen en voornamelijk gebruikt voor goederenvervoer, pick-ups en kleine vrachtwagens met een brutogewicht van niet meer dan 3500 kg vallen hieronder”.*

***“Vrachtauto (excl. trekker voor oplegger)*** *- Een niet-geleed zwaar wegvoertuig waarvan het leeggewicht vermeerderd met het laadvermogen (toegestane maximum massa) meer dan 3500 kg bedraagt, uitsluitend of voornamelijk ontworpen voor het vervoer van goederen”,* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)*.*

Samenstelling inkomen; particuliere huishoudens naar diverse kenmerken

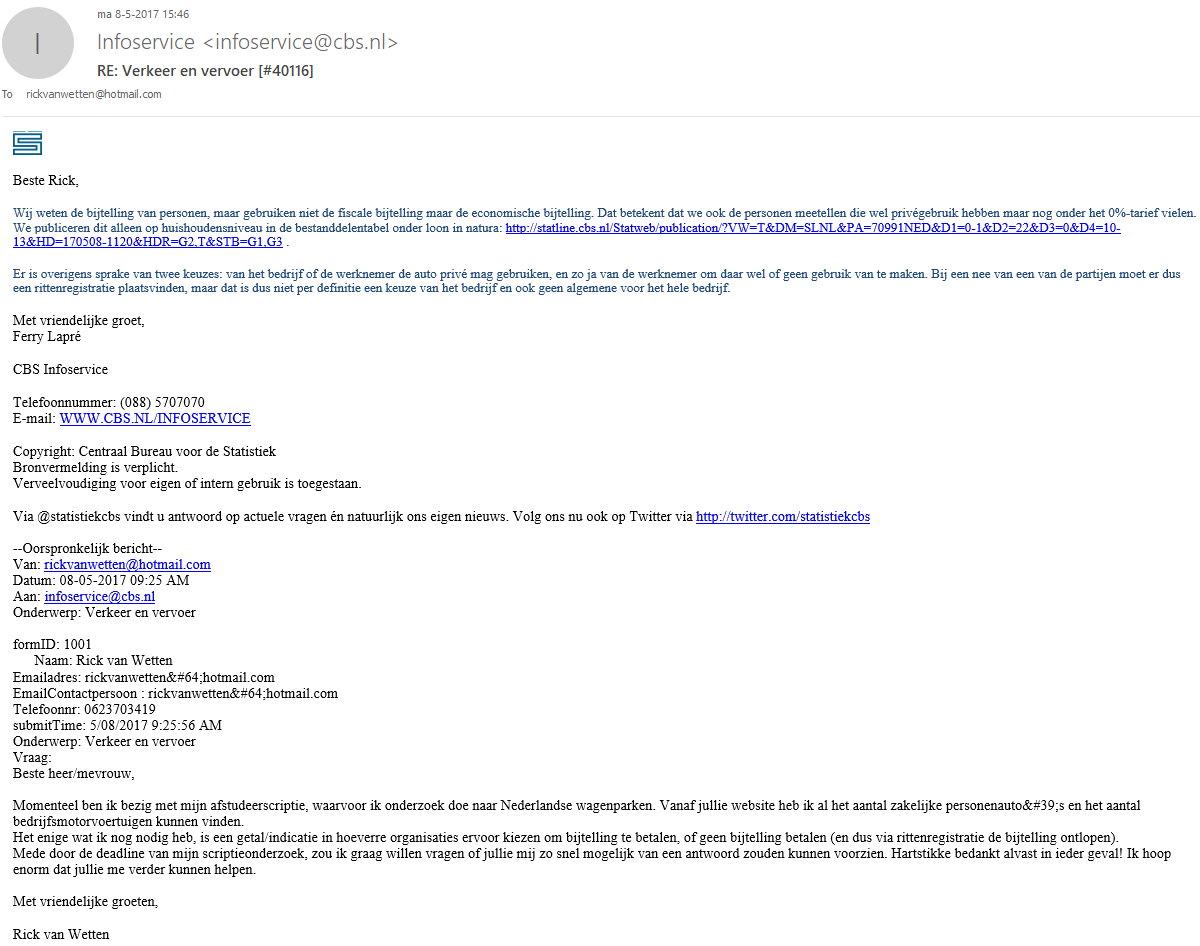


*Figuur 31 – Economische bijtelling van personen* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)

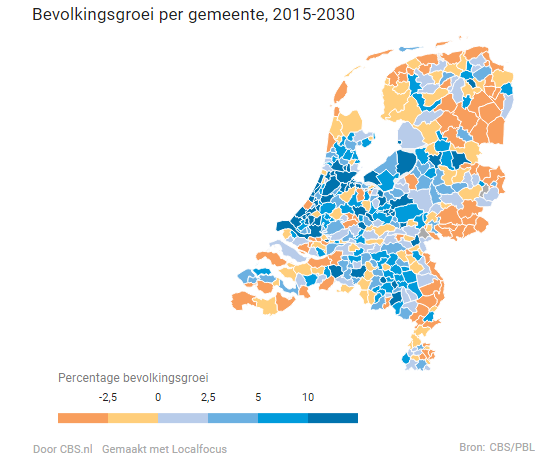
Het onderstaande citaat is een definitie van een begrip uit figuur 31, gegeven door het Centraal Bureau voor de Statistiek (2017).

***“Loon in natura*** *- Betreft de toegerekende inkomsten die samenhangen met het gebruik voor privédoeleinden van een personenauto die door de werkgever beschikbaar is gesteld”,* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017)*.*

Hieronder staat een conversatie per e-mail weergeven, waaruit blijkt dat er geen gegevens omtrent bijtelling worden bijgehouden die voor het onderzoek relevant zijn.

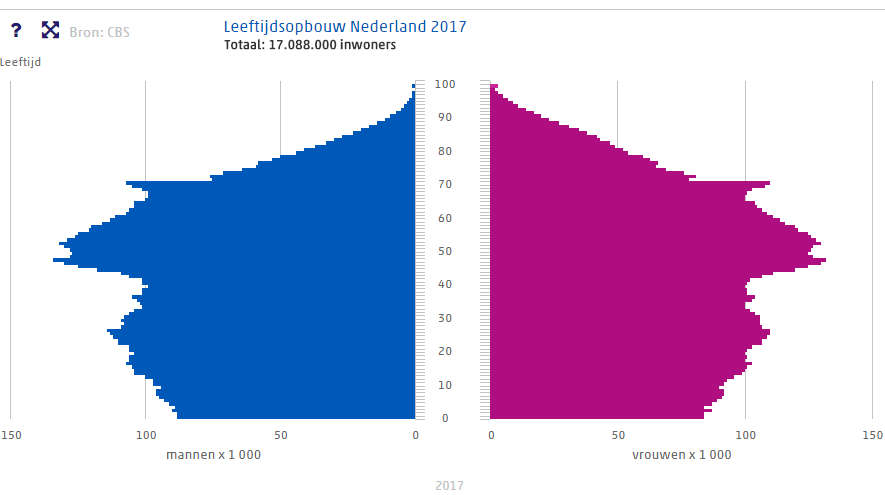
*Figuur 32 – e-mailconversatie tussen opdrachtnemer & het CBS*

# Bijlage 8 – Ontwikkelingen

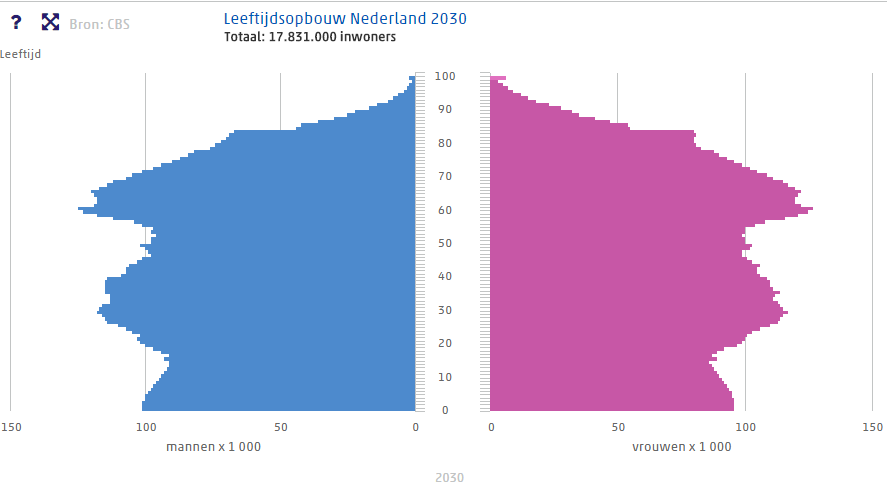


*Figuur 33 – Bevolkingsgroei in Nederland* (Centraal Bureau voor de Statistiek & Planbureau voor de Leefomgeving, 2016)

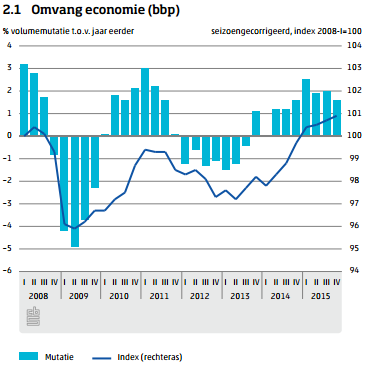
Leeftijdsopbouw in bevolkingspiramide Nederland – 2017 vs 2030



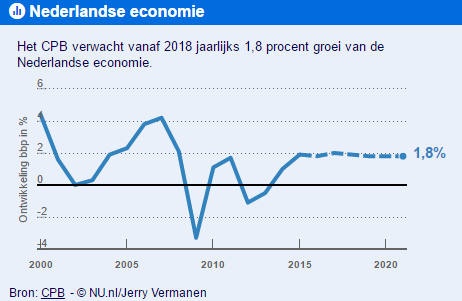
*Figuur 34 – Bevolkingspiramide 2017* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016)



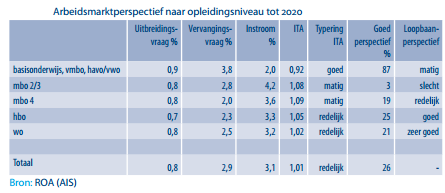
*Figuur 35 – Prognose bevolkingspiramide 2030* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016)



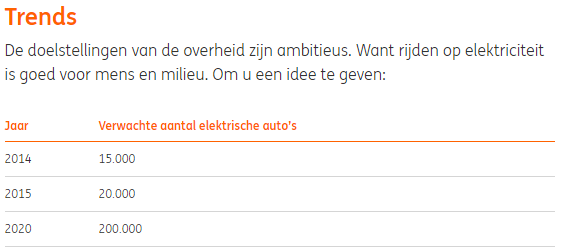
*Figuur 36 – Omvang Nederlandse economie* (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016)



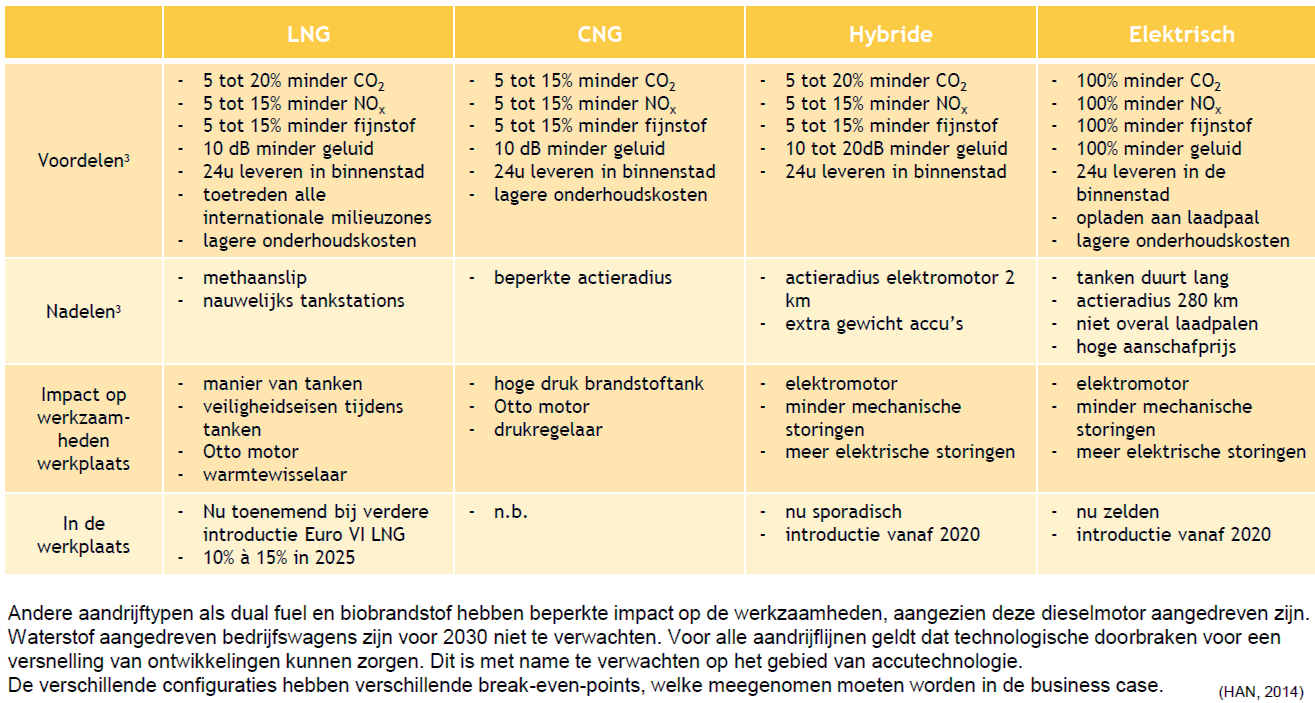
*Figuur 37 – Groeiprognose bbp Nederlandse economie* (Vermanen, 2016)



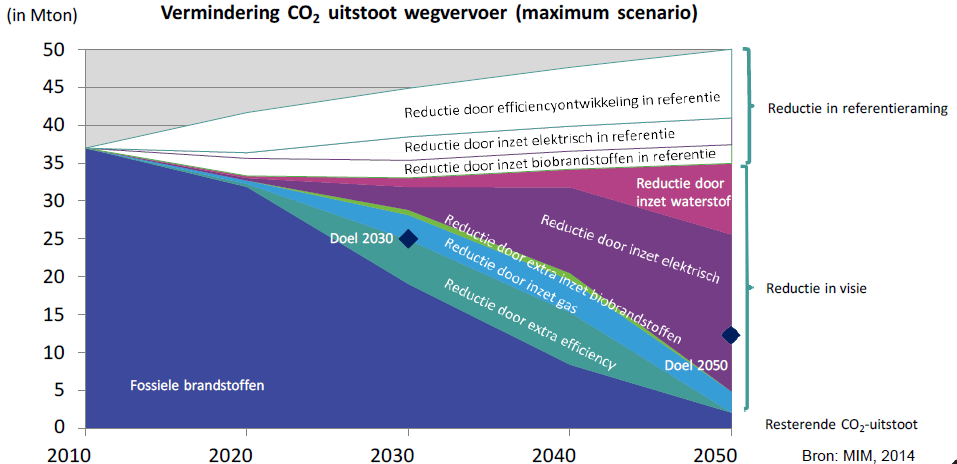
*Figuur 38 – Prognose Nederlandse groei in opleidingsniveau tot 2020* (Research Centre for Education and the Labour Market | ROA, 2015)



*Figuur 39 – Ontwikkeling in aantal elektrische auto’s* (ING, z.d.)



*Figuur 40 – Opkomst verschillende aandrijflijnen voertuigen* (Innovam, 2014)



*Figuur 41 - Vermindering CO2-uitstoot wegvervoer* (Innovam, 2014)

# Bijlage 9 – Notulen Mobiliteitsymposium ‘Mobility Matters’

Dinsdag 11 april vond het mobiliteitssymposium ‘Mobility Matters’ plaats in Rotterdam (Rau, et al., 2017). Verschillende gastsprekers waren aanwezig om inspirerende lezingen te geven met betrekking tot het hoofdonderwerp van de dag: ‘Stadsmobiliteit van de toekomst’. Om de verschillende trends op mobiliteitsgebied te achterhalen heeft de opdrachtnemer van dit onderzoek (Rick van Wetten) route 2: ‘Zelfrijdend & Opladen in de Stad’, van dit congres bijgewoond. De gemaakte notulen staan hieronder weergeven.

*“Slido gebruikt voor poll en forum. Werkt erg goed!*

*Pex langenberg*

*Wethouder rotterdam.*

*Thomas Rau*

*Designed to be nearly broken*

*Designed to be outdated*

*We zijn slachtoffer van het systeem.*

*Alles wordt ontwikkeld om zo snel mogelijk stuk gegaan. Of zo snel mogelijk te vervangen.*

*Wereld is een gesloten systeem.*

*Dingen die eindig zijn moet je koesteren.*

*De zon is een oneindige bron.*

*Slapen is oneindig.*

*Alles is tijdelijk. De consequenties zijn permanent.*

*Opties met toekomst. Ik ga het zo maken dat alles wat ik niet meer nodig heb geen consequenties heeft voor de toekomst.*

*Denk aan kermisattractie. Constructie sterker, maar staalfabriek minder staal nodig – minder verdienen, dus verandert niet*

*Voorgedacht ipv nagedacht.*

*Data maakt het oneindige eindig.*

*Product als een service.*

*Ik wil licht hebben, geen lamp.*

*Ik wil geen vliegtuig ik wil een vlucht.*

*Verantwoordelijk bij machthebber.*

*Philips vragen om licht te leveren. Dan gaan ze anders nadenken.*

*Investeren in je kinderen.*

*Een ton investeren wat krijg je erop terug?*

*Afval verwerken.*

*Paspoort voor een gebouw.*

*Kadaster voor gebouwen. Madaster.com*

*Wat voor materiaal hebben we allemaal.*

*We schrijven niet af maar we schrijven op.*

*We weten de waarde van onze spullen.*

*We schrijven dingen af maar in gesloten systeem heeft alles waarde.*

*Overvloed kunnen we delen.*

*Vraag niet iemand die het kan doen. Ander businessmodel. Tuurlijk levert een staalbedrijf veel staal.*

*Partij vragen met zo min mogelijk resources.*

*Rollercoaster bouwer heeft dak gemaakt.*

*35% minder staal gebruikt.*

*Materiaal als een service.*

*Eigendom is er niet een gehuurd.*

*Wij zijn gast op onze aarde.*

*Toprunner model - de koploper belonen.*

*Prijsvragen en experimenteren.*

*For everyone - cultuur*

*Mobiliteits geluk*

*Kleinpolderplein - park*

*Hergebruik en inrichting van openbare ruimte.*

*Luchtbrug als initiatief van bewoners, dit gemeenten en ondernemers ondersteund.*

*Dak akker. Daken gebruiken voor akkerbouw midden in de stad.*

*Op zondagen wordt de weg weer van het publiek. Spelen fietsen picnic etc.*

*Less risk.*

*Worldurbanpark.org*

*Autos weg en parken erin.*

*Kinderen van 8 jaar en van 80 moeten het kunnen gebruiken.*

*Veel meer groen terug de stad in.*

*Maak gebruik van de openbare ruimte.*

*Mobility as a service*

*(Stoffels) Elektrische deelauto - ook zelfrijdend*

*Laden op boerderij - windmolens*

***Uitdagingen: integratie met huidige regionale vervoerssysteem, verkeersveiligheid en ICT-veiligheid en privacy***

*Voordelen: niet parkeren, minder ongelukken, iedereen toegankelijk, schonere omgeving.*

*Connected car – data steeds belangrijker*

*Mens centraal*

*Elektrisch, verbinding, burgers betrekken*

*Probleem: auto’s in steden*

*Luchtververvuiling – files en drukte*

*86% uitstoot auto’s zonder een meter te rijden*

*92% auto’s staat geparkeerd*

*Oplossing – goede infrastructuur voetgangers & fietsers (Penalosa)*

*Gemeente Rotterdam – auto’s weren in toekomst in stad*

*Airbnb mobiliteit - rijgedrag als recensies*

*Domino's live track - post NL-pakket tracker*

*Waze*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

*Voorbeeld gloeilamp Philips*

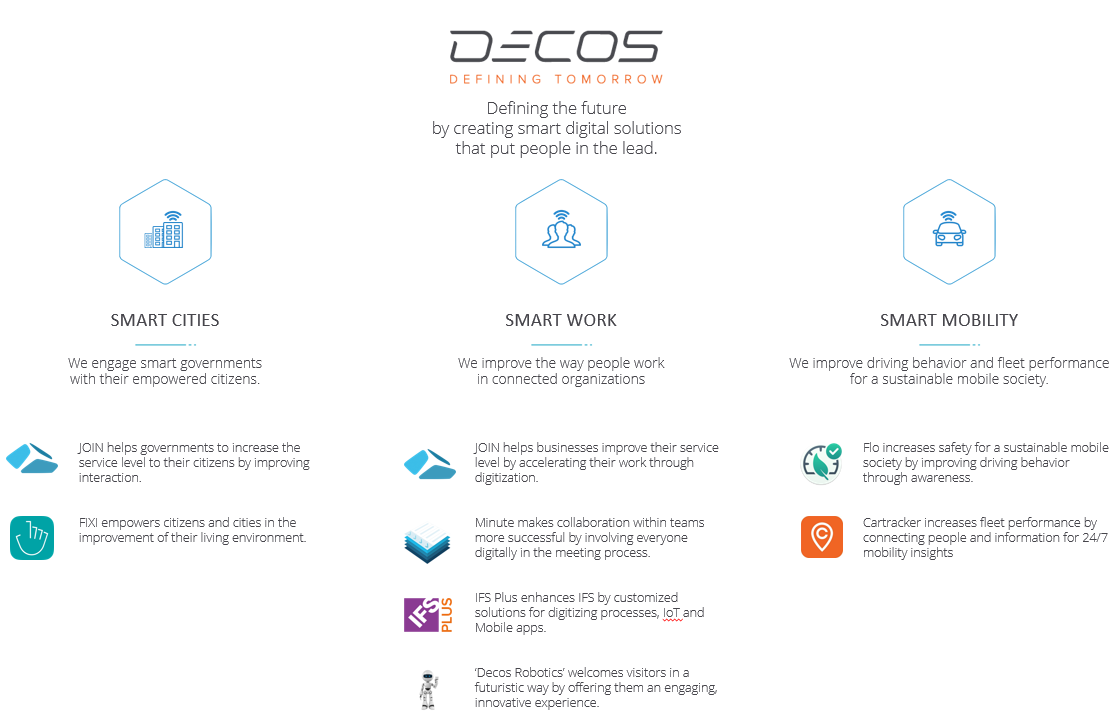
*Marco Maréchal*

*Stregisch communicatieadviseur To Connect*

*Otto Raspe – Senior onderzoeker Planbureau voor de Leefomgeving*

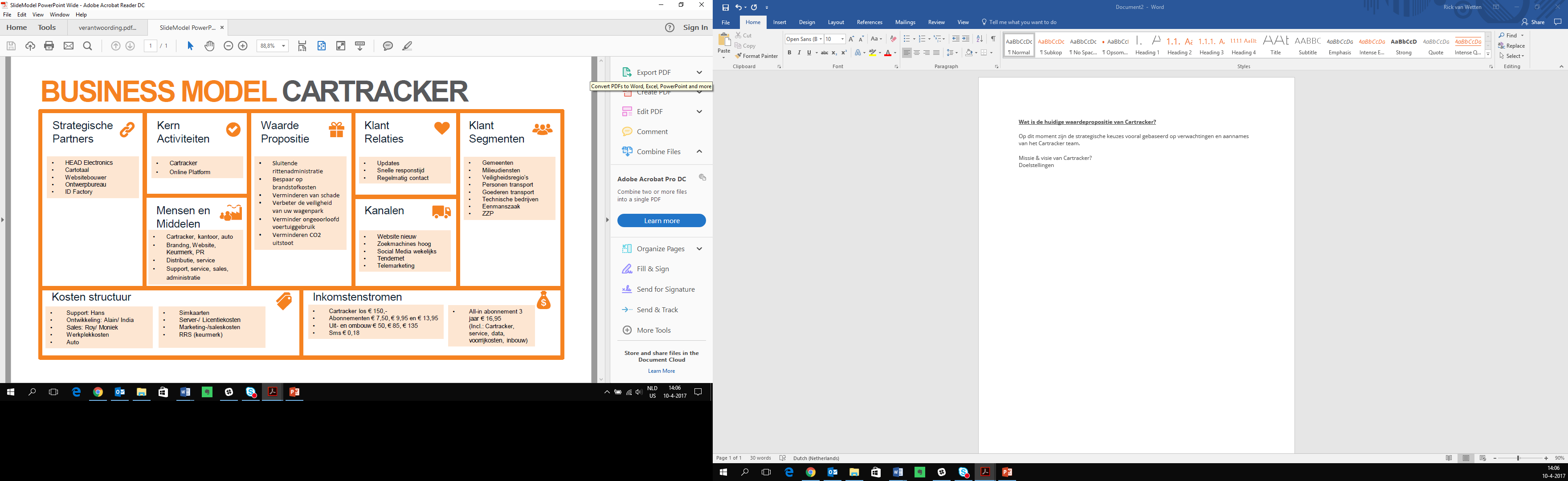
*Triomf van de stad – steeds meer banen in steden”,* (Rau, et al., 2017)*.*

# Bijlage 10 – Purpose Decos

Hieronder staat de ‘purpose’ van de losse ondernemingen binnen Decos Technology Group weergeven.

*Figuur 42 - Purpose Decos* (Decos Technology Group, z.d.)

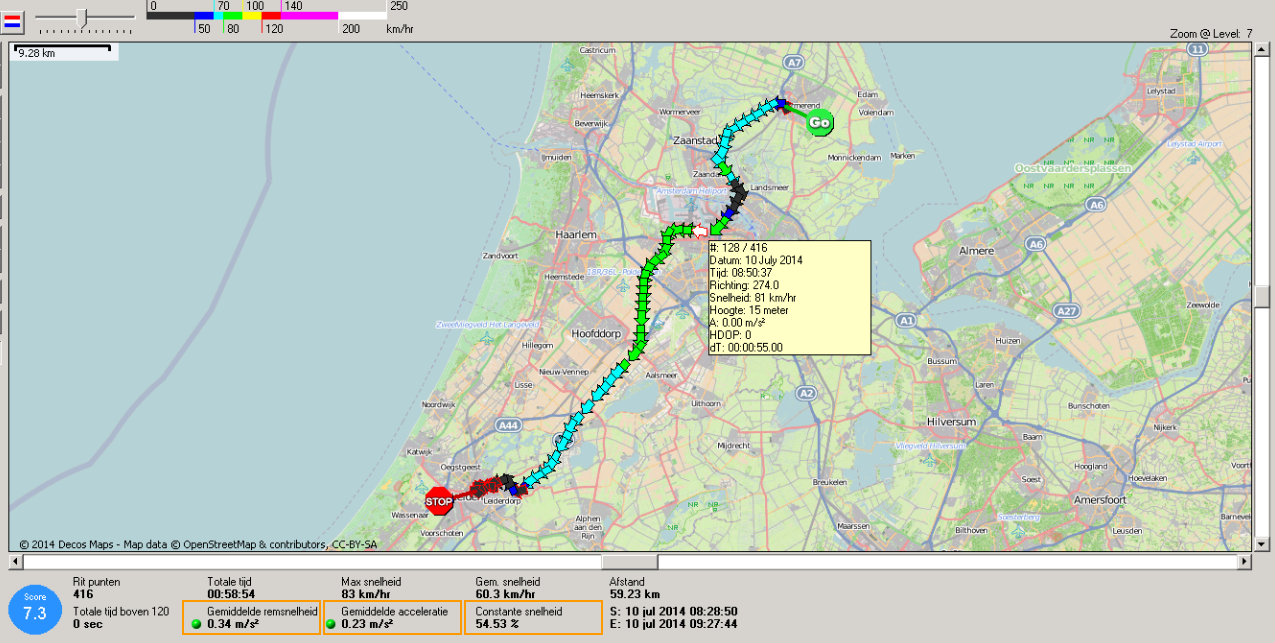
# Bijlage 11 – Business Model Canvas Cartracker

In paragraaf 4.3 kwamen de waardepropositie en de klantsegmenten al naar voren. In deze bijlage worden de overige bouwstenen nog kort toegelicht.

*Figuur 43 – Business Model Canvas Cartracker* (Decos Mobile Solutions BV, 2016)

1. **Klantsegmenten** – De klantsegmenten worden uitgebreider behandeld in paragraaf 4.3.3.
2. **Waardepropositie** – De waardepropositie wordt uitgebreider behandeld in paragraaf 4.3.2.
3. **Kanalen** – Om de waardepropositie over te brengen, wordt momenteel vooral ingezet op de online omgeving van Cartracker. Sinds het begin van 2017 wordt er meer gefocust op dit aspect. Zo houdt DMS zich sinds kort bezig met zoekmachinemarketing en content marketing. Tendernet wordt gebruikt om de lokale en regionale overheden te bereiken.
4. **Klantrelaties** – Klantrelaties worden gewaarborgd door updates in de online dienstverlening (denk aan nieuwe features) door te voeren, snelle responstijd binnen de klantenservice te hebben en persoonlijk contact te houden via de accountmanager.
5. **Inkomstenstromen** – De inkomsten komen vanuit de Cartrackers die verkocht worden, de verschillende abonnementen, de uit-, in- en ombouw en sms’jes die wagenparkbeheerders hun berijders sturen via het Cartracker-systeem. Niet in de het business model opgenomen zijn de Cartracker trainingen. April 2017 is de eerste training aan verschillende klanten gegeven. De opbrengst van een training is €350. Alle opbrengsten bij elkaar opgeteld leverde in 2016 €652.317,67 op voor DMS.
6. **Sleutelmiddelen** – De belangrijkste middelen voor het creëren van waarde bestaat uit de Cartracker zelf (blackbox), het kantoor en de auto’s van de manager en accountmanager. Verder verzorgt de externe partij We Are Bold de branding en de website. Het Keurmerk RRS, public relations, distributie en service zijn andere sleutelmiddelen. Diensten als support, service, sales en administratie kunnen uiteraard niet ontbreken.
7. **Sleutelactiviteiten** – Het belangrijkste sleutelactiviteit is ervoor zorgen dat het systeem van Cartracker werkt voor de klant. Hiervoor is het nodig dat de Cartrackers zijn ingebouwd in de bedrijfsvoertuigen. Het systeem moet verder waar mogelijk geoptimaliseerd worden.
8. **Sleutelpartners** – Als eerste sleutelpartner produceert HEAD Electronics, gevestigd in Katwijk, de Cartrackers. Cartotaal is een extern bedrijf dat de Cartrackers inbouwt. De website en het ontwerpbureau komen voor de rekening van de eerdergenoemde partij We Are Bold. De samenwerking met ID Factory, een bedrijf dat tijdelijk online marketingtaken verrichtte, is inmiddels niet meer van toepassing. Wel is er een partner bijgekomen, namelijk Canvas Company. Canvas Company geeft consultancy op het gebied van sales en verricht daarnaast ook acquisitie voor Decos Mobile Solutions.
9. **Kostenstructuur** – De kosten bestaan uit verschillende posten, loonkosten, ontwikkelingskosten, werkplekkosten, auto’s, simkaarten, server-/licentiekosten, marketing-/saleskosten en kosten voor het keurmerk. Alle kostenposten bij elkaar opgeteld bedroegen in 2016 €821.364,40. Mede door de overgang van fysieke servers naar de cloud, zijn de kosten in 2016 relatief gezien zeer hoog. Ook in 2017 zullen daardoor naar verwachting de kosten nog hoger liggen dan de opbrengsten.

# Bijlage 12 – Voorbeeld rijgedrag analyse Cartracker

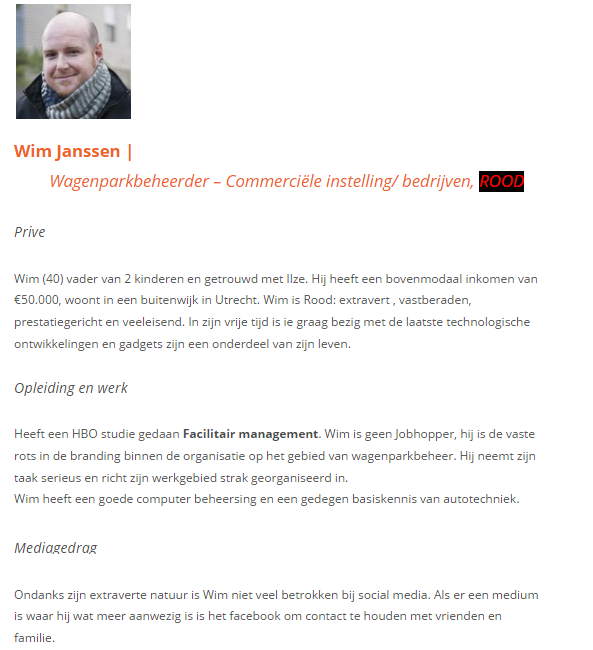
*Figuur 44 –* *Huidige rijgedrag analyse Cartracker* (Decos Mobile Solutions BV, 2014)

De bovenstaande afbeelding komt uit het oude klantensysteem van Cartracker, genaamd CRM. Het rijgedrag wordt momenteel alleen gemeten door te kijken naar gps punten. Optrekken, remmen en snelheid zijn de variabelen waarnaar gekeken wordt bij de analyse, zoals te zien is in de bovenstaande afbeelding.

Er wordt een beperkt beeld geschetst van het rijgedrag. Variabelen als toerental en g-krachten uit bochten worden namelijk niet gemeten, terwijl deze nodig zijn voor een nauwkeurige analyse. Een koppeling van Cartracker aan de OBD-poort van een bedrijfswagen zou een nauwkeuriger beeld mogelijk maken (Eigenbrood, 2016). Een OBD-poort wordt gebruikt door dealers en garages om gegevens van voertuigen uit te lezen (ANWB, z.d.). Deze poort bevindt zich op twee plekken. Allereerst zit er een ingang onder het stuur of rechts/links van de pendalen. Daarnaast is er nog een ingang die minder gemakkelijk te bereiken is, namelijk onder de motorkap, waar Cartrackers ook worden ingebouwd. Momenteel is er nog geen sprake van een dergelijke koppeling.

# Bijlage 13 – Persona’s Cartracker

Gezamenlijk met een consultancybureau heeft Decos Mobile Solutions een aantal persona’s samengesteld, die representatief zijn voor de doelgroep van Cartracker. Er staan hieronder vier van deze persona’s weergeven (We Are Bold, 2016).



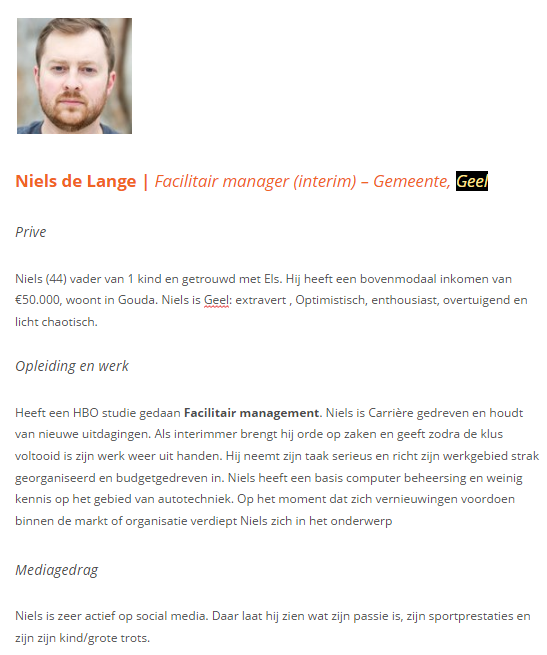
*Figuur 45 – Persona Wim Janssen* (We Are Bold, 2016)



*Figuur 46 – Persona Carine Slager* (We Are Bold, 2016)



*Figuur 47 – Persona Klaas van der Heij* (We Are Bold, 2016)



*Figuur 48 – Persona Niels de Lange* (We Are Bold, 2016)

# Bijlage 14 - Concurrentieoverzicht

In deze bijlage staan gegevens van concurrenten weergeven, zoals deze momenteel bekend zijn bij DMS (Decos Mobile Solutions, 2015). Er zijn scores gegeven aan alle aanbieders op basis van de functionaliteiten waar zij over beschikken. Hieronder worden de functionaliteiten kort toegelicht:

Fiscaal sluitende km-registratie: Rittenregistratie die alle gegevens bevat uit die Belastingdienst wenst.

Identificatieservice: De mogelijkheid om ritten persoonsgebonden te registreren in een voertuig dat voor meerdere personen beschikbaar is, door middel van bijvoorbeeld persoonsgebonden tags. Deze tags kunnen ook worden gebruikt om privé/zakelijke ritten te onderscheiden.

Rijstijlanalyse: Inzicht in het rijgedrag van een bepaalde rit.

Extra sensoren: Een systeem dat de mogelijkheid heeft om gegevens over bijvoorbeeld zwaailichten en temperatuur door te geven. De hardware van Cartracker kan dit wel, maar er is nog geen softwarekoppeling, waardoor klanten dergelijke gegevens niet kunnen inzien.

Track & Trace: Live inzicht in de locatie van voertuigen.

Uitschakelen op afstand: Mogelijkheid om een voertuig op afstand uit te schakelen.

Onderhoudsmeldingen: Automatische meldingen op het moment bijvoorbeeld een auto APK gekeurd moet worden.

Privé/zakelijk schakelaar: Fysieke schakelaar, waarmee ritten kunnen worden onderscheiden, zoals beschreven bij identificatieservice.

Koppeling met Alarmsysteem: Koppeling die het mogelijk maakt om op afstand het autoalarm te kunnen beheren.

Tacho download: Het omzetten van de data van een tachograaf naar een overzicht.

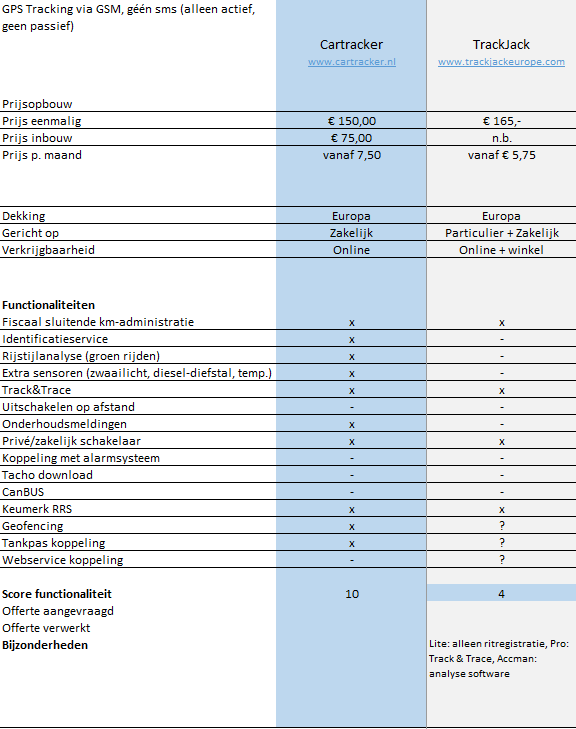
CanBUS: Controller Area Network, communicatiesysteem in een auto, waaronder de OBD-poort ook valt (Eigenbrood, 2016).

Keurmerk RRS: Keurmerk RitRegistratieSystemen, keurmerk dat aangeeft als een systeem erkend wordt door de Belastingdienst.

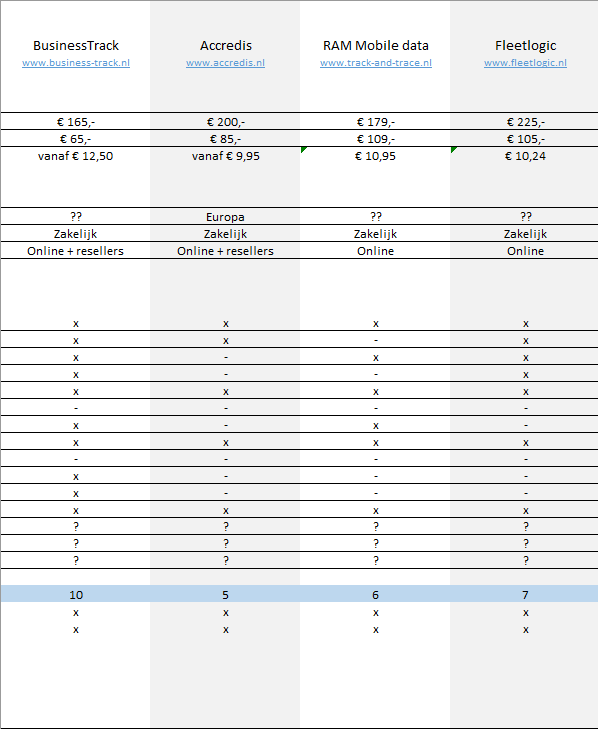
Geofencing: Het virtueel afbakenen van een geografisch gebied op de Live-kaart (m.b.v. gps).

Tankpas koppeling: Via een third-party koppeling (API) kan de tankpas worden gekoppeld aan een systeem, zodat bijvoorbeeld besparingen direct zichtbaar zijn.

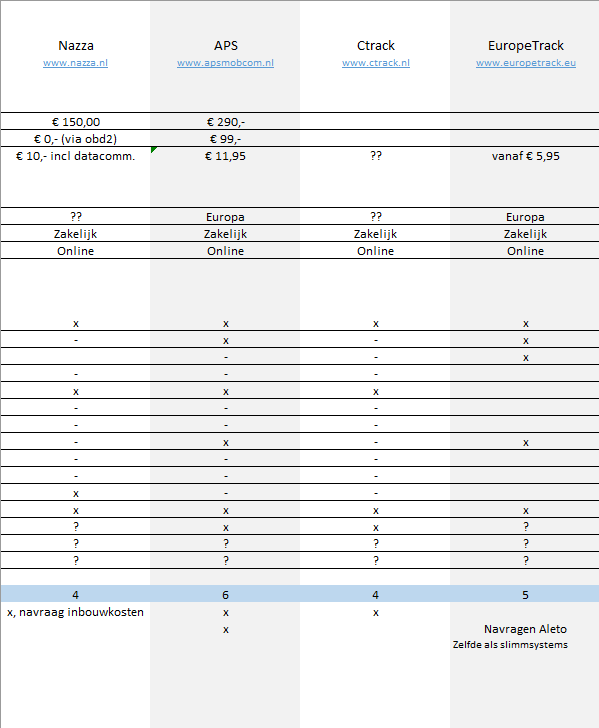
Webservice koppeling: Mogelijkheid om via een third-party koppeling (API) kunnen bestaande systemen worden gekoppeld aan een ritregistratiesysteem, waardoor bijvoorbeeld gegevens over ritten of onderhoud direct naar het bestaande bedrijfssysteem van de klant kan worden geconverteerd. Er zijn twee zaken van belang bij een dergelijke koppeling. Enerzijds moet de aanbieder van een rittenregistratiesysteem een ‘application programming interface’ – oftewel een API – schrijven, die als basis dient voor de communicatie naar een bestaand bedrijfssysteem (Marketingtermen, z.d.). Dit is voor de Cartracker-software al geschreven en deze API dient als basis voor de beoordeling in de concurrentieanalyse. Vervolgens moet er nog wel als het ware een brug gebouwd worden van het ene systeem naar het andere systeem.



*Figuur 49 – Concurrentie [1/6]* (Decos Mobile Solutions, 2015)



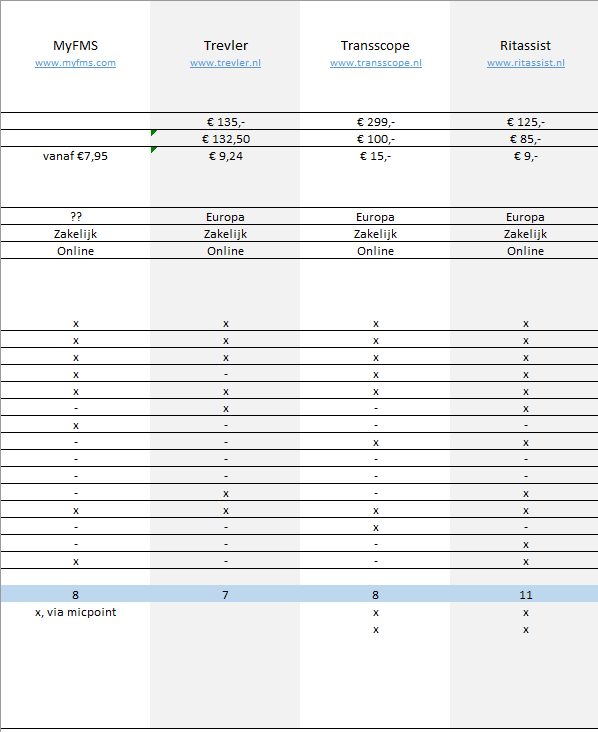
*Figuur 50 – Concurrentie [2/6]* (Decos Mobile Solutions, 2015)



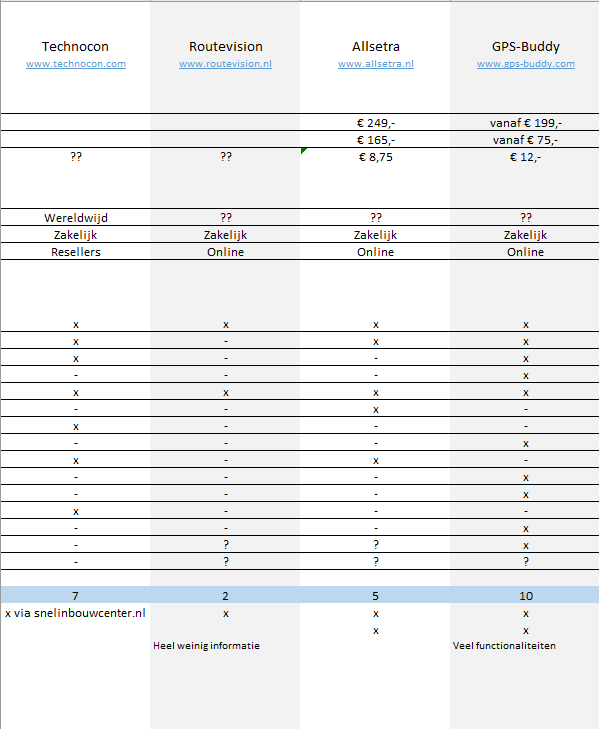
*Figuur 51 – Concurrentie [3/6]* (Decos Mobile Solutions, 2015)



*Figuur 52 – Concurrentie [4/6]* (Decos Mobile Solutions, 2015)



*Figuur 53 – Concurrentie [5/6]* (Decos Mobile Solutions, 2015)



*Figuur 54 – Concurrentie [6/6]* (Decos Mobile Solutions, 2015)

Als aanvulling op het concurrentieoverzicht uit 2015, zijn er een aantal aanpassingen die gemaakt dienen te worden:

* Cartracker: Cartracker staat in het overzicht weergeven met een functionaliteitsscore van 10. Hierbij staan de mogelijkheden van het systeem centraal. Als er echter wordt gekeken naar de daadwerkelijke functionaliteit in ogen van de klant, zijn de extra sensoren nog niet van toepassing door een ontbrekende softwarekoppeling die de data vertaald. De kwaliteitsscore wordt daarom bijgesteld naar een 9.
* TrackJack: TrackJack is enerzijds een prijsvechter, maar ontwikkelt zichzelf ook op het gebied van functionaliteit. Tegenwoordig hebben zij ook een tankpaskoppeling (TrackJack, z.d.). Daarnaast hebben zij onlangs aangekondigd een koppeling gelanceerd te hebben tussen hun rittenregistratie en de boekhouding software van Informer (Emerce, 2017). Dit betekent dat zij ook bezig zijn met webservice koppelingen. De kwaliteitsscore wordt daarom bijgesteld naar 6. De goedkoopste abonnementsvorm is wel naar €7,50 gegaan (TrackJack, z.d.).
* TomTom Telematics (in concurrentieoverzicht ‘Fleetlogic’): TomTom heeft beide koppelingen, voor zowel de tankpas als de webservice, inmiddels ook ontwikkeld (Fleetlogic, z.d.). De kwaliteitsscore zal daarom worden aangepast naar een 9.
* Ctrack: De prijzen van Ctrack kwamen in de fieldresearch naar voren, namelijk €260 inbouw en €10,77 abonnementskosten (interview 6 in bijlage 27). Ctrack heeft hun systeem wel goed ontwikkeld. De identificatieservice, de CanBUS, de rijstijlanalyse, de onderhoudsmeldingen, geofencing en de webservicekoppeling zijn toegevoegde functionaliteiten (Ctrack, z.d.). De score wordt daardoor bijgesteld naar een 10.
* EuropeTrack heeft ook een rijstijlanalyse en extra sensoren ontwikkeld (EuropeTrack, z.d.) en komt daarbij uit op een kwaliteitsscore van 6.
* Technocon: De prijs van een fiscaal systeem bij Technocon kwam naar voren in interview 9 uit bijlage 27 en is in totaal €8 per voertuig per maand.
* Routevision: Routevision is een van de hardst gegroeide systemen als het om functionaliteiten gaat. Zij hebben rijstijlanalyse en CanBUS, toegevoegd aan de functionaliteiten en daarnaast een Keurmerk RRS gekregen. De functionaliteitsscore wordt daarom een 5, tegenover een prijs vanaf €3,75 per maand (Routevision, z.d.).
* GPS-Buddy: GPS-Buddy heeft inmiddels ook een keurmerk gekregen en krijgt daardoor een score van 11 (GPS-Buddy, z.d.).
* Allsetra: Ook Allsetra heeft nu een Keurmerk RRS, waardoor de functionaliteitsscore een 6 wordt (Allsetra, z.d.).
* Transscope: Transscope heeft momenteel ook de functionaliteit Webservice koppeling ontwikkeld (Transscope, z.d.), waardoor de score een 9 wordt.
* Micpoint (in concurrentieoverzicht als MyFMS): Door een koppeling aan tankpassen gaat de score naar 9 (MyFMS, z.d.).

Van de systemen FleetComplete, Fleetmatics en Fleet Loqater zijn er onvoldoende gegevens beschikbaar om een oordeel te geven.

# Bijlage 15 – Analyseschema’s

De belangrijkste vragen uit de interviews zijn verwerkt in 19 verschillende analyseschema’s. Deze schema’s zijn hieronder te vinden.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **6. Tijdsbesteding aan wagenpark in een week** | **7. Belangrijkheid wagenparkbeheer** | **8. Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Een uurtje | Belangrijk | Inzicht krijgen in het wagenpark en alles op elkaar afstemmen en een doel is om meer kostenbesparing te kunnen realiseren |
| 2 **(LRG)** 9 | Eerst: uurtje. Nu: 3 tot 4 uurtjes | Belangrijk | Eerst: Puur verplichte rapportages. Na training: Inzicht krijgen ik het gebruik van het wagenpark, efficiënter inzetten van wagens |
| 3 (**LRG**) 90 | Een halve dag | Heel belangrijk | De kosten zo laag mogelijk houden en efficiënt omgaan met de wagens |
| 4 (MKB 30+) 86 | 2 uur | Redelijk belangrijk | De mensen en spullen van A naar B brengen |
| 5 **(LRG)** 15 | 8 uur | Redelijk belangrijk | Steeds meer uitbesteden in de toekomst en efficiënter met track & trace omgaan |
| 6 (MKB 30+) 80 | Een dag | Heel belangrijk | Zo’n efficiënt mogelijk wagenpark |
| 7 (MKB 30-) 20 | 2 uur | Redelijk belangrijk | Wagenpark zo groen mogelijk maken en het moet operationeel zijn |
| 8 **(LRG)** 2000 | De hele week | Heel belangrijk | Primaire processen laten lopen, wagens zo efficiënt mogelijk en duurzaam inzetten |
| 9 (MKB 30-) 12 | Een dag | Heel belangrijk | Mensen en materiaal naar bestemming brengen |
| 10 (MKB 30+) 38 | De hele week | Heel belangrijk | Zo efficiënt mogelijk wagenparkbeheer, efficiënte routes |
| 11 (MKB 30+) 150 | De hele week | Heel belangrijk | Kostenbesparing (auto’s inkopen, op de juiste manier inzetten, op tijd verkopen, juiste auto’s inzetten), Overzicht hebben in de kosten |
| 12 **(LRG)** 100 | De hele week  (36 uur) | Heel belangrijk | Zorgen dat de wielen blijven draaien, zo min mogelijk CO2-uitstoot |
| 13 (**LRG**) 20 | 4 uur | Belangrijk | Instrument om werk uit te voeren, waar het kan veilig en duurzaam |
| 14 (MKB 30-) 26 | 2 uur | Redelijk belangrijk | Puur als middel om de klanten te helpen |

*Analyseschema 15.1*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Respondentnummer, klantsegment en aantal voertuigen** | **9. Externe samenwerkingspartij** | **9. Pains & gains** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Cartracker, leasemaatschappijen, bandencentrale | Pains: ~~Onderhoud, ontzorgen~~  Gains: - |
| 2 **(LRG)** 9 | Cartracker | Pains: Verplichte rapportages (vanuit accountancy kantoren, werktijden buiten kantooruren)  Gains: Na training: Inzicht in efficiency wagenpark, meer gegevens uit rapportages, koppeling tussen andere applicaties van Decos, het meedenken van Decos |
| 3 (**LRG**) 90 | Cartracker | Pains: Boetes  Gains: Geen |
| 4 (MKB 30+) 86 | Cartracker | Pains: Fiscale eisen rittenregistratie Belastingdienst  Gains: Geen |
| 5 **(LRG)** 15 | Cartracker | Pains: Boetes  Gains: Geen, willen meer uit track & trace gaan halen |
| 6 (MKB 30+) 80 | Leasemaatschappij, Ctrack | Pains: Ontzorgen  Gains: Nemen een hoop werk uit handen, snappen ook direct wat je bedoelt |
| 7 (MKB 30-) 20 | Cartracker, Garagebedrijven op het gebied van onderhoud | Pains: Rittenregistratie  Gains: Momenteel doen we nog nauwelijks, maar kostenbesparing mogelijk door efficiënter gebruik wagenpark |
| 8 **(LRG)** 2000 | Leaseplan en allerlei partners (ombouwers, huisstijlleverancier, TomTom Fleetlogic) | Pains: Voorzien vooral in behoeften  Gains: Voorzien in behoeften van opbouw, ritregistratie (voor Belastingdienst & efficiënt wagenparkbeheer), brandstofkaarten etc. |
| 9 (MKB 30-) 12 | Leasemaatschappijen (hybrides), verzekering, Technocon | Pains: Rittenregistratie  Gains: - |
| 10 (MKB 30+) 38 | Cartracker, leasemaatschappijen | Pains: Rittenregistratie Belastingdienst  Gains: Snel kunnen handelen naar klanten toe door track & trace |
| 11 (MKB 30+) 150 | Leasemaatschappijen (Alphabet en meer), externe wagenparkbeheerder | Pains: Geen overzichtelijk inzicht in kosten wagenpark, gezeur van mensen  Gains: Onafhankelijk advies, goede werkgever zijn, budget voor andere dingen, tevreden medewerkers zijn de beste |
| 12 **(LRG)** 100 | Travelcontrol | Pains: Rittenregistratie Belastingdienst  Gains: - |
| 13 (**LRG**) 20 | TomTom Fleetlogic | Pains: Rittenregistratie Belastingdienst, boetes en schades verhalen  Gains: Gladheidsbestrijding |
| 14 (MKB 30-) 26 | TrackJack & leasemaatschappijen | Pains: Twijfels over begin- en eindtijden van medewerkers  Gains: Werktijden aan de klant kunnen tonen |

*Analyseschema 15.2*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **4. Rol binnen organisatie** | **11. Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Algemeen directeur | Operationeel directeur neemt meeste beslissingen, op strategisch niveau ik ook kleine dingen. Kleine dingen mogen mensen ook zelf beslissen |
| 2 **(LRG)** 9 | Facilitair medewerker | Ik doe aanbeveling, MT beslist. Belanghebbende worden erbij betrokken. Voor beslissingen vanaf een bepaald bedrag zijn er aanbestedingen nodig, maar dat was voor Cartracker niet het geval |
| 3 (**LRG**) 90 | Wagenparkbeheerder | Aan de hand van de gebruiker wordt een programma van eisen en wensen opgesteld, vervolgens neemt het management een beslissing of het wordt aanbesteed |
| 4 (MKB 30+) 86 | Financiële administratie | Ideeën komen vanuit mij of de werkplaats, ik maak een financieel plan, managementteam beslist |
| 5 **(LRG)** 15 | Hele hoop functies, o.a. Wagenparkbeheerder | Gaat over teamleider of afleidingshoofd, ik heb een adviserende rol |
| 6 (MKB 30+) 80 | Financiële administratie & wagenparkbeheer | Ik ben adviseur, de controller mag zijn handtekening neerzetten, maar neemt 9,5 van de 10 gevallen mijn advies over |
| 7 (MKB 30-) 20 | Controller | Dat gebeurt met het managementteam. Ik ben adviseur en deels beslisser |
| 8 **(LRG)** 2000 | Wagenparkbeheerder | Iedereen heeft er zijn mening over. Verschillend per beslissing… meerdere takken (HR, financiën) vaak medeverantwoordelijk, ik adviseer daarin. Grotere beslissingen gaan naar het management |
| 9 (MKB 30-) 12 | Directeur | Ik beslis, overleg soms met broer of vader |
| 10 (MKB 30+) 38 | Routeplanner | Routeplanners geven advies, dat vaak wordt overgenomen door management |
| 11 (MKB 30+) 150 | Wagenparkbeheerder | Iedereen die met het rittenregistratiesysteem te maken krijgt (HR, facilitair manager en wagenparkbeheerder), heeft een adviserende rol. Financieel en algemeen directeur beslissen |
| 12 **(LRG)** 100 | Wagenparkbeheerder | Adviserende rol, lever samen met het team (inkoop & beleid) een onderbouwd plan in, die gaat naar teamleider (<€100.000) of naar de manager (>€100.000). Europees aanbesteden v.a. €209.000 |
| 13 (**LRG**) 20 | Clusterhoofd buitendienst | Adviserende/beslissende rol, samen met chef inkoop, nieuwe producten/diensten aanbesteden |
| 14 (MKB 30-) 26 | Inkoop | Adviserende rol die bijna altijd wordt overgenomen. MT beslist. |

*Analyseschema 15.3*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **12 t/m 14. Het lastigste aan wagenparkbeheer en ondervonden issues** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Centraliseren en bijhouden van alles (APK, winterbanden, onderhoud) |
| 2 **(LRG)** 9 | Vele verschillende gebruikers, facilitaire middelen voorzien in wagens, schoonhouden en onderhoud van wagens |
| 3 (**LRG**) 90 | De administratie, hoe rangschik je gegevens |
| 4 (MKB 30+) 86 | Bijhouden wie erin de wagens rijdt. Alle data los in de systemen invoeren |
| 5 **(LRG)** 15 | Het ‘verklikken’ van collega’s |
| 6 (MKB 30+) 80 | Inplannen van in-/ombouw rittenregistratiesystemen in meerdere voertuigen tegelijkertijd. |
| 7 (MKB 30-) 20 | Inschatten of onderhoudskosten garages kloppen |
| 8 **(LRG)** 2000 | De diversiteit en de complexiteit, processen met afwijkingen, het ‘geolied’ laten verlopen van processen |
| 9 (MKB 30-) 12 | Geen |
| 10 (MKB 30+) 38 | Het hele proces van de bezorging goed laten verlopen |
| 11 (MKB 30+) 150 | Gezeur van berijders, oplossen van hun problemen. Rapportages opstellen van gegevens omtrent lease |
| 12 **(LRG)** 100 | Overtuigen van mensen voor bepaalde beslissingen, aanbestedingsprojecten kosten het meeste tijd |
| 13 (**LRG**) 20 | Beperkt aanbod in specifieke voertuigen, facturen van onderhoud |
| 14 (MKB 30-) 26 | Gezeur van de mensen die allen wat anders willen. Auto’s schoonhouden |

*Analyseschema 15.4*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **15, 16. Onvervulde behoeften op het gebied van wagenparkbeheer** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Centralisatie, inzicht in brandstofverbruik |
| 2 **(LRG)** 9 | Na training gezien dat er meer mogelijk mee is. Gebruiksvriendelijker maken, zien of de auto’s schoon zijn |
| 3 (**LRG**) 90 | Overzicht van de voertuigen, typen en chauffeurs, voertuiggegevens als gewicht |
| 4 (MKB 30+) 86 | Zelfrijdend voor minder schades, elektrisch voor CO2-footprint |
| 5 **(LRG)** 15 | Efficiënt met het Cartracker systeem omgaan |
| 6 (MKB 30+) 80 | Betere controle op het gebruik van de auto’s, aangezien onze naam op de auto’s staat, toezicht op schoonmaak van de auto’s |
| 7 (MKB 30-) 20 | Geen |
| 8 **(LRG)** 2000 | Proactieve bedrijven die ons zelf met ontwikkelingen en efficiency confronteren uit bijvoorbeeld data-analyses, slim mobiliteitsplatform waarbij medewerkers de meest duurzame/goedkope/korte manieren van mobiliteit wordt aangeboden, afhankelijk van parameters die de organisatie instelt |
| 9 (MKB 30-) 12 | Geen, wellicht op gebied van elektrisch |
| 10 (MKB 30+) 38 | Meer informatie over wagenpark |
| 11 (MKB 30+) 150 | Kennis op gebied van wagenparkbeheer, Koppeling met een systeem voor wagenparkbeheer (waarin ook kosten en leasegegevens staan – alles in 1 systeem), laadpalen op de live-kaart |
| 12 **(LRG)** 100 | Extra wagens voor calamiteiten, innovatieve middelen voor inzamelen (koppeling aan vuilnissysteem) |
| 13 (**LRG**) 20 | Geen |
| 14 (MKB 30-) 26 | Het schoonmaken van de auto’s |

*Analyseschema 15.5*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **17. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?** | **41/42. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen en hou zou u op de hoogte gehouden willen worden?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Veiligheid van wagens, technologische ontwikkelingen (automatisch op afstand), minder verbruik, elektrisch, nog niet zelfrijdend | Internet, nieuws en nieuwsbrieven |
| 2 **(LRG)** 9 | Leasen is hot, Milieu belangrijk, elektrisch rijden, zelfrijdend zie ik de komende 5 jaar niet gebeuren | In gesprek gaan met andere mensen uit het vakgebied |
| 3 (**LRG**) 90 | Steeds meer data overzichtelijk uit voertuigen. Efficiency wordt belangrijker voor beheerder (hier speelt elektrisch al) | Via internet, nieuwsbrieven en het nieuws. Websites over innovatie |
| 4 (MKB 30+) 86 | Elektrisch rijden, deels zelfrijdend | Via de e-mail (nieuwsbrieven) |
| 5 **(LRG)** 15 | Geen idee | Via de nieuwsbrief |
| 6 (MKB 30+) 80 | De ecologische footprint die een rol gaat spelen | Via het internet, LinkedIn en informatieve nieuwsbrieven |
| 7 (MKB 30-) 20 | Ontwikkelingen op gebied van milieu en veiligheid | Via nieuwsbrieven, tips en advies voor ondernemers en via het nieuws |
| 8 **(LRG)** 2000 | Deelauto, duurzaamheid | Beurzen, congressen, internet, social media |
| 9 (MKB 30-) 12 | Auto’s worden zuiniger, elektrisch wordt goedkoper | Inloggen op websites als Autoblog en Autoweek |
| 10 (MKB 30+) 38 | Elektrisch rijden, groen en duurzaam handelen | Via internet |
| 11 (MKB 30+) 150 | Elektrische/alternatieve brandstof, integratie van track & trace en connectiviteit van systemen en wagens | Vak nieuwsbrieven, internet, beurzen |
| 12 **(LRG)** 100 | Elektrisch, aardgas, steeds meer afval scheiden (wat belangrijk is bij het aanschaffen van wagens), Meer financieel inzicht in wagenpark wordt belangrijker (wat kost onderaan de streep p.j.) | Google, e-mail |
| 13 (**LRG**) 20 | Alternatieve brandstoffen | Internet of e-mail |
| 14 (MKB 30-) 26 | Elektrisch rijden, Mobiliteitsbudget zou mooi zijn, maar iedereen is te veel gericht op een eigen auto | Niet |

*Analyseschema 15.6*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **18. Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Overzicht in de kosten, besparen op kosten |
| 2 **(LRG)** 9 | Helpen bij of inzicht krijgen in schoonmaak wagens, ontzorgen, advies |
| 3 (**LRG**) 90 | Steeds meer data uit voertuigen verkrijgen |
| 4 (MKB 30+) 86 | Integratie van de verschillende databases (centraal systeem, wagenparksysteem, tanksysteem) |
| 5 **(LRG)** 15 | Geen idee… misschien iets op het gebied van elektrische wagens. Wij gaan in de toekomst meer uitbesteden |
| 6 (MKB 30+) 80 | Advies op het gebied van groen rijden |
| 7 (MKB 30-) 20 | Geen idee |
| 8 **(LRG)** 2000 | Slimme mobiliteitsoplossingen als een mobiliteitsplatform, toch denk ik dat de mobiliteitsbranche een ouderwetse branche is die zich niet zo heel snel ontwikkeld |
| 9 (MKB 30-) 12 | Geen idee, iets op het gebied van elektrisch |
| 10 (MKB 30+) 38 | Automatische registreren als een busje in een straal van een aantal meter van een klant is, dat er automatisch in het systeem komt dat de bezorging voltooid is, tenzij anders aangegeven door berijder via een iPad. Meer data generatie voor efficiënter wagenpark |
| 11 (MKB 30+) 150 | Ik denk dat bedrijven het wagenpark steeds meer gaan outsourcen |
| 12 **(LRG)** 100 | Hulp bij verduurzamen… met minder voertuigen toch al het afval inzamelen |
| 13 (**LRG**) 20 | Geen idee, zuinigere auto’s, elektrische wagens met hogere actieradius en aanhanger |
| 14 (MKB 30-) 26 | Iets ontwikkelen dat voertuigen gelezen kunnen worden vanaf, zodat de wagenparkbeheerder van tevoren al een melding krijgt als er iets vervangen moet gaan worden (OBD-koppeling). Hopelijk op die manier minder gezeur en onderhoud aan auto’s. |

*Analyseschema 15.7*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **21. In hoeverre speelt duurzaamheid een thema binnen het wagenpark?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Speelt wel, kosten belangrijker |
| 2 **(LRG)** 9 | Duurzaamheid staat bovenaan, binnen straal van 10 kilometer liever niet met auto afleggen, op termijn ook eisen stellen aan duurzaamheid leverancier |
| 3 (**LRG**) 90 | Een groot thema, de schoonste kilometer is degene die je niet rijdt. Druk bezig met elektrificeren wagenpark |
| 4 (MKB 30+) 86 | Grote rol, CO2-footprint belangrijk, zowel zakelijk als verantwoord. We rijden hybride en Euro 5/Euro 6, verwachting toekomst elektrisch t.a.v. footprint |
| 5 **(LRG)** 15 | Speelt een grote rol, maar middelen ontbreken nog |
| 6 (MKB 30+) 80 | Een grote rol, momenteel nog niet in wagenpark vanwege busjes, maar personenwagens gaan naar hybride of elektrisch en bestelbussen naar een zo zuinig mogelijke motor voor ecologische footprint. Verwachting dat ook grijze kentekens in de toekomst elektrisch gaan rijden |
| 7 (MKB 30-) 20 | Speelt een rol, onlangs wagenpark vervangen met zuinigere auto’s. Nieuwe auto’s moeten een bepaald energielabel hebben. Huiverig tegenover elektrisch rijden aangezien er alleen gekeken wordt naar de CO2-uitsoot en niet naar bijvoorbeeld de vervuiling bij accuproductie |
| 8 **(LRG)** 2000 | Een hele grote rol (ook vanwege voorbeeldfunctie), duurzaamheid mag meer kosten, uitdaging om personeel bewust te maken van het milieu *(inzicht in CO2-uitstoot kan daarbij helpen)* |
| 9 (MKB 30-) 12 | Speelt een grote rol binnen organisatie… binnen wagenpark (nog) minder |
| 10 (MKB 30+) 38 | Wij willen groen uitstralen, zouden graag een van de eerste zijn met elektrische busjes |
| 11 (MKB 30+) 150 | Duurzaamheid speelt een rol, kosten een grotere rol. Aanbod elektrische auto’s zal toenemen, dus leaseprijs zal dalen. Maar als de accu afgeschreven wordt, zal een lage restwaarde zorgen voor hoge gebruikskosten |
| 12 **(LRG)** 100 | Grote rol, uitstraling naar de burger |
| 13 (**LRG**) 20 | Grote rol, momenteel aardgas, toekomst richting elektrisch |
| 14 (MKB 30-) 26 | Nu nog nauwelijks, binnen 10 jaar verwacht ik alles elektrisch of op waterstof |

*Analyseschema 15.8*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **22. Manier rittenregistratie** | **23. Belangrijkheid rittenregistratie** | **24. Onvervulde behoeften rittenregistratie** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Cartracker | Belangrijk | Uur registratie koppelen aan rittenregistratie |
| 2 **(LRG)** 9 | Cartracker | Redelijk belangrijk, moet gewoon kloppen | Gebruiksvriendelijker, maar weten ook dat Decos daarmee bezig is |
| 3 (**LRG**) 90 | Cartracker | Belangrijk als het overzicht creëert | Overzicht van alle ritten, weten wie er allemaal in de auto’s zitten |
| 4 (MKB 30+) 86 | Cartracker | Niet zo belangrijk | Overzicht van de historie van een berijder, flexibel instelbare rapportages |
| 5 **(LRG)** 15 | Cartracker | Belangrijk | Beloningssysteem aan de hand van rijgedrag |
| 6 (MKB 30+) 80 | Op papier (terwijl Ctrack is ingebouwd) | Belangrijk, willen zelf niet dat er gesjoemeld wordt en controle op overuren | Omgeving overtuigen dat het efficiënter kan, hulp door middel van trainingen |
| 7 (MKB 30-) 20 | Cartracker | Heel belangrijk voor Belastingdienst | Alles kunnen doen op de webapplicatie van Cartracker |
| 8 **(LRG)** 2000 | TomTom Fleetlogic | Belangrijk, het moet gewoon kloppen | Kleine dingen, er moet continu geoptimaliseerd worden, maar staat over het algemeen heel goed |
| 9 (MKB 30-) 12 | Technocon | Heel belangrijk | Geen |
| 10 (MKB 30+) 38 | Cartracker | Niet zo belangrijk, alleen voor Belastingdienst | Automatisch een seintje als een wagen bij een bepaalde klant is geweest |
| 11 (MKB 30+) 150 | Geen rittenregistratie | Als je het doet, moet je het goed doen | Beheer van software (administratie, mensen en auto’s toevoegen) moet makkelijker worden, systeemkoppelingen |
| 12 **(LRG)** 100 | Travelcontrol | Redelijk belangrijk | Geen |
| 13 (**LRG**) 20 | TomTom Fleetlogic | Belangrijk | Nauwkeuriger systeem (qua secondes) |
| 14 (MKB 30-) 26 | TrackJack | Belangrijk om boetes te voorkomen | Locaties toevoegen, Automatisch instelbare pushnotificaties, als iemand bijvoorbeeld 3 dagen een uur te vroeg thuis is. Daar zit vaak een privéreden achter en met meldingen kan er op tijd worden ingegrepen (KPN-melding MB’s). |

*Analyseschema 15.9*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **22. Manier van Track & trace** | **26. Belangrijkheid van nauwkeurigheid Track & trace** | **27. Onvervulde behoeften rondom Track & trace** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Cartracker | Belangrijk | Het laden sneller laten verlopen, informatie op live-kaart (bijvoorbeeld bepaalde tankstations) toevoegen |
| 2 **(LRG)** 9 | Cartracker | Redelijk belangrijk, tussen de 5 en 8 seconden | Geen |
| 3 (**LRG**) 90 | Cartracker | Niet belangrijk, maar maximaal 10 seconden | Weten wie er in de auto zit |
| 4 (MKB 30+) 86 | Cartracker | Redelijk belangrijk, tussen 10 en 60 seconden | Wellicht urenregistratie, maar geen noodzakelijke behoefte |
| 5 **(LRG)** 15 | Cartracker | Belangrijk, tussen real-time en 5 min | Direct inspelen op pech, rampen of calamiteiten d.m.v. track & trace |
| 6 (MKB 30+) 80 | Ctrack | Zeer belangrijk i.v.m. spoedklussen, tussen 2-10 minuten | Omgeving overtuigen dat het efficiënter kan *(bijv. door rapportages)* |
| 7 (MKB 30-) 20 | Cartracker | Niet zo belangrijk | Meer opmerkingen kwijt kunnen bij de rit, die ook naar voren moeten springen (en niet verborgen staan) |
| 8 **(LRG)** 2000 | TomTom Fleetlogic | Belangrijk | Geen |
| 9 (MKB 30-) 12 | Technocon | Niet belangrijk | Geen |
| 10 (MKB 30+) 38 | Cartracker | Zeer belangrijk, af en toe kijk ik live mee met chauffeur voor route instructies | Live verkeer op de kaart, waarin de snelste route dan naar voren komt |
| 11 (MKB 30+) 150 | Geen track & trace | Niet zo belangrijk | Geen |
| 12 **(LRG)** 100 | Travelcontrol | Redelijk belangrijk | Efficiency verhogen bij inzamelen afval, automatische routeplanning o.b.v. meldingen ‘ondergrondse container zit voor 75% vol’, systeem als ‘AfvalRIS’ geeft dergelijke alerts |
| 13 (**LRG**) 20 | TomTom Fleetlogic | Heel belangrijk | Nauwkeurigere track & trace, meerdere signalen afgeven, zodat ik kan zien of een veegwagen of strooimachine niet alleen rijdt, maar ook strooit of veegt |
| 14 (MKB 30-) 26 | TrackJack, Ik gebruik het niet, collega’s (projectleiders) wel | Real-time zou mooi zijn, maar voor ons niet superbelangrijk | Pushberichten over onderhoud van auto’s. Bijvoorbeeld: oliepeil is laag |

*Analyseschema 15.10*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **22. Momenteel klant bij:** | **28/30. Welke andere aanbieders zijn overwogen/bekend bij respondent** | **29/31. Doorslaggevende criteria, in het algemeen, of specifiek op de keuze voor een bepaalde partij gericht** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Cartracker | Geo Dynamics (Belgisch) | Referentie zusterbedrijf, mogelijkheid integratie systemen |
| 2 **(LRG)** 9 | Cartracker | Voor mijn tijd, maar weinig andere partijen i.v.m. het systeem Join van Decos | Duurzaamheid en goed product voor goede prijs |
| 3 (**LRG**) 90 | Cartracker | Een ander systeem overwogen, collega’s besloten voor Cartracker om onbekende reden | Geld en veiligheid, duurzaamheid |
| 4 (MKB 30+) 86 | Cartracker | Fleet… (precieze naam onbekend) Door doorontwikkeling Decos niet besloten over te stappen | Relatie, uitwisselbaarheid, prijs niet zo zeer, vertrouwen doorslaggevende punt |
| 5 **(LRG)** 15 | Cartracker | 2 andere, namen vergeten | Koppeling met Decos Join |
| 6 (MKB 30+) 80 | Ctrack | Weet ik niet meer | Goed werkende helpdesk, veel informatie en functionaliteiten, betalingstermijn. Extra info: prijs Ctrack: €10,77 p.m. |
| 7 (MKB 30-) 20 | Cartracker | Geen idee, te lang geleden | Referenties, competenties van een partij. Prijs doorslaggevend |
| 8 **(LRG)** 2000 | TomTom Fleetlogic | Geen idee, voor mijn tijd | Altijd combinatie van match aanbod/behoefte, betrouwbaarheid, prijs etc. Advies Leaseplan vaak leidend |
| 9 (MKB 30-) 12 | Technocon | Geen | Samenwerking autodealer/verplichtstelling verzekeraar. Extra info: prijs Technocon: €8,65 p.m. |
| 10 (MKB 30+) 38 | Cartracker | Voor mijn tijd | Duurzaamheid steeds belangrijker, kosten het belangrijkste, maar duurzaamheid mag wel wat kosten. Zuinig doorslaggevende punt |
| 11 (MKB 30+) 150 | Geen track & trace | Technocon, IT-Mobile, TomTom zijn bekend | Keurmerk, mogelijkheden van software, prijs en service |
| 12 **(LRG)** 100 | Travelcontrol | Geen | Puntensysteem afhankelijk van de beslissing, duurzaamheid speelt rol |
| 13 (**LRG**) 20 | TomTom Fleetlogic | Fleetmatics, TrackJack | Mogelijkheid om blackbox te kopen, prijs/kwaliteit, duurzaamheid. Kwaliteit doorslaggevend |
| 14 (MKB 30-) 26 | TrackJack | Decos Cartracker, Siemens VDO | Prijsverschil was doorslaggevend bij vergelijkbare kwaliteit. Kwaliteit ook belangrijk, service staat hoog bovenaan |

*Analyseschema 15.11*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **32. Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen/track & trace systemen, wat vindt u dan belangrijk?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Dat het snel en vlot werkt en overzichtelijk |
| 2 **(LRG)** 9 | Gebruiksvriendelijkheid |
| 3 (**LRG**) 90 | Dat het overzicht biedt |
| 4 (MKB 30+) 86 | Dat de Belastingdienst tevreden is |
| 5 **(LRG)** 15 | Dat de gegevens nauwkeurig zijn |
| 6 (MKB 30+) 80 | Dat we weten waar onze mensen zijn, snel kunnen inspelen op storingen, controleren dat er niet in het weekend gereden is |
| 7 (MKB 30-) 20 | Dat het nauwkeurig is |
| 8 **(LRG)** 2000 | Betrouwbaarheid, goede rapportages, met namen goed advies |
| 9 (MKB 30-) 12 | Basisfuncties: Locaties, kilometers, tijd, plek, zakelijk/privé |
| 10 (MKB 30+) 38 | Dat het nauwkeurig is |
| 11 (MKB 30+) 150 | De software die erachter zit, goede technische dienstverlening en de prijs |
| 12 **(LRG)** 100 | Dat de Belastingdienst het accepteert |
| 13 (**LRG**) 20 | De nauwkeurigheid |
| 14 (MKB 30-) 26 | De service |

*Analyseschema 15.12*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **35. Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem/track & trace systeem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Ik zou wel een overzicht willen hebben in de kosten/baten |
| 2 **(LRG)** 9 | Standaard rapportages waar niet meer aan gesleuteld hoeft te worden |
| 3 (**LRG**) 90 | Weten wie in welke wagen zit, ook met meerdere personen |
| 4 (MKB 30+) 86 | Een koppeling met mijn hoofdatabase, zodat gegevens automatisch uitgewisseld worden |
| 5 **(LRG)** 15 | Geen idee |
| 6 (MKB 30+) 80 | Geen idee |
| 7 (MKB 30-) 20 | Geen idee |
| 8 **(LRG)** 2000 | Gericht op de toekomst: verschillende vormen van ritregistratie (deelauto vs. eigen auto) |
| 9 (MKB 30-) 12 | Niets, als je het aan mij vraagt moeten er geen toeters en bellen bijkomen |
| 10 (MKB 30+) 38 | Automatische registratie als er een busje bij een klant is geweest |
| 11 (MKB 30+) 150 | Eenvoudige administratie software |
| 12 **(LRG)** 100 | Geen idee |
| 13 (**LRG**) 20 | Kunnen zien of een veegwagen ook echt veegt en overzicht waarop ik kan zien waar geveegd is |
| 14 (MKB 30-) 26 | Rapportages beheren, proactieve pushmeldingen van voertuigfoutmeldingen of waarschuwingen |

*Analyseschema 15.13*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **33. Drie belangrijkste dingen rittenregistratie/track & trace** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Track & trace voertuigen, Real-time inzicht op de seconde nauwkeurig, registratie werktijden |
| 2 **(LRG)** 9 | Privé/zakelijke registratie, real-time inzicht op de seconde nauwkeurig, ondersteuning bij administratie |
| 3 (**LRG**) 90 | Koppeling tussen bedrijfssystemen, voertuiggegevens, inzicht in rijgedrag |
| 4 (MKB 30+) 86 | Privé/zakelijke registratie, koppeling tussen bedrijfssystemen, diefstalpreventie |
| 5 **(LRG)** 15 | Automatische registratie met keurmerk, ondersteuning bij administratie, track & trace |
| 6 (MKB 30+) 80 | Koppeling tussen bedrijfssystemen, automatische rittenregistratie met keurmerk, track & trace |
| 7 (MKB 30-) 20 | Track & trace, privé/zakelijke registratie, registratie werktijden |
| 8 **(LRG)** 2000 | Privé/zakelijke registratie, koppeling bedrijfssystemen, automatische rittenregistratie met keurmerk |
| 9 (MKB 30-) 12 | Privé/zakelijke registratie, diefstalpreventie, registratie werktijden |
| 10 (MKB 30+) 38 | Ondersteuning bij routeplanning, track & trace, real-time inzicht op de seconde nauwkeurig |
| 11 (MKB 30+) 150 | Besparen op brandstof, Inzicht in rijgedrag, ondersteuning bij administratie |
| 12 **(LRG)** 100 | Besparen op brandstof, bekeuringen achterhalen, automatische rittenregistratie met keurmerk |
| 13 (**LRG**) 20 | Automatische rittenregistratie met keurmerk, real-time inzicht op de seconde nauwkeurig, ondersteuning bij administratie |
| 14 (MKB 30-) 26 | Registratie werktijden, ondersteuning bij administratie (aantoonbaar bewijs aan klanten), proactieve meldingen voertuiggegevens |

*Analyseschema 15.14*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **34. Belangrijkheid nieuwe features Cartracker** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Scoreoverzicht en sms-berichten onbelangrijk. Administratie, rapportages en zoekfunctie belangrijk |
| 2 **(LRG)** 9 | Ik vind het ook erg belangrijk dat de klantrelatie goed zit bij een product, rapportages en gebruiksvriendelijkheid zeer belangrijk |
| 3 (**LRG**) 90 | Zeer belangrijk om meer voertuiggegevens en rijgedrag over de hele groep te krijgen |
| 4 (MKB 30+) 86 | Vooral administratie en rapportages belangrijk |
| 5 **(LRG)** 15 | Locaties beheren onbelangrijk, de rest redelijk belangrijk |
| 6 (MKB 30+) 80 | Op scoreoverzicht en meer informatie op live-kaart na, alles belangrijk |
| 7 (MKB 30-) 20 | Rapportages zeer belangrijk (ook de gebruiksvriendelijkheid ervan) |
| 8 **(LRG)** 2000 | Rapportages en overzicht (eenvoud) zeer belangrijk |
| 9 (MKB 30-) 12 | Er moeten niet te veel toeters en bellen aan vast zitten |
| 10 (MKB 30+) 38 | Meer informatie op de live-kaart zeer belangrijk, zeker met automatische locatieregistratie |
| 11 (MKB 30+) 150 | Maar net waar je het voor gebruikt, verschilt per organisatie |
| 12 **(LRG)** 100 | Features rondom rijgedrag zeer belangrijk |
| 13 (**LRG**) 20 | Meerdere registraties op de kaart, veeg-/strooiroute van een veeg- of een strooimachine |
| 14 (MKB 30-) 26 | Extra data uit voertuigen zeer belangrijk, locaties beheren ook belangrijk |

*Analyseschema 15.15*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **36/37. Huidige/potentiële afzet- en distributiekanalen** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Zoeken op internet, zoeken naar demo of simulatie, persoonlijk contact voor uitleg volgende stap |
| 2 **(LRG)** 9 | In de omgeving kijken, niet via telefoon. Meer gebruik maken van social media |
| 3 (**LRG**) 90 | Op internet zoeken naar ‘wagenparksysteem’, bellen of aan collega’s vragen |
| 4 (MKB 30+) 86 | Google, zou het wil gelijk bij de aankoop willen |
| 5 **(LRG)** 15 | Samen met iemand van de ICT op internet zoeken |
| 6 (MKB 30+) 80 | Mensen bellen weleens, kan interessant zijn. Ik zou zoeken op internet |
| 7 (MKB 30-) 20 | Internet, Google, eventueel informeren bij brancheorganisaties als de BOVAG |
| 8 **(LRG)** 2000 | Via advies externe wagenparkbeheerder/leaseplan, daarnaast op de hoogte blijven van ontwikkelingen via vakbladen, congressen, internet en referenties navragen |
| 9 (MKB 30-) 12 | Momenteel bij de dealer. Zou het van de verzekering willen horen, aangezien zij het verplicht stellen |
| 10 (MKB 30+) 38 | Even op internet zoeken, gewoon Googlen |
| 11 (MKB 30+) 150 | Internet, Advies aan leasemaatschappij. Ik zou een productpakket sturen naar onafhankelijke lease intermediairs, zodat zij kunnen kijken of het wat is. |
| 12 **(LRG)** 100 | Google, nieuwsbrief, jaarlijks congres vanuit de provincie |
| 13 (**LRG**) 20 | Internet, 3/4 partijen uitnodigen (persoonlijk contact) |
| 14 (MKB 30-) 26 | Zoeken in eigen administratie van oudere aanbiedingen van andere leveranciers, internet – Google: ‘rittenregistratie’ en alles komt naar boven |

*Analyseschema 15.16*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **38. Social mediakanalen waar respondent zakelijk gebruik van maakt** | **39/40. Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt en wat vindt u ervan?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Geen | Handig |
| 2 **(LRG)** 9 | LinkedIn | Ja, handig om op de hoogte te blijven binnen vakgebied |
| 3 (**LRG**) 90 | Geen | Ja, interessant als ik mezelf heb aangemeld |
| 4 (MKB 30+) 86 | Geen | Ja, interessant om ontwikkelingen te volgen |
| 5 **(LRG)** 15 | Facebook | Ja, kan interessant zijn |
| 6 (MKB 30+) 80 | LinkedIn | Als ze interessant zijn en iets toevoegen, reclame-uitingen lees ik niet |
| 7 (MKB 30-) 20 | LinkedIn | Ja, als ze interessant zijn |
| 8 **(LRG)** 2000 | LinkedIn, Facebook, Twitter | Ja, maar scan ze meestal even snel door |
| 9 (MKB 30-) 12 | Facebook, Twitter, LinkedIn | Ja, interessant |
| 10 (MKB 30+) 38 | LinkedIn | Weleens, nuttig als het goede informatie bevat |
| 11 (MKB 30+) 150 | LinkedIn en Facebook | Ja, vak nieuwsbrieven zijn nuttig. Commerciële nieuwsbrieven eens in de zoveel tijd ook wel leuk, maar moet geen spam worden. |
| 12 **(LRG)** 100 | LinkedIn | Ja, interessant om ontwikkelingen te volgen |
| 13 (**LRG**) 20 | Geen | Ja, interessant |
| 14 (MKB 30-) 26 | Facebook | Ja, ik open en lees ze als ze vanuit een persoon zijn gestuurd die ik ken, niet vanuit een bedrijf |

*Analyseschema 15.17*

|  |  |
| --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **43. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Gegevens kopen, bedrijven met meer dan 10 auto’s mail sturen en vervolgens bellen |
| 2 **(LRG)** 9 | Gebruik maken van social media. En meer beeld geven van je product. Ik had op het begin bij Cartracker niet echt helder wat het precies was en wat je ermee kon. Ik zou een filmpje willen zien waarin je iemand Cartracker ziet gebruiken |
| 3 (**LRG**) 90 | Aanschrijven en zeggen dat ik een ontzorgend systeem heb, of langsgaan bij de grote jongens |
| 4 (MKB 30+) 86 | Geen idee |
| 5 **(LRG)** 15 | Geen idee |
| 6 (MKB 30+) 80 | Mailing versturen of rechtstreeks bellen, vervolgens persoonlijk contact zoeken |
| 7 (MKB 30-) 20 | Geen idee |
| 8 **(LRG)** 2000 | Doe aan marketing, bezoek beurzen en congressen, zorg dat je actief bent op social media, kom met relevante items, laat zien dat je er bent |
| 9 (MKB 30-) 12 | Bellen, op zoek gaan naar wagenparkbeheerders waar de behoefte leeft, door bijvoorbeeld hoge brandstofkosten of veel schades |
| 10 (MKB 30+) 38 | Persoonlijk contact belangrijk, bij bedrijven langsgaan |
| 11 (MKB 30+) 150 | Beurzen, langsgaan (ook om te laten zien dat je bestaat) |
| 12 **(LRG)** 100 | Geen idee |
| 13 (**LRG**) 20 | Nieuwsbrieven naar gemeenten sturen, die worden doorgezet naar wagenparkbeheerders |
| 14 (MKB 30-) 26 | Bij bedrijven langsgaan, naam goed neerzetten in de media, eventueel door een extern bureau |

*Analyseschema 15.18*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Respondentnummer (& aantal voertuigen)** | **45. Belangrijkste aspecten imago Cartracker** | **50. Positieve punten Cartracker** | **51 t/m 53. Negatieve/verbeterpunten Cartracker** |
| 1 (MKB 30-) 24 | Track & trace systeem | Toegankelijkheid | Extra informatie op live-kaart |
| 2 **(LRG)** 9 | Nog steeds in ontwikkeling, meendenkend | Het vooruitstrevende en het meedenken | Bezoek van accountmanager, gebruiksvriendelijkheid |
| 3 (**LRG**) 90 | Geen totaal wagenparksysteem | Geen | Overzicht over alle wagens en berijders, mogelijkheid meerdere personenidentificatie, proactieve pushmeldingen bij bepaalde gebeurtenissen (3x noodstop/3x lager dan 3 scoren/onderhoud) |
| 4 (MKB 30+) 86 | Handig als je informatie over je ritten wil hebben | De beschikbaarheid van live-kaart mobiel en tablet, de nieuwe searchfunctie | Het oude (CRM) systeem, terugzoeken in systeem kan nog worden verbeterd en koppeling bestaande bedrijfssystemen. Ook automatische meldingen, als een systeem het bijvoorbeeld niet doet |
| 5 **(LRG)** 15 | Niet storingsgevoelig (t.o.v. vorige aanbieder) | Vriendelijkheid, komen afspraken na | Geen |
| 6 (MKB 30+) 80 | - | - | - |
| 7 (MKB 30-) 20 | Betrouwbaar | Blijven in ontwikkeling | De bereikbaarheid van de supportafdeling vind ik ver ondermaats, vriendelijkere rapportages |
| 8 **(LRG)** 2000 | - | - | - |
| 9 (MKB 30-) 12 | - | - | - |
| 10 (MKB 30+) 38 | Betrouwbare partij | Veel functionaliteiten, routeplanning en behulpzame mensen achter de schermen | Pro-actiever worden, meldingen over opvallende zaken als snellere routes voordragen. Registratie als iemand op locatie is geweest |
| 11 (MKB 30+) 150 | - | - | - |
| 12 **(LRG)** 100 | - | - | - |
| 13 (**LRG**) 20 | - | - | - |
| 14 (MKB 30-) 26 | - | - | - |

*Analyseschema 15.19*

# Bijlage 16 – Datum prikken

De datum van een training kan in overleg worden beslist met verschillende wagenparkbeheerders, door middel van een Typeform, een gratis en digitale datumplanner (Typeform, z.d.):

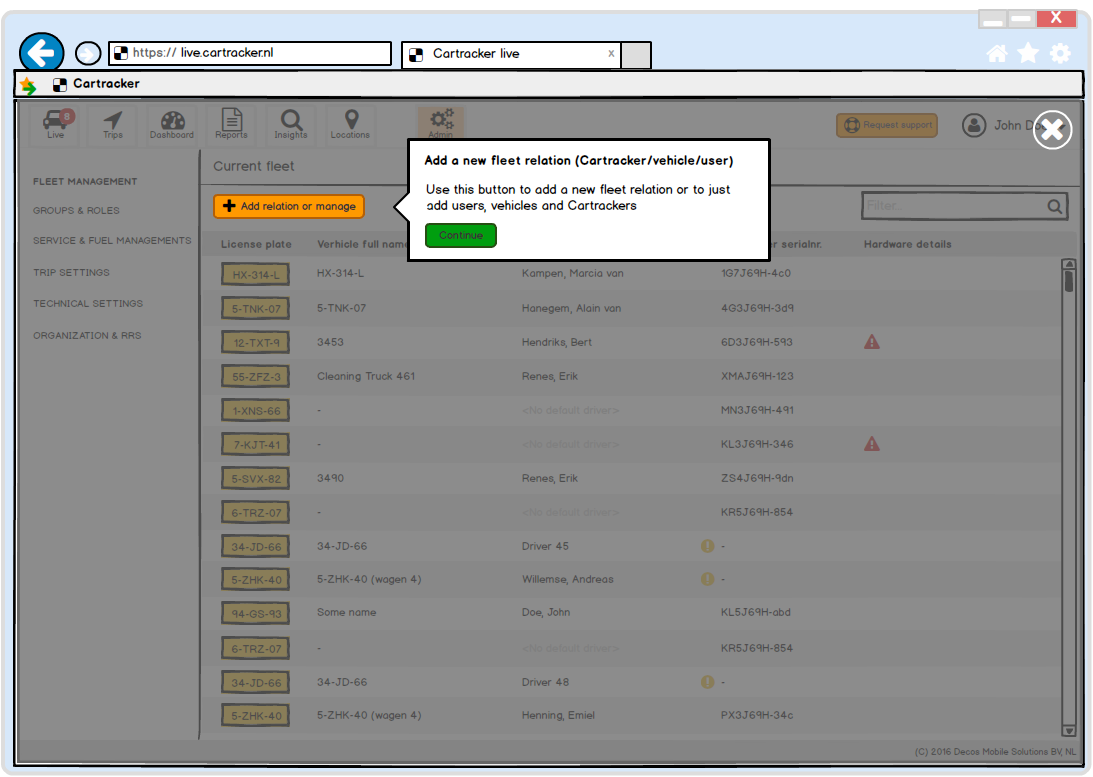


*Figuur 55 – Typeform voorbeeld [1/2]* (Typeform, z.d.)



*Figuur 56 – Typeform voorbeeld [2/2]* (Typeform, z.d.)

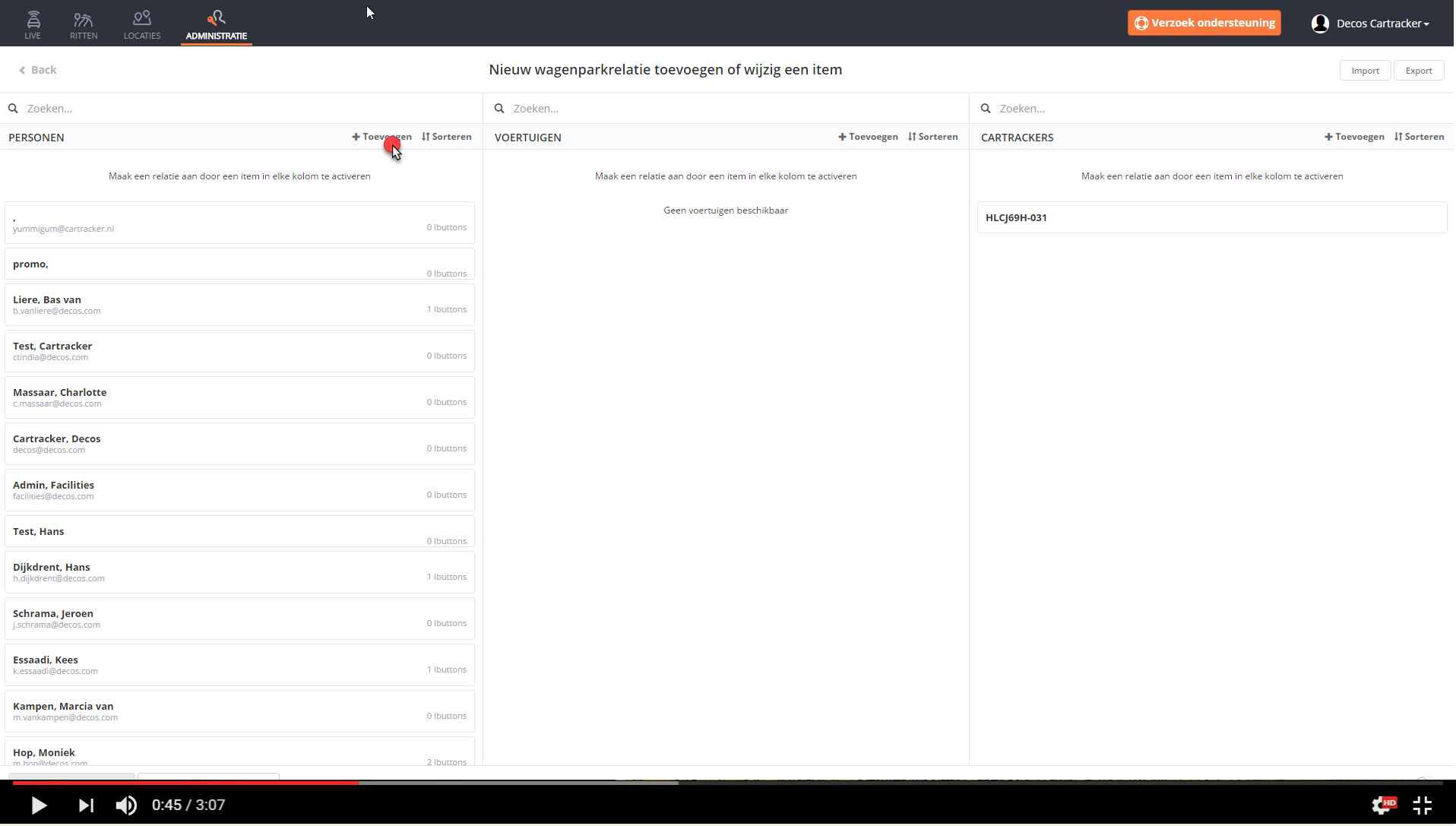
# Bijlage 17 – Virtuele tour

Hieronder staat een schets van een virtuele tour, die websitegebruikers zou moeten rondleiden door de functionaliteiten van het systeem.

*Figuur 57 – Virtuele tour*

# Bijlage 18 – Gebruiksvideo

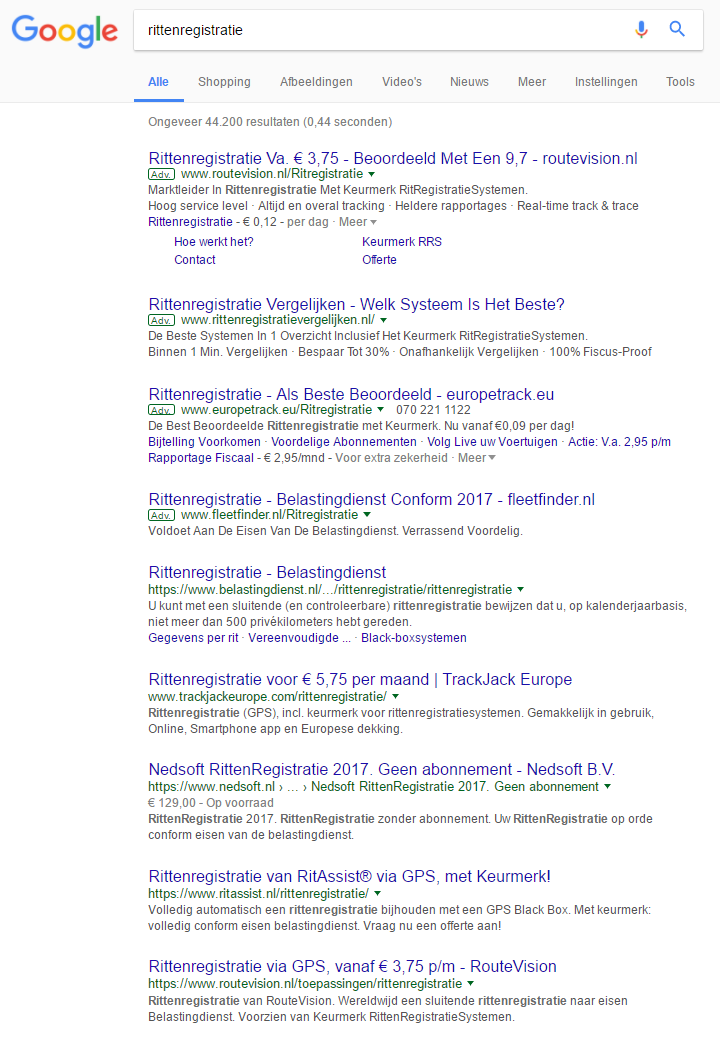
De afbeelding hieronder is een gefotoshopte schermafdruk, die schetst hoe een gebruiksvideo van het systeem Cartracker Live eruit zou kunnen zien.



*Figuur 58 – Mogelijke screenshot gebruiksvideo*

# Bijlage 19 – Zoekresultaten “rittenregistratie”

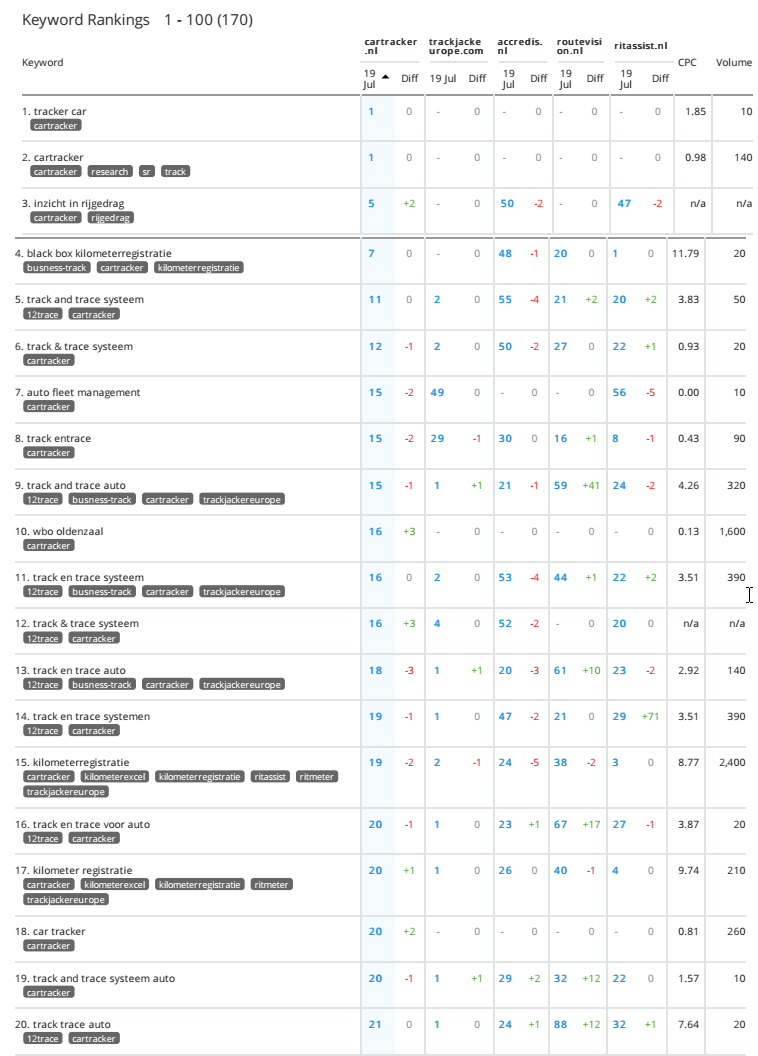
De zoekresultaten van een zoekopdracht (“rittenregistratie”) op 5 juni 2017 staan hieronder weergeven (Google, 2017).



*Figuur 59 – Zoekresultaten Google bij zoekopdracht “rittenregistratie”* (Google, 2017)

# Bijlage 20 – Relevante zoektermen SEO

In deze bijlage staat de top 20 relevante zoektermen voor Cartracker weergeven, opgesteld door internetmarketingbureau Opjacht (2016).



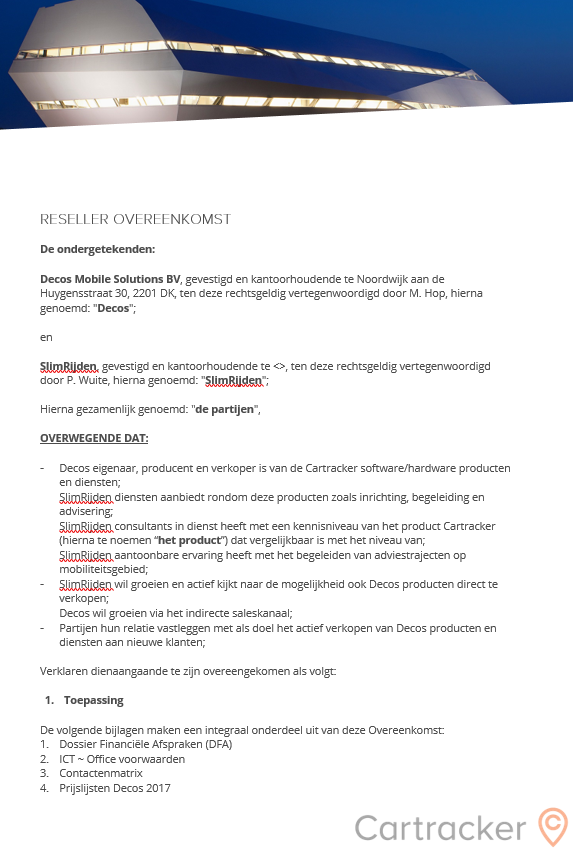
*Figuur 60 – Top 20 relevante zoektermen voor Cartracker* (Opjacht, 2016)

# Bijlage 21 – Contentkalender



*Figuur 61 – Contentkalender*

# Bijlage 22 – Eerste pagina reseller overeenkomst



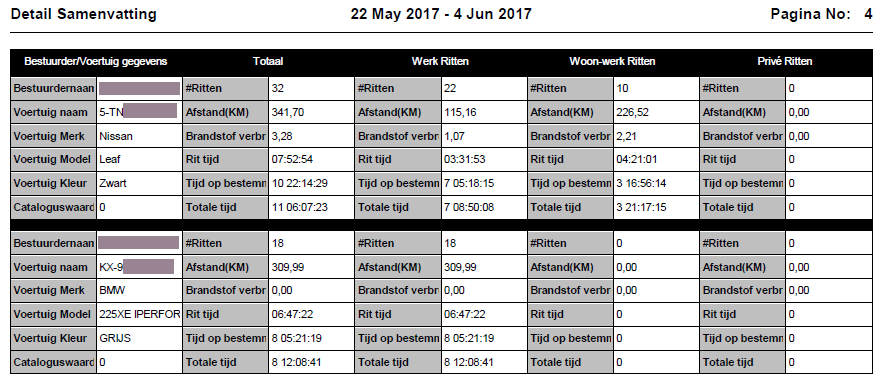
*Figuur 62 – Eerste pagina reseller overeenkomst*

# Bijlage 23 – Marges reseller overeenkomst



*Figuur 63 – Vastgestelde marges reseller overeenkomst*

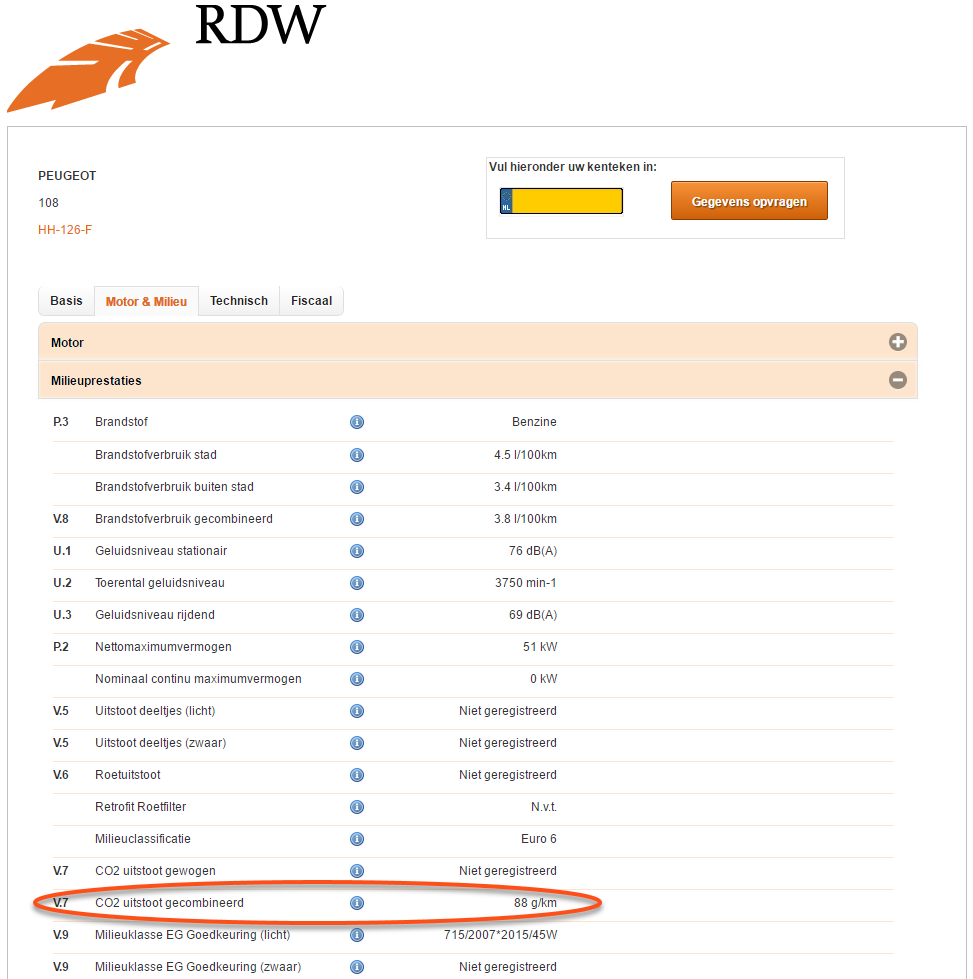
# Bijlage 24 – Samengestelde rapportage uit het CRM-systeem van Cartracker

Hieronder staat de detail samenvatting van een samengestelde rapportage uit het oudere CRM-systeem van Cartracker.

*Figuur 64 – Detail samenvatting van een samengestelde rapportage*

# Bijlage 25 – Voertuiggegevens RDW

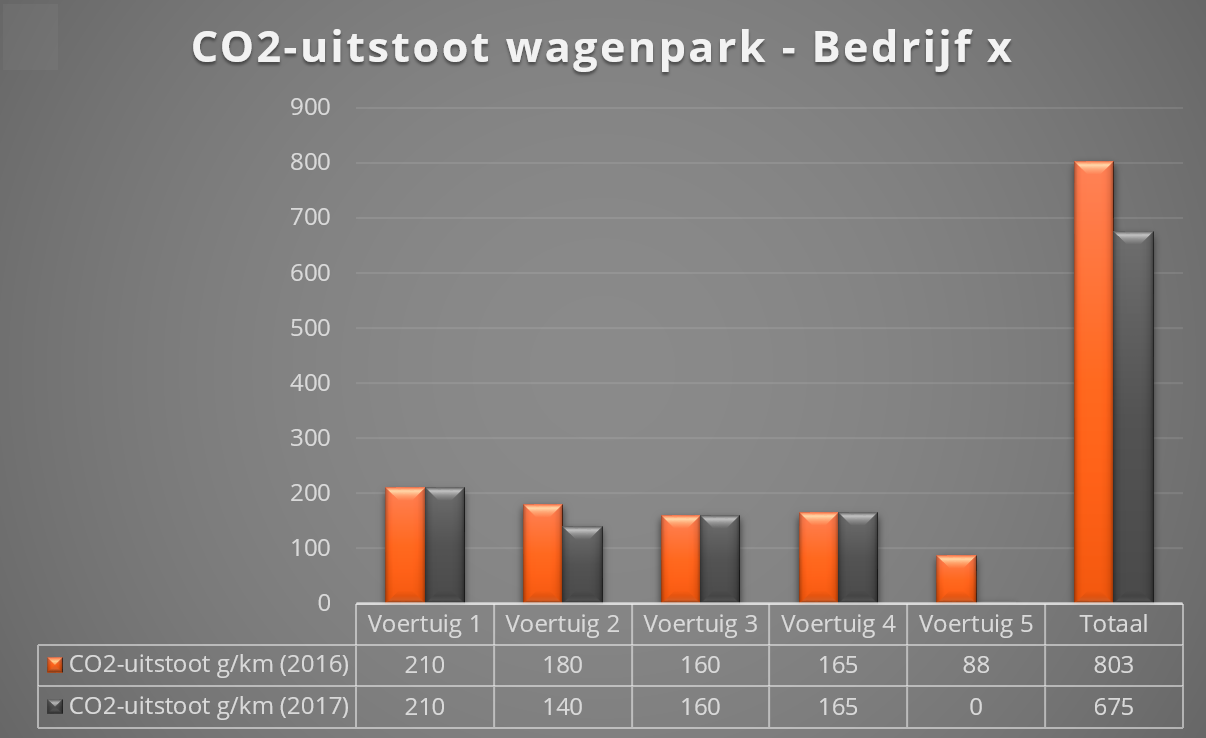
In een systeem van het RDW (2017) zijn allerlei verschillende soorten voertuiggegevens te vinden, die gekoppeld staan aan Nederlandse kentekenplaten. Onder andere de gecombineerde CO2-uitstoot, de uitstoot tijdens een combinatie van gestandaardiseerde stadsrit- en rit buiten de stad, is zoals in het figuur hieronder af te lezen (RDW, 2017). Deze gegevens omtrent de uitstoot staan al gekoppeld aan Cartracker, maar hier wordt op dit moment nog niets mee gedaan.



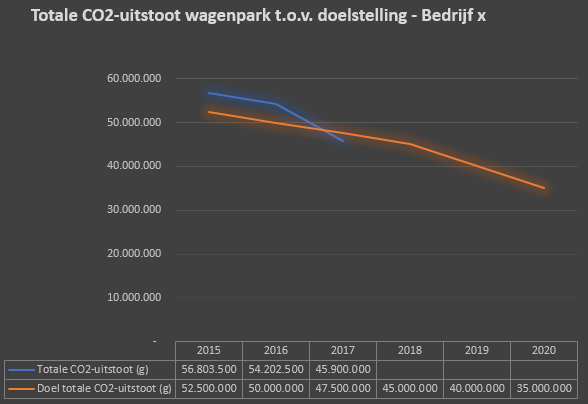
*Figuur 65 – Voertuiggegevens gekoppeld aan Nederlandse kentekenplaten* (RDW, 2017)

# Bijlage 25 – CO2-rapportages

Ter illustratie van het geschetste idee om gestandaardiseerde grafieken uit Cartracker Live te kunnen halen over de CO2-uitstoot, zijn de onderstaande twee grafieken opgesteld, gebaseerd op fictieve gegevens. In dit voorbeeld is voertuig 2 in 2017 vervangen door een zuiniger voertuig, en voertuig 5 in 2017 door een elektrisch voertuig. De onderstaande grafieken geven een indicatie van de manier waarop de rapportages ingevuld kunnen worden.

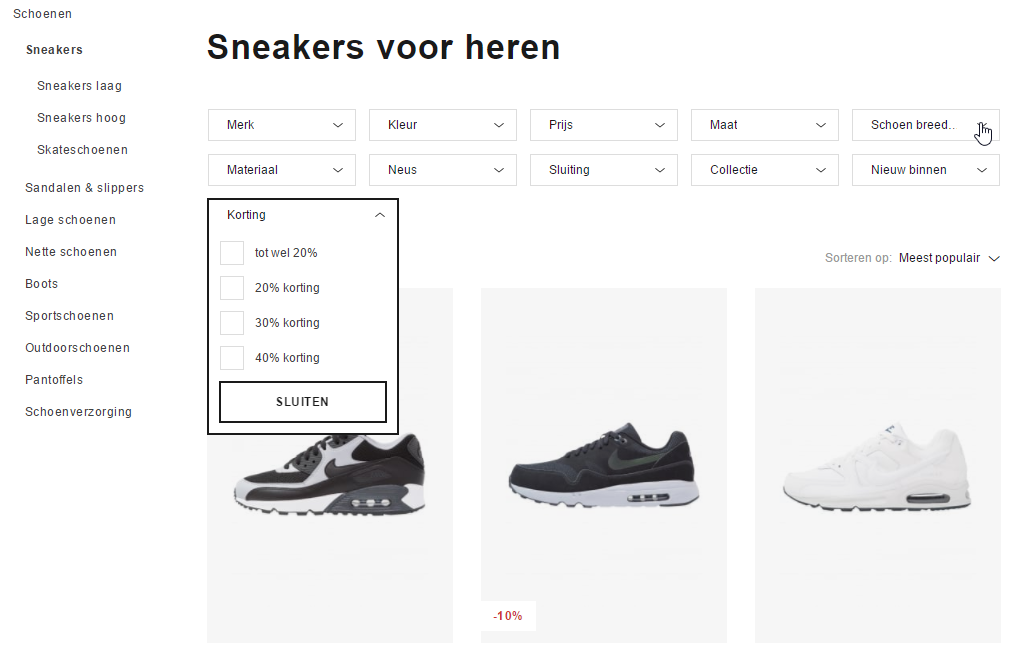


*Figuur 66 – Voorbeeldgrafiek CO2-uitstoot wagenpark*



*Figuur 67 – Voorbeeldgrafiek totale CO2-uitstoot wagenpark t.o.v. doelstelling*

# Bijlage 26 – Selectiecriteria opmaak rapportages



*Figuur 68 – Overzichtelijke selectiecriteria ter indicatie* (Zalando, z.d.)



*Figuur 69 – Indicatie mogelijke pushnotificatie-instellingen*

# Bijlage 27 – Interviews

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 1

I: Ik ben mijn afstudeerscriptie naar behoeften van wagenparkbeheerders aan het doen. Daarvoor heb ik een vragenlijst opgesteld met open vragen. En ik begin heel algemeen.

**R: Oke, dat is prima.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: 53**

I: Oke. In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Brabant**

I: En wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Industrieel ingenieur**

I: Wat is uw rol binnen bedrijf x?

**R: Ik ben algemeen bedrijfsleider.**

I: Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark in totaal?

**R: Tussen de… 3 of 24.**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Een uur in de week ongeveer.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Het is een belangrijke kostenposten, en aan de andere kant een belangrijke opbrengpost. Als je dan gaat kijken, naast computers en telefoons, staan wagens toch wel in de top 3.**

I: U noemt al kostenbesparing. Heeft u verder nog doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Wat we proberen meer te doen, is alles een beetje proberen op elkaar af te stemmen. Alles een beetje op eenzelfde lijst, dingen als banden… tanken. Dat we beter zicht erop hebben, en dat we het beter kunnen beheren.**

I: En op het gebied van wagenpark, jullie werken met Cartracker samen… Werken jullie nog met andere bedrijven samen?

**R: Leasemaatschappijen, bandencentrale waarvan alle wagen worden voorzien van banden.**

I: Wat doen die bedrijven precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Een beetje onderhoud… en verder… ook een stukje ontzorgen he… dat is ook wat we willen dat ze doen.**

I: En bieden deze partijen u ook nog bepaalde voordelen?

**R: Nouja… niet echt. Doordat ze ontzorgen hebben wij weer tijd voor andere dingen.**

*(Beslissingsproces)*

I: W*ie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen jullie organisaties?*

**R: De mensen uit de service, de mensen uit de boekhouding, en natuurlijk de bedrijfsleiding als het gaat om aanschaf van nieuwe wagens.**

I: Ja precies. En hoe ziet het proces er precies uit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Uhm… dat doet vooral Aleksi, dat is de operationeel directeur. Dusja… en op strategisch niveau ik zelf ook wel. Het ligt er een beetje aan… als het om banden gaat ofzo mogen de mensen zelf ook beslissen… ligt een beetje aan de prioriteit. En het bedrag. Als iemand het privé ook zou doen, mag die dat ook wel, maar al zou die privé twijfelen, dan moet hij overleggen.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Het centraliseren, het bijhouden. Dan krijg je weer een mailtje, dit lampje brand, dan krijg je weer een mailtje, denk aan de winterbanden. Dan weer APK… als je dat zou centraliseren, dat zou wel fijn zijn.**

I: Oke. En welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Vooral de zaken die voor discussie zorgen…**

I: Ja precies. Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Nou, die centralisatie… en verder… Ik zou best willen weten, als een iemand anderhalf keer zoveel brandstof verbruikt als de ander. Dan zou ik dat best willen weten. Maar dat komt er niet uit, of je moet handmatig alle bonnetjes gaan zitten invoeren…**

I: Ja precies. En op het gebied van wagenpark, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Rookmelding… in sommige wagens… die zijn hardnekkig die rokers. Dat vind ik altijd iets heel vervelends.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke… Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Veiligheid op de wagens… die steeds maar verbeterd. Nog niet zelfrijdend, maar bijvoorbeeld automatische afstand… en het verbruik is over de jaren verminderd. Elektrisch… dat komt meer en meer.**

I: En hoe zit dat voor jullie organisatie?

**R: Nou… nog niet echt. Zeker de actieradius… daarvoor moeten nog wel wat ontwikkelingen komen… technologisch en prijstechnisch.**

I: In hoeverre denken jullie dat deze ontwikkelingen er binnen 3-5 jaar voor zorgen… dat er wat anders kan gebeuren om jullie te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Ik uhm… Weet het niet echt. Het moet besparingen ook wel met zich meebrengen.**

I: In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Vanwege het fiscale… denk ik voorlopig nog wel een zakelijke auto. Mobiliteitsbudget nog niet.**

I: Oke… Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ik denk dat die niet veel gaat veranderen. Hij moet wel de technologische ontwikkelingen in de gaten houden… en de kosten steeds meer drukken.**

*(Duurzaamheid)*

I: Oke. En even over duurzaamheid. In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Ja… het speelt wel… maar ik denk dat het toch altijd een plaats zal nemen na de portemonnee.**

I: Na de portemonnee… En speelt uw wagenpark hierin een rol?

**R: Nouja, van zuiniger rijden… daar ben ik van overtuigd dat het een win win is.**

I: En… Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Voor mij… ik zie het komen dat het elektrisch gaat, en dat wordt ook betaalbaar denk ik.**

*(Rittenregistratie)*

I: Oke. Hoe houden jullie momenteel uw rittenregistratie bij? Met Cartracker?

**R: Ja.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Pfoe… dat vind ik wel belangrijk, anders zou het koppelen van locaties niet zo werken, en dat vind ik wel belangrijk.**

I: En wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Het is misschien wel handig, als je de uur registratie en de rittenregistratie in elkaar kan verweven als het ware.**

*(Track & Trace)*

I: Oke, en dan over track & trace. Gebruiken jullie weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Ja.**

I: Waarom?

**R: Nou… bijvoorbeeld, waar blijft de monteur?**

I: Ja precies. En hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Zoals die nu weergeeft is die goed. Je ziet hem verspringen.**

I: Hoe nauwkeurig moet track & trace minimaal zijn in uw ogen? In tijd?

**R: Uhm… zoals die nu zit is die wel goed, dat is een seconde ofzo? Dat vind ik voor de live-kaart wel belangrijk.**

I: Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Ik vind het laden van het systeem soms… duurt wel lang.**

*(Concurrentie)*

I: Oke. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd bij Cartracker?

**R: Geo Dynamics. Dat is een Belgisch systeem.**

I: Geo Dynamics. Waarom heeft u besloten om klant van Cartracker te worden?

**R: Omdat ons zusterbedrijf al Cartracker hadden.**

I: Welke aanbieders van track & trace systemen kent u allemaal?

**R: Nou, we hebben er toen der tijd een stuk of 3 overwogen, maar hebben toen uiteindelijk toch gekozen voor hetzelfde systeem. Misschien hebben we dan ook de mogelijkheid om de systemen te integreren later.**

I: Als jullie een beslissing nemen, op grond van welke criteria maakt u dan een lijst van bedrijven?

**R:** **Eigenlijk op ervaringen van anderen, van… referenties. Als er bepaalde verhalen rondgaan, als ik zoiets lees. Dat is een van de belangrijkste bronnen.**

*(Product)*

I: Ja precies… Uhm… Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen, of track & trace systemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Dat het snel en vlot werkt… en overzichtelijk.**

I: Oke, en stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?

**R: Geen idee. Ik ben van mening dat als ze iets voor mij zouden maken, dan het ook nuttig is voor anderen. Maar geen idee.**

*(Distributie)*

I: Oke. Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: In… op het internet.**

I: Hoe zou u dan zoeken?

**R: Ik zou zoeken naar zulke demo’s op het internet, dan zie je precies wat je moet zien. Dat lijkt me het meest logische.**

I: Ja precies. Op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Ja… het persoonlijk contact natuurlijk. Iemand die laat zien hoe iets moet, en die me ergens wegwijs in maakt. Maar goed, de eerste stap is altijd… als ik wat informatie krijg, en ik kan doorklikken, en ik kan een simulatie zien… Dat is dan mooi.**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Geen.**

I: Helemaal niet? En leest u weleens nieuwsbrieven via de e-mail?

**R: Ja… als het in mijn vakgebied ligt is het handig. Geen papier, leest vlot, en als ik het weg wil… delete, en het is weg.**

I: Oke. En hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Nieuwsbrieven, maar ook de vakpers, het nieuws.**

I: Hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Als we natuurlijk directe nieuwsbrieven krijgen. Dat is wel het handigst.**

I: Oke. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Pfoe… Hoe bereik je die mensen… beetje overal. Een hele brede markt… maar ik zit te denken, hoe vind je de adressen. Dan zou ik me als eerste op doelstellingen richten en kijken naar wagenparken met meer dan 10 wagens… Die informatie zou ik zoeken, maar die informatie… die is er wel, maar die is niet vrij.**

I: En hoe zou u die mensen dan proberen te bereiken?

**R: Eerst zou ik dan een mail sturen, en daarna gericht bellen. Dan zou ik eerst breed… en dan naar smal zegmaar..**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

*(Imago)*

I: Oke. Dan wat specifieker over Cartracker. Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend of collega?

**R: Als een track & trace systeem.**

I: En heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend, collega of famillielid?

**R: Laten we zeggen… neutraal of positief… kan me de laatste keer niet herinneren, maar dat komt wel is voor.**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Waarvan kent u Cartracker?

**R: Ons zusterbedrijf maakte er al gebruik van…**

I: Wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Uhm… nu, de toegankelijkheid.**

I: Wat vindt u de meest negatieve punten van Cartracker?

**R: Uhm… Ja… vroeger vond ik het configureren een van de negatieve punten, maar dit systeem nu is beter vind ik.**

I: Oke, dat is mooi… Mist u nog iets in het aanbod van Cartracker?

**R: Niet meteen… misschien, naast verkeersinformatie… op de live-kaart dat je nog meer informatie kan toevoegen.**

I: En wat bedoelt u met andere informatie?

**R: Nou, bijvoorbeeld een bepaald tankstation. Waar wij tankpassen hebben bijvoorbeeld.**

I: Oke. Als u iets zou moeten noemen wat Cartracker zou moeten verbeteren, wat zou dat dan zijn?

**R: De snelheid van het opstarten…**

I: Dan heb ik nu nog een aantal vraagjes op mijn computer… kunnen jullie deze kaartjes op volgorde van belangrijk naar minder belangrijk leggen?

**R: Dat vind ik wel prima, maar vind je het goed als we dat even anders doen. Kan je mij dat linkje sturen? Ik moet zo weg namelijk… dus dan kan ik het vanavond even op mijn gemakje doen.**

I: Uhm… Ja oke dat is ook goed. In principe… dan doen we dat zo wel, dan ga ik hem naar jullie doorsturen.

**R:**

I: Oke, dan de laatste vraag. Is er nog iets dat ik moet weten, maar waar ik niet naar gevraagd heb?

**R: Nou… ik je hebt wel diepe vragen gesteld… Je hebt wel veel gehad.**

I: Ja oke…

**R: Maar ik zou nog wel is willen weten hoe het nou zit… met de kosten en baten, dat je ook de baten ziet.**

I: Oke… duidelijk. Hartstikke bedankt voor het interview dan!

**R: Graag gedaan. Stuur je dan nog even die vragenlijst door?**

I: Ja dat doe ik gelijk.

**V3: Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?**

* **Automatische rittenregistratie met keurmerk -** 9
* **Inzicht in rijgedrag -** 6
* **Registratie werktijden -** 3
* **Koppeling tussen bedrijfssystemen -** 10
* **Track & trace van voertuigen -** 1
* **Ondersteuning bij routeplanning -** 5
* **Ondersteuning bij administratie -** 4
* **Prive/zakelijke registratie -** 8
* **Besparen op brandstof -** 7
* **Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig -** 2

**V4: Als u de volgende onderdelen zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?**

* **Rapportages en meldingen kunnen beheren -** Belangrijk
* **Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware -** Belangrijk
* **Dashboard overzicht van wagenparkgegevens -** Redelijk belangrijk
* **Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen -** Redelijk belangrijk
* **Bekende locaties (POI) kunnen beheren -** Redelijk belangrijk
* **Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) -** Onbelangrijk
* **De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken -** Belangrijk
* **Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) -** Onbelangrijk
* **Extra data omtrent rijgedrag -** Redelijk belangrijk
* **Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag -** Onbelangrijk

**V5: In hoeverre vindt u de volgende aspecten belangrijk bij een leverancier van track & trace systemen?**

* **Klantcontact -** Belangrijk
* **Pro-activiteit -** Belangrijk
* **Openheid en eerlijkheid -** Zeer belangrijk
* **Klantgerichtheid -** Zeer belangrijk
* **Flexibiliteit -** Belangrijk

**V6: Hoe beoordeelt u Cartracker op deze gebieden?**

* **Klantcontact -** Goed
* **Pro-activiteit -** Goed
* **Openheid en eerlijkheid -** Goed
* **Klantgerichtheid -** Goed
* **Flexibiliteit -** Goed

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 2

I: Zullen we beginnen? Ik heb eerst wat hele algemene vraagjes.

**R: Ja… ja dat is goed.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: Ik ben 25 jaar.**

I: Ja. In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Noord-Holland**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Ik heb MBO behaald en ben nu bezig met mijn HBO studie.**

I: Welke opleiding?

**R: Facility Management.**

I: Oke. Wat is uw rol binnen Omgevingsdienst Ijmond?

**R: Ik ben facilitair medewerker. Ik doe allerlei facilitaire zaken, en het wagenpark.**

I: Doen nog meer mensen dat?

**R: Nou ik ben verantwoordelijk voor… onder de teamleider bedrijfsbureau. Hij is degene waar ik verantwoording aan afleg zegmaar. Dus samen beslissen we dingen.**

I: Want hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: We hebben 8 Up’jes die op aardgas rijden… en een elektrische auto, dus in totaal 9.**

I: En hebben die allemaal een Cartracker?

**R: Ja… allemaal.**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Losstaand van het onderhoud, ben ik ook aan het kijken waar ze rijden, en… gebruiken we ze wel efficiënt genoeg? Uurtje of twee in de week ben ik wel aan het kijken waar we kunnen verbeteren. Dat sinds kort… voorheen was ik eigenlijk alleen een uurtje in de week bezig met rapportages, omdat we die verplicht op moesten sturen naar de accountants. Om te kijken… wat er met onze auto’s bijvoorbeeld buiten de kantooruren gebeurt… Maar naar aanleiding van de cursus die ik pas gehad heb van Decos… Je kan er zoveel meer mee. Dat heb ik nu gezien en dan ga ik daar lekker mee aan de slag.**

I: Oke, en als je dan alles bij elkaar optelt, hoeveel uur ben je dan gemiddeld in de week bezig?

**R: Toch wel 3 of 4 uurtjes.**

I: En er was nog iemand verantwoordelijk?

**R: Nou… ik ben de enige die zich met het wagenpark bezig hou. Alleen als ik iets koop ofzo, dan moet ik verantwoording afleggen… Maar ik zorg gewoon dat alle wagens rijden. Dat ik inzicht krijg in wat de wagens doen.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Nou… ik vind het belangrijk dat alle mensen gewoon een goede auto ter beschikking. Wij hebben meerdere auto’s die verschillende mensen kunnen reserveren. Maar de laatste tijd merk je dat sommige mensen gewoon veel weg zijn, en nooit een autootjes op de parkeerplaats… Ze zijn altijd weg, maar waarheen eigenlijk? En ik hoor steeds meer in de wandelgangen… Weer iemand een controledienst die de auto pakt… Geklaag over het gebruik van de auto’s. En wij zijn een omgevingsdienst, dus dan denk ik ook, als je een controle doet in een straal van 10 kilometer dan kan je dat ook gewoon fietsen. En daarom vind ik het belangrijk om ook inzichtelijk te krijgen vanuit rapporten wat er nou precies gebeurd met de auto’s.**

I: Ja precies. Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Kijken of de auto’s goed… hoe ze worden ingezet. En of we eventueel extra auto’s nodig hebben, dat zou ook kunnen. We hebben een best wel groot werkgebied.**

I: En jullie werken dus met Cartracker samen. Werken jullie met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Nee… wij hebben toen der tijd besloten om alle auto’s te kopen.**

I: Oke, en een bedrijf als Cartracker bijvoorbeeld. Wat doen zij precies voor de organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Nouja, het systeem wordt steeds beter. Dat systeem wordt steeds gemakkelijker. En ze zijn gemakkelijk bereikbaar. En… antwoord op je vraag… die inzicht in de rapportages, dat vind ik nou belangrijk. Dat ik inzicht krijg in het wagenpark. Hoe efficiënt worden wagens gebruikt? En waar kan het efficiënter? Dat is gewoon superhandig met Decos.**

I: Oke. En wat voor voordelen haal je nog meer uit Cartracker?

**R: Nou… we werken ook met andere applicaties van Decos, en dat maakt het werken toch wel een stuk makkelijker. Die snelle feedback maakt het ook allemaal wel heel prettig, en het meedenken. Als je denkt van… dit kan beter, dan denken ze ook met je mee. Je zal niet snel een nee horen van ze. Dat is zeker een pluspunt.**

*(Beslissingsproces)*

I: Oke duidelijk. Je zei het net al kort… Maar wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen de organisatie?

**R: Nou vooral ik dus, en deels ook een beetje mijn teamleider. Maar er is ook nog iemand van de buitendienst, ook een teamleider… ja goed, ik vind het belangrijk om ze erbij te betrekken, we hebben ook nog een kwaliteitsmedewerker. Die kijkt ook naar tijden, er worden bepaalde controletijden voorgeschreven, en dan wordt er ook gekeken hoeveel langer… of korter, ze op locaties zijn. En dat proberen we ook uit het systeem te halen. Maar ik ben eigenlijk de verantwoordelijke.**

I: Oke mooi. En hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark?

**R: Uhm… Nou… Het MT… ik doe een aanbeveling, en dan gaat het uiteindelijk langs het MT, die doet daar zijn zegje over. En dan kan het worden toegepast. Maar we zijn wel een organisatie, iedereen die erbij betrokken moet zijn, wordt er ook bij betrokken. En logische beslissingen… wat er stuk is… is er stuk en dat moet gewoon vervangen worden.**

*(Issues wagenpark)*

I: Oke duidelijk. Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Ja, de vele verschillende soorten gebruikers… het is soms lastig… het onderhoud. Je moet niet het politieagentje spelen, maar ook vanuit het facilitaire oog proberen mee te denken met alle gebruikers. Goed navigatiesysteem, telefoons die opgeladen kunnen worden. Gewoon goede facilitaire omstandigheden. Maar ook controleren met boetes bijvoorbeeld, dat je kan kijken… die dag is het gebeurd, die is het geweest. Dat maakt dit soort systemen het als wagenparkbeheerder wel heel prettig.**

I: Oke. En welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Uhm… meeste tijd is toch wel onderhoud en schoonmaakonderhoud. Niemand hier heeft ze persoonlijke auto, dus niemand… de ene heeft een vies terrein en dan komen ze met een vieze auto terug… en sommige hebben hem weer nodig voor een andere gelegenheid. Die wagens rijden overal en moeten er ook netjes uitzien vind ik, dus daar ben ik wel mee bezig.**

I: Ja precies. Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Ja dat vind ik een lastige… ik ben nu net, na die training… met nieuwe dingen begonnen en dat vind ik echt mooi. En Cartracker zelf komt ook wel met innovatieve oplossingen, dus in die zin… om het gebruik nog wat makkelijker te maken. En dat is nog wel een wens, dat het nog wat gebruiksvriendelijker wordt. Voor de rest is het wel te overzien.**

I: Oke… zijn er nog wel… op het gebied van wagenparkbeheer… wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Uhm… nou ik zou wel iets willen, waardoor ik kan zien of de auto’s schoongehouden kunnen worden. Als ik dat kan zien, dat zou ik wel willen hebben.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke. En welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar je weet van hebt nu?

**R: Ja… Sommige bedrijven willen je auto’s… terugnemen… en leasecontracten aanbieden. Leasen is helemaal hot in de autowereld. Ik hoor toch veel: dit kunnen we je aanbieden enzo… En ik hou me wel… ook vanuit jullie, altijd aanbevolen… als er iets, bijvoorbeeld software of hardware matig ontwikkelingen zijn… dan houd ik me altijd aanbevolen.**

I: Ja dat is altijd goed inderdaad. En zijn er nog bepaalde technologische ontwikkelingen op het gebied van wagenpark?

**R: Kan niet zo 1 2 3 ergens opkomen…**

I: Oke. Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om jullie te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Ik denk dat je dan toch wel een beetje naar het schoonmaken toe gaat, als we groter worden. Maar ik durf daar eigenlijk weinig over te zeggen.**

I: Hoe zie je dat voor je?

**R: Nou, momenteel ga ik naar een bepaalde carwash, dan gooi ik hem door de wasstraat heen. Maar ik heb ook gevraagd wat het kost om de auto’s op te halen, en door hun te laten schoonmaken. Daar heb ik een offerte voor aangevraagd. Daar zou ik altijd nog is op terug kunnen komen… maar dat is nu nog niet van toepassing… Misschien als het ergens goedkoper kan, maar in het kader van het milieu is het goed om het zo dichtbij mogelijk te laten doen.**

I: En elektrisch of zelfrijdend?

**R: Elektrisch speelt al bij ons, alleen het laden is nog een beetje een probleem. Zelfrijdend zie ik de komende 5 jaar nog niet gebeuren… dan zal dat echt nog veel te duur zijn.**

I: Ja precies. Duidelijk. In hoeverre bewegen jullie zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget?

**R: Niet iedereen heeft ze eigen auto, we proberen wel iedereen te stimuleren, van pak de auto, pak het openbaar vervoer, pak de fiets. En als het niet anders kan pak je de auto. Ze krijgen een NS-business card, en daarmee kunnen ze overal naartoe. En ik durf wel te wedden dat… als over een paar jaar de voorzieningen goed zijn, dat we volledig op elektrisch overgaan, qua wagenpark dan. Want we staan toch voor het milieu.**

I: Je noemt al een NS-business card. In hoeverre speelt een mobiliteitsbudget, een budget voor het personeel om met verschillende soorten mobiliteit te reizen, een rol binnen de organisatie?

**R: Woon- werkverkeer is gewoon goed geregeld. Medewerkers krijgen gewoon een extra vergoeding voor. Dat is nu al goed gefaciliteerd vanuit de werkgever.**

I: Oke. En dan nog een vraagje de toekomst in. Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ik denk dat dat nog steeds heel facilitair zal zijn. Ik denk dat andere partijen ook met oplossingen of ideeën gaan komen om wagenparkbeheerders te ontzorgen. Ik durf niet echt specifieke voorbeelden te noemen, maar dat je zelf minder hoeft te doen… Nog meer de medewerker gewoon ontzorgen.**

*(Duurzaamheid)*

I: Ik heb hier al het een en ander over gehoord intussen, maar in hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen jullie organisatie?

**R: Nou… duurzaamheid staat bovenaan. We staan voor de omgeving en het milieu. Dus we proberen ook andere partijen mee te laten denken over het milieu. Ook op het gebied van wagenparkbeheer.**

I: Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Dat we niet alleen op het wagenpark, maar ook bijvoorbeeld meubilair en partners, dat we criteria gaan stellen als we leveranciers, als we daar mee samenwerken.**

*(Rittenregistratie)*

I: Oke. En jullie houden momenteel rittenregistratie bij met Cartracker. Hoe belangrijk is het voor jou dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Ik ben geen… continu op het systeem meekijkt naar een rit. De uiteindelijke registratie moet gewoon volledig zijn. Het hoeft van mij niet continu aanwezig te zijn, maar de andere kant is het wel vervelend als je niet direct kan zien waar je staat.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Het zou gebruiksvriendelijker kunnen, maar we weten al wel dat Decos daarmee bezig is.**

*(Track & Trace)*

I: Hoe belangrijk is het voor jou dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Live voertuigen, wil ik wel dat het tussen de 5 en de 8 seconden… verspringt zien. Als je staat op een parkeerplaats moet je daar ook live staan.**

I: Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Niet dat ik me eventjes op dit moment kan bedenken…**

*(Concurrentie)*

I: Weet jij toevallig welke andere aanbieders jullie overwogen hebben, voordat jullie klant werden van Cartracker?

**R: Nee… dat was voor mijn tijd. Maar ik weet wel dat jullie als snel naar voren kwamen. Vanaf een bepaald bedrag moet je aanbesteden, dat was hier niet het geval. En we al met Join van Decos… En toen was het denk gewoon 1 en 1 is 2… en dan zien we wel hoe het gaat.**

I: Welke aanbieders van systemen als Cartracker ken je allemaal nog meer?

**R: Uhm… zou ik niet zo snel weten eigenlijk.**

I: Oke. Op grond van welke criteria, als jullie voor een bepaalde beslissing staan, bijvoorbeeld een nieuw systeem, maken jullie een longlist van mogelijke bedrijven?

**R: Zoals ik net aangaf staat duurzaamheid hoog in het vaandeel, maar ook toch nog wel de prijs, omdat het om gemeenschapsgeld gaat. En natuurlijk ook gewoon… we willen een zo’n goed mogelijk product. Voor een zo goed mogelijke prijs. Het moet ook gewoon functioneel en simpel zijn, effectief en efficiënt. En klantrelatie vind ik ook… dat is tegenwoordig zo belangrijk, maar dat is meer voor het behoud van een product of dienst.**

I: Wat is het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

**R: Duurzaamheid. En een zo goed mogelijk product voor een zo goed mogelijke prijs.**

*(Product)*

I: Oke, duidelijk. Wanneer je denkt aan ritregistratiesystemen, wat vind je dan belangrijk?

**R: Gemaks… gebruiksvriendelijkheid, dat je makkelijk de informatie eruit kunt vinden die je nodig hebt.**

I: Oke. Even kijken… Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem systeem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan wensen?

**R: Uhm… Eigenlijk gewoon volledige rapportages, waarmee je eigenlijk weinig hoeft te doen… je moet er altijd nog wel aan sleutelen. Dat er gewoon duidelijk is wat er in het wagenpark speelt en dat je ziet wat er nodig is. Voor mij is het met ons wagenpark nog wel te behappen, maar ik denk zeker voor grotere wagenparken… is dat zeker handig.**

*(Distributie)*

I: Stel dat je het wagenpark wilt uitrusten met andere systemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Ik denk toch in de omgeving. We proberen altijd leveranciers te vinden in de omgeving.**

I: Oke. En op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om nog in aanraking te komen met dit soort services? Rondom wagenparkbeheer?

**R: Nouja, op gegeven moment wordt je doodgestoken aan de telefoon, dus ja goed… Als je dan toch de verkopende partij bent, kom dan gewoon met een goed en helder verhaal via e-mail.**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen ben je actief?

**R: Instagram vooral.**

I: Maak je daar ook zakelijk gebruik van?

**R: Nee. Wel van LinkedIn.**

I: Oke. En lees je weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja, vind het wel belangrijk om op de hoogte te blijven, zeker van me vakgebied.**

I: Oke. Hoe blijf je op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Nou… ik vind het ook leuk om met mensen in gesprek te gaan over het wagenpark. Bijvoorbeeld met andere bedrijven. Zo word ik ook wel het liefste op de hoogte gehouden, ik denk dat dat een hele belangrijke manier is.**

I: Ja precies. Oke, en stel dat je de baas bent van een bedrijf dat rittenregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou je wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Uhm… Meer gebruik maken van social media, naar mijn mening wordt het in wagenparkbeheer niet veel… of niet gedaan. Daar valt in mijn optiek zeker nog wel wat te winnen. Zeker om gewoon een beeld te geven wat bedrijven precies doen… en dat helder en transparant. Hoe ziet bijvoorbeeld een product eruit? Ik moet eerlijk zeggen dat ook bij Cartracker… ik kreeg wel wat toegestuurd… maar ik wist niet hoe het eruit zag. Ik zou bijvoorbeeld wel een filmpje willen zien, waarin je iemand Cartracker echt ziet gebruiken. Dat krijg je echt een beetje een beeld, als wagenparkbeheerder, van zo kan het gaan straks. En verder zou ik gewoon brutaal zijn, gewoon bij wagenparkbeheerders op de stoep komen.**

*(Imago)*

I: Ja precies. Duidelijk. Hoe zou jij Cartracker beschrijven aan een vriend of collega?

**R: Een product dat nog steeds in ontwikkeling is, waarbij Cartracker veel meedenkt met de klant.**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Oke. En wat vind je de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Uhm… Ik denk toch op het moment de doorontwikkeling van het product. Nooit klaar. Dat maakt het ook prettig, dat vooruitstrevende en meedenkende.**

I: Oke, goed om te horen. En wat vind je het meest negatieve punten van Cartracker?

**R: Nou, nu nog de niet web-based versie… maarja daar zijn ze mee bezig. Dat is zo ongebruiksvriendelijk… dat houdt je nu toch nog wel een beetje tegen.**

I: Oke. Mis je nog iets in het aanbod van Cartracker?

**R: Als ik iets zou mogen aanbevelen, ik zou ook wel een keer iemand over de vloer willen hebben hier… De laatste tijd hebben we wel veel contact, maar dat is meer omdat ik met hulpvragen zit. Maar het is goed om ook een keertje bij de opdrachtgever te zijn, om te kijken waar diegene staan. Ik zou wel een keer in een half jaar of een jaar iemand langs willen hebben.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Ja precies, dat is zeker belangrijk. Dan heb ik hier nog een paar online vragen… Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 9
* Inzicht in rijgedrag – 8 - Dat hoeft van mij niet zo… Zoals ik al zei wil ik niet politieagentje spelen.
* Registratie werktijden – 12 – dat kan wel is handig zijn
* Koppeling tussen bedrijfssystemen – 4 – Deze vind ik wel belangrijk
* Track & trace van voertuigen - 11
* Ondersteuning bij routeplanning - 10
* Ondersteuning bij administratie – 3 – Dit is belangrijk. Dit zorgt voor het ontzorgen zegmaar… Dat is wat je wil.
* Prive/zakelijke registratie – 1 – Dit is waar we Cartracker in eerste instantie voor gebruiken.
* Besparen op brandstof – 6 – Dit kan al door een auto niet in te zetten
* Diefstalpreventie - 7
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig – 2 – Als je wil kijken, moet dat natuurlijk wel kloppen.

I: Wat zou je op het lege kaartje zetten?

**R: Uhm… moet dat? Dat weet ik even niet.**

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Zeer belangrijk – Dit is dus het belangrijkste voor ons
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Redelijk belangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Zeer belangrijk – Dat dit gebruiksvriendelijk is vind ik erg belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Belangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag – Belangrijk

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Zeer belangrijk – Zoals ik al zei… zeer belangrijk.
* Pro-activiteit - Zeer belangrijk – Deze ook.
* Openheid en eerlijkheid - Belangrijk
* Klantgerichtheid - Zeer belangrijk
* Flexibiliteit - Zeer belangrijk – Dit is allemaal gewoon heel belangrijk.

I: Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?

* Klantcontact - Zeer goed
* Pro-activiteit - Redelijk goed
* Openheid en eerlijkheid - Goed
* Klantgerichtheid - Goed
* Flexibiliteit - Goed

**R: Goed zo?**

I: Ja! Dat was hem dan. Hartstikke bedankt voor je tijd!

**R: Geen dank!**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 3

I: Dan heb ik eerst wat hele algemene vragen. Dan ga ik vragen naar het wagenpark in het algemeen, en vervolgens specifieker op rittenregistratie.

**R: En natuurlijk behoefte van het wagenparkbeheer, want dat is wat anders dan alleen rittenregistratie.**

*(Algemeen)*

I: Ja dat klopt. Allereerst. Wat is uw leeftijd?

**R: 62.**

I: En in welke provincie bent u woonachtig?

**R: Noord-Holland.**

I: Oke. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: HTS Autotechniek.**

I: Wat is uw rol binnen deze organisatie?

**R: Momenteel vervang ik iemand die het wagenpark doet, en ik heb het wagenpark gedaan. Ik ben dus… hoe zal ik het zeggen. Probleemoplossend. Noem het Assetmanagement.**

I: Oke. Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: 90 denk ik.**

I: Allemaal met een Cartracker?

**R: Alles wat rolt zit een Cartracker in.**

I: En hoeveel tijd bent u ongeveer wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Een halve dag.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Heel belangrijk, elk beheer is belangrijk.**

I: Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Om de kosten zo laag mogelijk te houden. Dat is een opendeur… want hoe gebruik je het en wat schaf je aan? En hoe efficiënt ga je met dat ding om.**

I: Ja precies. Met welke partijen werkt u allemaal samen op wagenparkgebied?

**R: Geen enkele. We hebben Cartracker van Decos, that’s it. En we hebben een brandstofpas.**

I: Wat doen die bedrijven precies voor u? Welke pijnpunten lost Cartracker op?

**R: Cartracker wordt vooral gebruikt om te kijken wie een boete heeft gereden.**

I: En haalt u ook nog behaalde voordelen eruit?

**R: Nee. Omdat Cartracker namelijk… is namelijk geen wagenparkbeheersysteem. Want een wagenparksysteem geeft overzicht, terwijl Cartracker… geeft een overzicht per gebruiker.**

I: Dat kan Cartracker toch?

**R: Dat weet ik niet… als dat zo is zie ik dat zo graag.**

*(Beslissingsproces)*

I: Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen deze organisatie?

**R: Administratie en de uitvoering.**

I: Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Goeie vraag. De gebruiker wordt gevraagd programma van eisen en wensen opgesteld. Over het algemeen is het vervanging van een voertuig… dan krijg je een bepaald bedrag, en dan is het wel of niet aanbesteden. Anders beslist het management.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Voor mij geen enkele.**

I: Welke bezigheden of taken kosten u het meeste tijd op een dag?

**R: De administratie, dus hoe rangschik je de gegevens.**

I: Oke. Wat zijn nou enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Overzicht, per auto en per chauffeur.**

I: Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Een overzicht, waarin ik dus een overzicht heb van de voertuigen, en de typen, en de chauffeurs. Dat ik kan zien hoeveel kilometer die heeft gereden, welk cijfer en welke auto. Ik zou ook wel willen weten hoeveel kilo er in een vrachtwagen zit. Als een vrachtwagen dan alleen maar lege bakjes zit te rijden… dat ik het dan weet.**

I: Wat zou het voor u betekenen als er hier een oplossing voor beschikbaar was?

**R: Dat geeft veel inzicht en rust.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Dat men steeds meer de gegevens van een voertuig download naar het bedrijf… en dan koppelt in groepen, dat je dan overzicht hebt. En we willen ook graag weten, wie zitten er in die auto, en vaak zijn dat er meer dan 1. Dan wil ik weten wie er precies in welk voertuig zit.**

I: Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Wat er steeds meer gaat gebeuren, is dat ze gebruik gaan maken van de data uit een voertuig. Dat je real-time dit soort gegevens kan downloaden. Dat soort gegevens zou ik wel willen weten.**

I: In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Is allemaal eigendom. Wij schaffen de zaken zelf aan.**

I: Speelt een mobiliteitsbudget wel of niet binnen uw organisatie?

**R: Nee. Helemaal niet.**

I: Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ik denk, omdat het wat eenvoudiger wordt, dat die dat ook combineren met bijvoorbeeld efficiency.**

*(Duurzaamheid)*

I: In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Dat is een groot thema. Maar de schoonste kilometer, is de kilometer die je niet rijdt.**

I: Juist, want in hoeverre speelt uw wagenpark hierin een rol?

**R: We zijn bezig met het elektrificeren van het wagenpark. We hebben ook al dualmotors, waar gebruik wordt gemaakt van diesel en aardgas.**

I: Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Dat we steeds meer voertuigen of handelingen elektrisch gaan doen.**

*(Rittenregistratie)*

I: Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij?

**R: Cartracker houdt het vast en slaat het op. En als ze het nodig hebben dan halen zet het eruit.**

I: Wie is ze?

**R: De teamchef. Dus de afdeling uitvoering.**

I: Oke. Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Zodra ik er een overzicht uit zou kunnen halen, dan is het mooi.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Nou… dus een overzicht, en niet per rit. Dat is niet nuttig, maar een overzicht van alle ritten.**

*(Track & Trace)*

I: Gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Ja, dat gebruik ik dus om te kijken waar iemand heeft gereden, bij bijvoorbeeld schades.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Totaal niet. Met het afleveren van goederen heb je dat wel, maar wij hebben dat niet. Maar ik wil wel dat het uiterlijk om de 10 seconde ververst.**

I: Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Dat heb ik je net gezegd, een rittenoverzicht. Wat belangrijker is, wat heeft hij gedaan, en wie zitten er in een voertuig. En heb ik nog afval gestort, en heb ik nog een bon meegekregen of… groen ergens neergelegd… Dus werk gerelateerde gegevens.**

*(Concurrentie)*

I: Oke. Welke andere aanbieders zijn er overwogen voordat jullie klant werden van Cartracker?

**R: Ik heb toen der tijd een ander alternatief aangeboden, maar die is het niet geworden.**

I: Welke was dat?

**R: Uhm… fleet… fleet… card of zoiets, maar in ieder geval een wagenparksysteem, en geen track & trace systeem.**

I: Waarom is er toen besloten om klant van Cartracker te worden?

**R: Dat weet ik niet. Dat hebben collega’s toen besloten.**

I: Welke aanbieders van rittenregistratiesystemen kent u allemaal?

**R: Ik geloof dat er een stuk of vier zijn inmiddels in Nederland. Maar dan heb ik het over wagenparkregistratie, waarvan track & trace dus een onderdeel is. En het rijgedrag een onderdeel is. Maar ik kan ze niet opnoemen.**

I: Op grond van welke criteria maken jullie een longlist van bedrijven?

**R: Duurzaamheid uiteraard. En in toenemende mate.**

I: Wat is dan wel leidend?

**R: Geld is vaak toch nog leidend, en veiligheid.**

*(Product)*

I: Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?

**R: Nou… wat ik wil, wil elke wagenparkbeheerder…**

I: Nee maar stel dat…

**R: Wat ik dus al zei, dat ik weet wie er wanneer en welke auto zitten.**

*(Distributie)*

I: Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe systemen?

**R: Dan zou ik bellen of op internet zoeken naar een wagenparksysteem.**

I: Zijn er nog andere manieren waarop u het wenselijk zou vinden om in aanraking te komen met dit soort systemen?

**R: Aan collega’s vragen. Via me netwerk. Zou ik het dan doen.**

*(Promotie)*

I: Oke. Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Helemaal niet.**

I: En leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Nieuwsbrieven, ja. Maar dan heb ik mezelf aangemeld.**

I: Wat vindt u daarvan?

**R: Die lees ik net als een folder… ik lees hem door, en op het moment dat het interessant is…**

I: Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Via internet.**

I: Internet. Bepaalde websites?

**R: Via Google, en uhm… universitair, en allerlei andere technische website, van de TU. En innovatiezaken via televisie.**

I: Oke. En hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Pff… Nou het gaat wel goed zo.**

I: Oke. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Door ze aan te schrijven, en door te zeggen dat ik voor hun een ontzorgend systeem heb. Of gewoon langs gaan, bij de grote jongens. Daar ga ik gewoon langs.**

*(Imago)*

I: Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend/ collega?

**R: Voor privé kilometers, prima. Voor ritregistratie per persoon prima. Voor wagenparken niet.**

I: Wat zou Cartracker kunnen doen om dit beeld te verbeteren?

**R: Als ze dat willen, dan moeten ze aan de bak met de dingen die ik net gezegd heb.**

I: Uhm… oke. Heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend, collega of famillielid?

**R: Collega’s, en dat is niet zo positief…**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Waarvan kent u Cartracker?

**R: Het is toen gekozen door mijn collega’s… toen der tijd.**

I: Wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Momenteel is dat niet zo makkelijk, het werkt nu iets gecompliceerder dan het was. Door die overgang, krijg ik het allemaal niet echt meer voor elkaar, wat ik wil.**

I: Dat is vervelend… Wilt u nog andere negatieve punten kwijt?

**R: Nee...**

I: Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Ja. Dat is het proactieve van het systeem.**

I: Hoe bedoelt u dat?

**R: Ik wil dat je bijvoorbeeld een kring van bijvoorbeeld 20 kilometer kan selecteren, en als iemand eruit rijdt… dat je dan een melding krijgt. Of als bijvoorbeeld iemand 3 keer een noodstop maakt, of als iemand 3 keer lager dan een 3 heeft gekregen voor zijn rijgedrag. Dus dat ik niet hoef te zoeken, maar dat die het mij meldt.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Ik heb hier allemaal kaartjes. Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk - 12
* Inzicht in rijgedrag – 3 – Deze moet omhoog
* Registratie werktijden – 4 – Deze, maar dan voor meerdere personen. Dit moet ook op een paar seconden
* Koppeling tussen bedrijfssystemen – 1 Ja, erg belangrijk
* Track & trace van voertuigen - 6
* Ondersteuning bij routeplanning - 8
* Ondersteuning bij administratie - 5
* Prive/zakelijke registratie – 10 – Deze hier en dat is hem
* Besparen op brandstof – 7 – Dit… uhm…
* Diefstalpreventie – 11 – Nee die zou ik hier neerzetten
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig – 9 – Dit hoeft niet op de seconde, registratie werktijden wel
* Leeg – 2 – Bij leeg zeg ik, gegevens van het voertuig, en die ziet ik dan… op 2

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - N.v.t.
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Zeer belangrijk – Dat is natuurlijk belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Zeer belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Zeer onbelangrijk – Ik zou niet weten wat ik hiermee op de live-kaart moet
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren – Onbelangrijk – Nou dat vind ik niet belangrijk…
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) – Onbelangrijk – Ik zou niet weten waarom
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Zeer belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) – Belangrijk – Dit vind ik wel belangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Zeer belangrijk – Dit ook weer… wel op groep
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag – Belangrijk – Leuk gevonden, maar ook weer gerelateerd aan het aantal kilometers natuurlijk…
* Anders, namelijk: En dan doe ik hier groepsoverzicht wagens en chauffeurs

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Zeer belangrijk
* Pro-activiteit - Zeer belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Belangrijk
* Klantgerichtheid - Zeer belangrijk
* Flexibiliteit - Zeer belangrijk

I: Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?

**R:**

* Klantcontact - Zeer goed
* Pro-activiteit - Redelijk goed
* Openheid en eerlijkheid - Goed
* Klantgerichtheid - Goed
* Flexibiliteit - Goed

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 4

I: Dan ga ik beginnen met eerst wat hele algemene vragen.

**R: Prima.**

*(Algemeen)*

I: Als eerste, wat is uw leeftijd?

**R: 55… uhm… 56.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland.**

I: Zuid-Holland. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Hbo, uhm… SPD, dat is Hbo ja.**

I: Oke. En wat is uw rol binnen Vlasman?

**R: Ik ben verantwoordelijk voor het geld en het IT, en alles wat eraan vast zit met verzekeringen enzo…**

I: En ook voor het wagenpark?

**R: Ook voor het wagenpark ja… de administratieve kant dan. Ik sleutel zelf niet.**

I: Nee precies. Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: 80/ 85…**

I: En zijn die allemaal voorzien van Cartracker?

**R: Ja… niet de luxe personenwagens trouwens. Wel alle busjes en vrachtwagens. Dus ik denk… 80 of 75 met Cartracker… En nog een stuk of 10 personenwagens.**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: In tijd? Een uurtje of 2.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Het is belangrijk dat de wagens rijden natuurlijk… maar de dingen waar ik mee bezig ben… niet eigenlijk. Het is wel om onze mensen en spullen van A naar B te krijgen.**

I: Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Nou… om de mensen en spullen van A naar B te brengen dus… Wij zijn aannemer he.**

I: U werkt met Cartracker samen? Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Nee… nee.**

I: Hebben jullie bijvoorbeeld de wagens in eigen beheer?

**R: Ja.**

I: Oke. Wat doet Cartracker precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Uhm… Echt het pijnpunt dat ze oplossen zijn de fiscale eisen die gesteld worden vanuit de Belastingdienst, te weten hoeveel kilometers er gereden zijn… dat lossen zijn vooral op.**

I: Biedt Cartracker verder nog voordelen voor uw organisatie?

**R: Nee… Nee. Dat niet.**

*(Beslissingsproces)*

I: Oke. Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen dit bedrijf?

**R: Ik zelf… de directie dan voor de aankoop, en de werkplaats.**

I: Oke. Uhm… Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie? Wie hebben daar allemaal invloed op?

**R: Dat is dan de teamleider samen met de directie. En ik maak dan een financieringsplan of de middelen ervoor zijn. We maken een keer per jaar een budgetplan… Deze auto’s kunnen nog zo lang meelopen, deze gaan eruit… dus op basis van die begroting gaan we kijken wat er vervangen moet worden.**

I: En stel dat er een nieuw rittenregistratie wordt aangeschaft, hoe gaat dat dan?

**R: Dat beslist het managementteam. Dat komt dan… vanuit mij, met de mensen vanuit de werkplaats, maar de beslissing zou ik nemen dan, of we het wel of niet zouden doen.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Het lastigste is het bijhouden, van wie rijdt er in?**

I: Hoe doen jullie dat?

**R: Met het handje… het wisselt namelijk nogal veel.**

I: Maar jullie maken dus niet gebruik van de druppels?

**R: Nee… die raken ze allemaal kwijt… we zijn een sloopbedrijf he.**

I: Haha. Iedereen ze kwaliteiten he?

**R: Haha nee… we hebben het systeem echt puur voor rittenregistratie, verder interesseert het ons geen moer wie er allemaal in rijden zegmaar… Het is gewoon puur voor de Belastingdienst. Maar het is wel lastig… we hebben al die gegevens wel in het systeem… en dat kost wel veel tijd. Want we moeten dat allemaal los intypen, en dan moeten we het ook nog een keer in die wagenparkmodule intypen. En dan hebben we ook nog een los tanksysteem waar alle autonummers ook nog in moeten. Dus het lastige is om alles bij te houden.**

I: Ja precies… Wat is het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: We hebben geen moeilijkheden… het is meer tijdrovend.**

I: Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Uhm… Nah ik heb niet echt behoeften… het gaat al jaren op dezelfde manier. We hebben een budget… we proberen wel een beetje merkvast te zijn, wat toch wel te maken heeft met relatie. Daar hebben we een hele goede band mee, het is natuurlijk ook een kwestie van gunnen.**

I: Oke, en op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Hmm… Zelfrijdend haha! Dan heb je in ieder geval minder schades.**

I: Stel zelfrijdend wordt echt in later, zou u dit dan ook willen voor deze organisatie?

**R: Jazeker! We zijn een sloopbedrijf, maar we zijn qua IT heel ver hoor.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke. U noemt al zelfrijdende auto’s. Welke ontwikkelingen spelen er nog meer op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Nou nu zeg ik wel zelfrijdend, maar zeker elektrisch… die ontwikkelingen zijn allemaal zo groot dat we er over een paar jaar allemaal baat bij hebben. Daar gaan we wel naartoe. Want als bedrijf moet je ook een CO2-footprint uitgeven, en daarin zouden elektrische auto’s wel echt een oplossing zijn.**

I: Ja want heeft u een idee hoeveel het wagenpark in procenten verantwoordelijk is voor jullie totale uitstoot?

**R: Ik zelf niet, maar het is wel ergens vastgelegd… Maar die machines zijn de grootste vervuilers.**

I: En wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Nou… ik hoop een verdere integratie van alle databases die met het wagenpark te maken hebben. Ik heb nu een database, daar moet ik alles in doen, en dan heb ik ook nog een aantal sub databases waarin alles moet komen… Dan zou het mooi zijn als het gekoppeld werd. Als dat allemaal met elkaar kan praten.**

I: En welk centraal systeem?

**R: Microsoft Dynamics, maar het wagenparksysteem is weer een apart systeem. En het tanksysteem ook want ik heb me eigen dieseltank hier. Dat moet allemaal eigenlijk geïntegreerd worden.**

I: Oke. Jullie hebben nu veel eigen auto’s. In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Nou dat blijft voorlopig nog wel zo… mobiliteitsbudget speelt niet echt. Als iemand een bepaalde auto, en er is budget, wil zegt de baas al snel… het is goed.**

I: Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Nou denk nog steeds een bij taak. Wagenparkbeheer is hier geen volledige functie ofzo… En voor de rest… die dingen moeten blijven rijden. Hopelijk wordt het wat duurzamer, maar nog steeds moet je van A naar B… of dat nou elektrisch is of Diesel.**

*(Duurzaamheid)*

I: Ja precies. U noemde net al de CO2-footprint. In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Veel, want dit is tegenwoordig een eis. En je moet het ook meten. Sommige overheidsinstellingen laten je pas inschrijven als je laat zien er echt mee bezig bent. Deels is het goed voor het milieu om het te doen, en deels heeft het ook een zakelijke kant.**

I: En in hoeverre speelt uw wagenpark hierin een rol?

**R: We hebben al heel veel hybrides rondrijden, en de vrachtwagens zijn natuurlijk Euro 5/ Euro 6. Maarja, je kan niet alles meer kopen dus daar heb je weinig over te zeggen.**

I: Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Dat de wagens steeds zuiniger worden als ze al niet op elektra gaan. We willen graag elektrisch gaan rijden, maar dat ligt wel aan de ontwikkelingen van de markt. De actieradius moet omhoog. Met hybride, gaat een wagen op gegeven moment gewoon over de tank. Maar aan de hand van die ontwikkelingen, daar zouden we gelijk in meegaan.**

*(Rittenregistratie)*

I: Duidelijk. Wat specifieker op rittenregistratie… Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij? Via Cartracker?

**R: Ja.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Voor mij niet… maar voor de Belastingdienst he. Wij doen daar verder heel weinig mee. Heel af en toe kijken we weleens uren na als we denken dat er gesjoemeld wordt… maar verder niet.**

I: Oke. Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Uhm… we hebben dat van Decos. We willen een keer een print hebben, een overzicht van de berijders. Een historie van iemand… Als iemand een keer een schade rijdt, dat je dan een overzicht hebt van… hoe rijdt iemand? Dus qua rapporten kan het nog wel wat uitgebreider. Ik zeg nou wel dat ik er heel weinig mee doen… maar als ik er zo over nadenk, dan zie ik dat we er toch nog wel regelmatig wat dingen uithalen… met schades en boetes, of weten wie er in een auto heeft gezeten.**

I: Dus wat wilt u dan precies qua rapportages?

**R: Nou… dat ik van 1 tot 5 april selecteer, en een berijder, en dat je dan een overzicht krijgt hoe er is gereden bijvoorbeeld… en hoeveel.**

*(Track & Trace)*

I: Oke. Gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Ja… daar wordt wel naar gekeken… dat doet onze transportplanner. Als er iets tussendoor komt dan kan hij… ik neem aan dat hij dan kijkt waar iemand dan rijdt bijvoorbeeld.**

I: En uhm… Hoe belangrijk is het voor u dat die live kaart van track & trace op een aantal seconden ververst?

**R: Als het 10 seconden is, dan is het goed. Minimaal 10 seconden… en maximaal een minuut.**

I: Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Uhm… nu schiet er niets te binnen… ik zit te denken of er misschien bepaalde dingen als urenregistratie automatisch kan gaan verlopen… dat doen sommige bedrijven natuurlijk… Wij doen het weleens als check, maar we hebben de controle ook bij de opdrachtgever he… dusja… kan het iets verbeteren, dat weet ik niet.**

*(Concurrentie)*

I: Oke, dan over de concurrentie. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van Decos Cartracker?

**R: Geen. Er zijn geen anderen overwogen. De baas was een keer op pad geweest met de eigenaar van Decos toen der tijd… het is aan de borreltafel gekocht. Ik was er niet zo’n voorstander van, maar we moesten iets hebben… Heel eerlijk gezegd denk ik wel dat er toen een beter product was dan van Decos… Nu zie ik wel hele goede vorderingen, maar toen rammelde het nog van alle kanten.**

I: Ja er zijn heel veel ontwikkelingen gaande… Welke aanbieders systemen kent u allemaal?

**R: Nou… je hebt nog Fleet... uhm… Fleet… die bellen ons elke keer. Ik weet het even niet precies.**

I: Fleetmatics?

**R: Nee… dat niet… ik weet het even niet precies. Goed teken voor Decos he?**

I: Haha precies. Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven als er een bepaalde keuze gemaakt moet worden?

**R: Dat hangt af van de deal… met het wagenpark… het gaat toch heel veel op relatie. Het is niet zo zeer dat we de markt afgaan om de goedkoopste te krijgen… het is meer… wie kan bieden wat je nodig hebt… en met een longlist zijn we ook heel erg leverancier gebonden, omdat het dan uitwisselbaar is.**

I: En dat bepaalt dan ook wie erop de shortlist komt?

**R: Ja… wie kan bieden wat we willen, dan blijven er vaak al niet zo veel over.**

I: Wat is het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

**R: Dat is veelal vertrouwen. Passen we bij elkaar? Prijs is een punt, maar niet doorslaggevend.**

*(Product)*

I: Wanneer u denkt aan rittenregistratie, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Ik vind het belangrijk dat de Belastingdienst tevreden is… het is ook wel belangrijk om is een keer terug te kijken. Ik heb het systeem heel lang genegeerd, maar uiteindelijk, pas was er weer een ongeluk gebeurd, en toen ging ik kijken. Toen bleek dat als je de kaart, dat je ook echt Google Earth kan gebruiken om te zien waar het precies is gebeurd… dat is mooi! Dus langzaam begin ik er ook lol in te krijgen om het te gebruiken. En dan gaat het niet om de kilometers. En toen heb ik gelijk de bestuurder erbij gepakt, en gekeken naar ze rijgedrag. En dat was dan weer heel goed, en dat is goede informatie! Dus het begint nu wel te lopen langzamerhand…**

I: Oke, dat is goed om te horen! Uhm… Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?

**R: Een koppeling met mijn hoofddatabase, dus dat als ik in mijn database iets verander, dat het direct door vertaalt naar een ander systeem.**

*(Distributie)*

I: Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen/ track & trace systemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Google... want ik heb geen flauw idee wat er op de markt is… en dan zou ik wat websites gaan bekijken, en dan zou ik er een paar uitkiezen en uitnodigen.**

I: Ja precies. En op welke andere manier zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort systemen?

**R: Uhm… het mooiste zou zijn, dat het een universeel systeem… gelijk bij aankoop ingebouwd is.**

*(Promotie)*

I: Oke, dat is duidelijk. Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Ikke… op Facebook… Twitter en Linked heb ik eruit geflikkerd.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Nee. Als Vlasman hebben we wel Twitter en LinkedIn, dat wordt ook door een professioneel bedrijf gerund.**

I: Oke. Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja.**

I: Wat vindt u daarvan?

**R: Als het onderwerp me interesseert… ik ben een financiële man en hou van automatisering, dus als daar ontwikkelingen zijn hoor ik dat graag. En is het niet interessant, dan klik ik op unsubscribe.**

I: Oke. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Ja… me inlezen.**

I: Waar?

**R: Internet ook.**

I: Nog specifieke websites? Of nieuwsbrieven?

**R: Jua… bij merken wel.**

I: Hoe zou u het liefste op de hoogte gehouden willen worden?

**R: Ik vind e-mail wel mooi, dat ik zelf aan kan vinken wat ik wil. Over de post… ik kijk er niet eens meer naar.**

I: Oke. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Nou… Ik ben geen verkoper… ik zou het niet weten. Dat is wel moeilijk hoor, want heel veel mensen verkopen die rommel haha…**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

*(Imago)*

I: Oke. Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend, kennis of collega?

**R: Als je belangstelling hebt in hoe je mensen zich bewegen en hoe je voertuigen rijden en ja… dan zou ik het wel omschrijven als handig.**

I: Heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend, collega of famillielid?

**R: Vast wel… maar niet dat ik me kan herinneren… ik was er zwaar op tegen toen we het kochten… alhoewel ik het nu steeds meer begin te gebruiken.**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Waarvan kent u Cartracker? Van de borrel he?

**R: Haha ja, dat is via de baas gegaan.**

I: En wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Nou die live-kaart, en dat je via je iPad en via je telefoon erop kan, dat vind ik wel kicken! Die search nu is ook echt briljant.**

I: Oke, en wat vindt u de meest negatieve punten van Cartracker?

**R: Die remote desktop… dat oude systeem.**

I: Oke. Mist u nog iets in het aanbod van Cartracker?

**R: Nou… het terugzoeken in de historie zou nog wat kunnen verbeteren, en natuurlijk die koppeling… met onze bestaande systemen… dat zou heel mooi zijn.**

I: Als u iets zou moeten noemen wat Cartracker zou moeten verbeteren, wat zou dat dan zijn?

**R: Als dingen uit de lucht zijn… er staat nu tekst bij… dat het niet werkt. Dan zou ik automatisch een seintje willen krijgen dat iets het niet doet. Een melding ofzo…**

I: Oke. Is er dan nog verder iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nee… niet nee.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Dan heb ik nog een aantal vragen die… waarvan we zo online moeten invullen. Even kijken uhm… Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken? En er zit 1 leeg kaartje bij, dan is de vraag aan u: Wat zou u op dat lege kaartje zetten?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk - 11
* Inzicht in rijgedrag - 6
* Registratie werktijden - 8
* Koppeling tussen bedrijfssystemen – 2 – Dit zeer zeker, omdat ik wil dat alles wat ik invoer gelijk wordt doorgekoppeld
* Track & trace van voertuigen - 5
* Ondersteuning bij routeplanning - 10
* Ondersteuning bij administratie - 7
* Prive/zakelijke registratie – 1 – Dit is voor de fiscus, niet voor mezelf, maar wel het belangrijkste. Dat is 1
* Besparen op brandstof - 9
* Diefstalpreventie – 3 – Oh dit is wel een handige bijkomstigheid. Dit is wel een veilig idee ja
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig – 4 – Deze nog naar boven
* Leeg – 12 – Deze laat ik gewoon leeg

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren – Belangrijk – Ook al kijk je maar een keer in het jaar, vind ik dit toch erg belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware – Belangrijk – Deze zei ik net al
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Redelijk belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen – Onbelangrijk – Dit wordt veel te rommelig… wat je wel ziet is dat als je met je muis eroverheen gaat, dat die uitklapt. Dat vind ik wel handig.
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Zeer onbelangrijk – Nee…
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Zeer onbelangrijk – Hoef ik ook niet
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Zeer belangrijk – Dit vind ik hartstikke belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Zeer onbelangrijk – Nee…
* Extra data omtrent rijgedrag - Redelijk belangrijk – Nou, dat zou weleens belangrijker kunnen worden de komende tijd. Ook vanwege de verzekeringspremie, die kunnen ze dan misschien omlaag doen
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Zeer onbelangrijk – Je moet hier geen wedstrijdjes doen binnen het bedrijf… dan gaat alles kapot

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Zeer belangrijk – Altijd belangrijk
* Pro-activiteit - Zeer belangrijk – Ook altijd belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Zeer belangrijk – Ook….
* Klantgerichtheid – Belangrijk – Eigenlijk…
* Flexibiliteit – Belangrijk – Vallen deze twee hier ook onder

I: Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?

* Klantcontact - Goed
* Pro-activiteit - Redelijk goed – Hier moeten ze nog wel iets in verbeteren
* Openheid en eerlijkheid - Redelijk goed
* Klantgerichtheid - Redelijk goed
* Flexibiliteit - Redelijk goed – Dat was hem zo dan.

I: Dat was hem dan.

**R: Nou fijn.**

I: Hartstikke bedankt!

**R: Ja. Jij veel succes met je studie.**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 5

I: Ik heb hier eerst wat hele algemene vragen, ik zal er snel doorheen proberen te gaan aangezien u zo weg moet.

**R: Ja graag, want ik zit echt een beetje op het puntje van me stoel.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: 60.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Noord-Holland.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Hbo, maatschappelijk werk.**

I: Wat is uw rol binnen de Gemeente Beverwijk?

**R: Ik heb verschillende rollen. Ik ga dus over het wagenpark, daarnaast ga ik over de speelvoorzieningen, en ik zit in de OR, en… ik ben ook uhm… kwaliteitsbewaker.**

I: Oke. En hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: Dat zijn in totaal 15 wagens, waarvan 10 Cartrackers hebben.**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Dat varieert ook… gemiddeld zou ik 8 uur per week zeggen.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Hoe belangrijk is wagenpark… Dat is moeilijk te zeggen, omdat we steeds meer proberen uit te besteden, dus dat wordt ook minder belangrijk.**

I: Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Wat ik net zei, we proberen steeds meer uit te besteden. De gemeente gaat dan meer naar een toezichthoudende functie.**

I: Steeds meer uitbesteden. Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Nee.**

I: Wat doen die bedrijven precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Boetes… Haha op dit moment.**

I: En halen jullie er ook nog bepaalde voordelen uit?

**R: Nee… op het gebied van efficiency ofzo… daar doen we op dit moment nog niks mee. Maar dat is ook een bewuste keuze. We leggen de focus vooral op het werk, want als ik me bezig ga houden met statistieken en dergelijke, dan houd ik geen tijd over voor andere dingen.**

*(Beslissingsproces)*

I: Oke. Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer?

**R: Alleen ik.**

I: En hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie? Als er een beslissing wordt genomen?

**R: Dan gaat het over teamleider of afleidingshoofd, maar ik heb een adviserende rol.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Eigenlijk wat ik net zei… ik vind het een verklik functie… als iemand te hard heeft gereden, krijg ik een mailtje van de administratie… terwijl ik dan eigenlijk verklik, wat die collega dan weet.**

I: Wat is het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Ik vind ook dat we veel efficiënter kunnen werken, maar we zijn nog niet zo ver om dat in te voeren. Ik zou ook trouwens nog een cursus krijgen van Decos… maar die heb ik nog niet gehad.**

I: Ja precies… Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Dat heeft geen naam… Wat ik net zei… we doen alleen de basisfuncties op dit moment.**

I: Oke. Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Geen… die training misschien dan.**

I: Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Die heb ik al uitgesproken, om de rapportages beter te maken. Maar dat is inmiddels al verbeterd.**

I: En u had het al over uitbesteden, heeft u daar nog enkele behoeften?

**R: Ik denk het niet.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Binnenkort komt er een nieuwe wagen… haha. We hebben twee redelijk nieuwe wagens die op aardgas rijden.**

I: Oh kijk. En wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Geen flauw idee. Misschien iets op het gebied van elektrische wagens ofzo… maar zou niet weten wat.**

I: In hoeverre bewegen jullie richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: We hadden, iedereen die buiten een radius van 10 kilometer, die kreeg een OV-kaart. Maar door administratieve rompslomp is dat weer afgeschaft. Verder weet ik het niet.**

I: Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Dat hij bijna met pensioen gaat haha… ik denk dat er meer wordt uitbesteed. Binnen 5 tot 10 jaar gaat het team dat hier werkt halveren…**

*(Duurzaamheid)*

I: In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Dat speelt wel.**

I: Speelt uw wagenpark hierin een rol?

**R: Ook wel… Zodra dat kan. Maar kijk. Ik kan iets willen… maar je moet ook de middelen ervoor hebben. Ik zou willen dat alle wagens Tesla’s zouden zijn, maar de middelen daarvoor zijn er niet.**

*(Rittenregistratie)*

I: Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij? Met Cartracker?

**R: Ja.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Dat vind ik wel belangrijk.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Ik hoop dat wij ook over zouden gaan, op wat Connection doet. Dat als de chauffeur zuinig rijdt, dat die een beloning krijgt. En dat je dat ook uit de registratie kan halen.**

*(Track & Trace)*

I: Oke duidelijk. Gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Nog niet, maar dat is wel de bedoeling.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit snel ververst?

**R: Het moet real-time zijn.**

I: Op hoeveel seconden of minuten nauwkeurig moet track & trace minimaal of maximaal zijn in uw ogen?

**R: Nou ik vind 5 minuten nog wel real-time hoor. En minimaal… gewoon real-time haha.**

I: Haha precies. Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: In geval van pech of een ramp of een calamiteit hier… we zijn hier in een gevaarlijke regio… dat we dichtbij een wagen in kunnen zetten. De technische mogelijkheden hiervoor zijn er dus wel al, alleen we gebruiken het nog niet.**

I: Daar zou een training dus goed voor zijn?

**R: Precies.**

*(Concurrentie)*

I: Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van Cartracker?

**R: We hadden al een andere aanbieder… uhm… een Duitse firma.**

I: Waarom is er besloten om klant van Cartracker te worden?

**R: De kaarten van dat oude systeem… de kaartlezer, die was ontzettend storingsgevoelig.**

I: Welke aanbieders van ritregistratiesystemen kent u allemaal?

**R: Niet zo veel… we hebben er twee of drie uitgezocht toen, en vanwege het administratieve systeem van Decos… Join… is er gekozen voor Decos.**

I: Welke andere aanbieders waren overwogen??

**R: Uhm… Dat weet ik niet meer.**

I: Oke. Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven? Al zouden jullie bijvoorbeeld overstappen van systeem?

**R: Het duurzaamheidverhaal van Decos kwam eigenlijk pas achteraf haha… ik dacht toen, dat is interessant… maar we hebben ook een goede aanbieding gekregen.**

I: Was dat het doorslaggevende punt waarop jullie kozen?

**R: Nee, dat was de koppeling met Join.**

*(Product)*

I: Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Wat vind ik belangrijk… jeetje. Datgene wat erin staat moet af te leiden zijn van de realiteit… ik wil niet, in de vorige systemen… was het meer gemiddeld, en nu is het specifieker en exacter.**

I: Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou dat dan zijn?

**R: Geen flauw idee.**

*(Distributie)*

I: Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: We hebben dit systeem pas…**

I: Maar stel dat…

**R: Ik zou eerst naar iemand van de ICT gaan, en dan zouden we samen gaan zoeken naar op internet.**

*(Promotie)*

I: Oke duidelijk. Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Pff… Facebook… en Instagram.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Nou… Facebook ben ik verplicht vragen van bewoners te beantwoorden**

I: Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja**

I: Wat vindt u daarvan?

**R: Als het interessant is… dan goed.**

I: Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Uhm… niet eigenlijk**

I: Zou u daar… en hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Via de nieuwsbrief.**

I: Oke. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders proberen te bereiken?

**R: Geen flauw idee…**

*(Imago)*

I: Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend of collega?

**R: Wat ik net vertelden… de vergelijking tussen het vorige bedrijf en nu… het vorige systeem was storingsgevoelig, en Cartracker is niet storingsgevoelig.**

I: Heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend of familielid?

**R: Nee.**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Oke. Waarvan kent u Cartracker?

**R: Van het internet.**

I: En wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Meest positief… vriendelijkheid, afspraken nakomen…**

I: En de meest negatieve punten van Cartracker?

**R: Die heb ik nog niet.**

I: Mist u nog iets in het aanbod van Cartracker?

**R: Nee… als ik opmerkingen had gingen ze er meteen achteraan.**

I: Dat is goed om te horen. Als u iets zou moeten noemen wat Cartracker zou moeten verbeteren, wat zou dat dan zijn?

**R: Geen idee… sorry.**

I: Oke… Is er nog iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nee.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 1 – Dit vind ik het belangrijkste
* Inzicht in rijgedrag – 4 – Dit zou ik ook nog wel preciezer willen
* Registratie werktijden - 10
* Koppeling tussen bedrijfssystemen - 11
* Track & trace van voertuigen – 3 – Dit willen we gaan gebruiken
* Ondersteuning bij routeplanning - 8
* Ondersteuning bij administratie – 2 – Ja… dat is handig
* Prive/zakelijke registratie - 12
* Besparen op brandstof - 5
* Diefstalpreventie - 9
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig - 6

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Redelijk belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Redelijk belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Redelijk belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Redelijk belangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Onbelangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Redelijk belangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Redelijk belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Redelijk belangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Redelijk belangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Redelijk belangrijk – Deze is ook leuk, of een ander beloningssysteem

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Belangrijk
* Pro-activiteit - Belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Belangrijk
* Klantgerichtheid - Belangrijk
* Flexibiliteit - Belangrijk

I: Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?

* Klantcontact - Goed
* Pro-activiteit - Goed
* Openheid en eerlijkheid - Goed
* Klantgerichtheid - Goed
* Flexibiliteit - Goed

I: Dan was dit het interview, bedankt voor uw medewerking!

**R: Ja sorry dat het zo gehaast moest, maar ik heb zo dadelijk een afspraak bij de fysio.**

I: Geen probleem, ik heb uiteindelijk alles wat ik wilde weten. Tot ziens!

*In het verbatum wordt de interviewer (Rick van Wetten) aangeduid met ‘I’.*

*De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.*

Interview 6

I: Ik begin met wat hele algemene vragen, en vervolgens ga ik steeds specifieker in op rittenregistratie.

**R: Dat is prima.**

*(Algemeen)*

I: Allereerst, wat is uw leeftijd?

**R:**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland**

I: Zuid Holland. En wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Mbo**

I: Mbo wat precies?

**R: Commerciele economie**

I: Dat is ook mijn studierichting. Wat is uw rol binnen Polygon?

**R: Ik ben bezig op de financiele administratie. Dan hou ik me bezig met supplier invoices, met toeleveranciers, ik doe een stuk inkoop en ik doe het hele wagenpark**

I: Oke, en hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: 70. We hebben in totaal 100 auto’s, en daarvan zijn 70 bedrijfsauto’s.**

I: Oke. En hoeveel tijd bent u wekelijks ongeveer bezig met wagenparkbeheer?

**R: Ik denk een dag.**

I: En hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Heel belangrijk! Het is belangrijk, maar het is een van de onderdelen, waar veel aandacht aan besteed moet worden. Kijk, wij zijn een schoonmaakbedrijf, dus onze uitstraling van de wagens… die moeten er gewoon strak en goed uitzien, daar moet toezicht op zijn. Er zijn hiervoor regels, maar die kan ik niet praktiseren voor heel Nederland. Onze mensen landelijk spreken elkaar ook aan als dat nodig is.**

I: Want wat doet u precies als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Ja.. je bent bezig met een stukje inkoop, stukje uitstraling, wat voor het bedrijf natuurlijk erg belangrijk is. Een ook met kostenbesparing.**

I: Kostenbesparing, hoe doen jullie dat nu?

**R: Ja we hebben natuurlijk een wagenpark van zoveel auto’s, waarvan elk jaar een groot aantal wagens uit de lease gaat. Ons wagenpark is volledig geleased. En als het gaat om grotere aantallen, dan schrijven we een tender uit, en dan gaan we kijken waar we een voordeel kunnen halen.**

I: Ja precies Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Dat wij zo efficiënt mogelijk wagenpark hebben. We hebben veel bestelauto’s, ook aangepaste bestelauto’s. Wij vervoeren veel inboedels. Dus auto’s moeten ook een bepaald vermogen hebben om een aanhanger te trekken, moeten ook een bepaalde laadruimte hebben, en moeten in ons geval allemaal drie zitplaatsen hebben, omdat ze met drie man naar een klus gaan.**

I: Ja precies. Oke. Werken jullie met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Nee, we werken in zoverre samen. We hebben 1 leverancier… We rijden 1 merk.**

I: Welk merk?

**R: Dat is Volkswagen. En dat is eigenlijk ook weer… Dat is Volkswagen gebleven doordat wij ook wat geprobeerd hebben met andere merken, maar Volkswagen is toch het betrouwbaarste. We hebben 1 dealer in Alphen, waarbij je maar een half woord voor nodig hebt en dan begrijpt men je… dat is belangrijk. Nog een partij die de auto’s betimmerd. Nog een derde partij die de auto’s bestickeren. En dan zie ik de leasemaatschappij nog als een bedrijf waar je veel mee kunt sparren, en waar je veel aan overlaat.**

I: Wat doen die bedrijven precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Nou ze ontzorgen.**

I: Ze ontzorgen?

**R: Ja. Ze nemen een hoop werk uit handen. Omdat je een goede relatie met die bedrijven hebt, dat ze ook snappen wat je bedoelt, je hoeft niet alles uit te leggen.**

I: En maken ze jullie ook sterker op een bepaalde manier?

**R: Dat zou ik niet zo 1 2 3 zeggen.**

I: Ja er komen af en toe wat diepgaande vragen in.

**R: Haha dat geeft niet. Dat is niet erg.**

*(Beslissingsproces)*

I: W*ie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen dit bedrijf?*

**R: Ik ben de enige.**

I: En als… *Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen deze organisatie?*

**R: Ik mag geen… ik mag wel beslissingen nemen maar ik mag geen handtekening zetten. Dat doet uiteindelijk de controller. De CFO.**

I: En dat is van Nederland of…?

**R: Nee van Nederland. Er worden geen regels… er is natuurlijk een CEO die over heel de wereld de baas is, maar er zijn geen regels waar alle landen zich aan moeten houden dat zij bijvoorbeeld volkswagen rijden of dat zij een bepaalde leasemaatschappij aan moeten houden. Nee.**

I: Oke. En bij een beslissing, heeft u dan vooral een adviserende rol of heeft u ook de bevoegdheid om echt dingen te doen?

**R: Nee, nee ik ben echt de adviseur. Maar in 9,5/10 gevallen wordt mijn advies overgenomen.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Ja als ik het lastig mag noemen, het is ook een soort creativiteit die je nodig hebt. Het lastigste hier, wij hebben heel veel mensen rijden, is dat als ik een vier/vijftal auto’s binnenkrijg, om die allemaal op de juiste momenten uit te kunnen zetten. Want er komen natuurlijk ook auto’s terug, wij werken met een C-Track systeem, dat moet uit worden gebouwd, dat moet om worden gewisseld.**

I: C-Track, dat is ook een ritregistratiesysteem?

**R: Ja.. Dan is het een kunst om de planning helemaal te kunnen doen. Dat kan wel is lastig zijn, vooral als iemand afhaakt op het laatst. Voor de rest zie ik het juist ook wel weer als uitdaging.**

I: Positief blijven he? En welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag? Rondom het wagenparkbeheer?

**R: Ja dat is ook een moeilijke vraag. Een moeilijk te beantwoorde vraag. Ja het is allemaal wel zo’n beetje hetzelfde… wat het aan tijd kost. En dat heeft ook te maken met die partijen die meedenken. Nee er is niet 1 aspect te noemen dat heel tijdrovend is.**

I: Oh oke. Wat is dan het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Nou het is eigenlijk allemaal wel te doen.**

I: Oke… Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Ik heb geen idee. Ik denk niet dat ik daar een antwoord op kan geven.**

I: Oke. Als er nog iets te binnenschiet, dan hoor ik het graag.

**R: Ja.**

I: Is er dan… Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet beschikbaar is, of nog niet aangeboden wordt?

**R: Nee. Nou wij hebben niet zo’n hele grote behoefte wat wij… Ja misschien kan ik wel 1 ding noemen. Ik zou wel behoefte hebben aan een betere controle op het gebruik van de auto’s.**

I: Kunt u dat wat verder toelichten?

**R: In ieder geval op het gebied van verkeersovertredingen. Op de auto’s staat onze naam, en als deze met 70 of 80 door de bebouwde kom rijden.. dat is natuurlijk niet echt prettig. En ik zou meer toezicht willen hebben op het schoonhouden van de auto’s.**

I: Juist. Uhm… En al zou daar een oplossing voor zijn, zou u dit dan ook willen?

**R: Ja. Ik ben ook al bezig met de oplossing. Ik heb uhm… de afgelopen dagen een C-Track training gehad. Daaruit kan ik ook een aantal aspecten gebruiken om die controle te houden. En er moeten met mensen in het veld nog betere afspraken gemaakt worden. Hoe zij zich gedragen.**

I: Wat voor training was dat precies van C-Track?

**R: Dat was C-Track online. Met het berijders gedeelte, hoe je als berijder je eigen gedrag kunt inzien. Dat je bepaalde ritten ook tot prive ritten kan omzetten en dat soort zaken.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke. Op C-track komen we zo dadelijk nog wel even terug. Nu nog iets specifieker op het wagenpark. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Wat we wel hebben moeten doen voor het hoofdkantoor in Zweden, is een soort ecologische footprint, hebben we in beeld moeten brengen. Daar viel ook het wagenpark onder. Daar waren ook vragen over de uitstoot en dat soort zaken. Wij willen een groen bedrijf zijn… en blijven… en nog groener worden. Dus dat zijn wel aspecten waar we op gaan moeten letten in de toekomst.**

I: Ja precies. En wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar ongeveer kan gebeuren om te helpen te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Moet ik dan denken aan hulp van buiten?... Wij zouden meer advies kunnen gebruiken op het gebied van groen rijden?**

I: Hoe moet ik dat precies voor me zien?

**R: We hebben nu auto’s die allemaal op diesel rijden met een behoorlijke uitstoot… Ik denk dat we daar in de toekomst steeds meer op moeten gaan letten, dat we daarop geadviseerd moeten gaan worden. Wat we wel en niet doen. En dat onze berijders trainingen krijgen hoe ze het meest zuinig en ecologisch kunnen rijden.**

I: Jullie hebben nu allemaal verschillende leasewagens, zijn die persoonsgebonden?

**R: Ja, iedereen heeft zijn eigen bedrijfswagen?**

I: In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget bijvoorbeeld?

**R: Dat is bij ons niet van toepassing. Wat betreft geel kenteken misschien wel, dat denk ik ook van niet eigenlijk. Maar onze bedrijfsauto’s hebben allemaal een inrichting… specifiek ingericht op de werkzaamheden van de medewerker. En die zijn nauwelijks uit te wisselen. Ik kan me herinneren dat onze CEO hier kwam en die dacht, wat moeten al die auto’s hier, kan dat niet anders? Maar daar kwam hij snel genoeg achter… Dat werkt hier gewoon niet. En dat is wel jammer, want daardoor vervuilen onze auto’s meer dan nodig is eigenlijk.**

I: Want waarom werkt dat precies niet?

**R: Nou als we hier op de vestiging bijvoorbeeld vijf auto’s zouden hebben met mensen die hetzelfde werk zouden doen, zouden we misschien vier in kunnen zetten. Maar als de een naar lekdetectie moet, en de ander naar een spoedklus bijvoorbeeld… Dat is in dit bedrijf op dit moment niet haalbaar. Dat is wel iets waar je in de toekomst naar zou kunnen kijken… maar of dat echt praktisch haalbaar is… dat weet ik niet.**

I: Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ja… Ik… Dat is wel een heel eind weg zeg haha. Nou ik denk dat er wel andere dingen bijkomen, maar dat het over het algemeen wel een beetje hetzelfde werk zal zijn?**

I: En met dingen bijkomen bedoelt u?

**R: Nou misschien met… ecologische footprint waar ik het over had. Dat er meer tijd moet daarvoor. Maar over het algemeen zal dat wel gewoon wel weer hetzelfde blijven denk ik.**

*(Duurzaamheid)*

I: Dat ecologische hoor ik inderdaad wel… dat hoor ik wel vaker. Over duurzaamheid gesproken, in hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Een grote rol. Omdat wij… ook aan bepaalde voorwaarden moeten voldoen. Wij zijn onderdeel van een grote investeerdersmaatschappij die verplicht zijn om volgens bepaalde normen en waarden te werken. Wij zijn dat niet, maar doordat wij onderdeel zijn van die holding, moeten wij daar ook aan voldoen. En er wordt hier ook steeds meer op gelet hoor.**

I: Op welke manier?

**R: Op het gebruik, de isolatie van panden, het gas en licht. We zijn er heel laat mee begonnen, maar we zijn er wel al een heel eind mee opgeschoten.**

I: En in hoeverre speelt uw wagenpark hierin een rol?

**R: Dat kan een grote rol spelen. Door de auto’s die geen bedrijfswagens zijn zoveel mogelijk als Hybride in te zetten, of elektrisch. En je bestelbussen met een… met de meest zuinige motoren uit te laten rusten. Met de minste uitstoot etc.**

I: Zijn jullie daar ook nu mee bezig?

**R: We zijn daar met het wagenpark, met geel wel mee bezig. Maar met grijs niet.**

I: Terwijl grijs wel het grootste deel is van het wagenpark?

**R: Ja… dat is ongeveer 75%**

I: Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Dat grijs ook onderdeel wordt van het elektrische wagenpark!** **Ik denk ook dat je je moeten schamen als je je… niet bij de ecologische ontwikkelingen stil staat. We werken ook veel met verzekeraars. En die hebben ook bepaalde verwachtingen. En waar je kijkt, iedereen heeft het over groen, of groener. Wij zitten wel in de stroom dat we daarin mee moeten, en ook willen.**

*(Rittenregistratie)*

I: Oke. Goed. Dan even wat specifieker over rittenregistratie. Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij?

**R: Op papier.**

I: Hoe moet ik me dat precies voorstellen?

**R: Elke berijder van een bedrijfsbus of bedrijfsauto heeft een klapper zegmaar, en daarin schrijft hij zijn kilometers op. Welke kilometerstand hij ’s ochtends begint en welke kilometerstand hij ’s avonds eindigt. En dat gaat dat in de rapportage naar het bedrijfbureau, omdat die daar de staten bijhouden?**

I: Is dat niet een hele hoop werk?

**R: Ja… ja.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Dat is wel belangrijk. Omdat wij niet willen dat er gesjoemeld wordt, en omdat wij ook na willen gaan hoeveel kilometers er gereden worden, hoeveel mensen er in de auto’s zitten etc. Daarvoor kan ik ook een hoop uit C-Track halen hoor.**

I: Maar… dat doe u nog niet?

**R: Nee, dat is in ontwikkeling. We hebben al heel lang C-Track. Maar we hebben er ook al veel te lang veel te weinig mee gedaan. En er is wel zoveel mee mogelijk, dat heb ik inmiddels begrepen. Dat we hier meer mee moeten gaan uitpakken.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Uhm… De hulp die ik nu heb gekregen van C-Track, die mij nu al twee keer een cursus hebben gegeven. Dus meer hulp dan dat… is er niet nodig.**

I: Hoe ziet die cursus er precies uit?

**R: Het is een telefonische cursus. Waarbij iemand mijn pc overneemt. Waarbij ik dan heel veel informatie krijg, waarvan ik dan een klein gedeelte kan onthouden.**

I: Ja… dat is lastig bij zulk soort trainingen…

**R: Ja het is natuurlijk een kwestie van oefeningen, en je omgeving overtuigen dat we mee moeten veranderen. Maar dat is wel een proces hoor.**

I: En omgeving overtuigen… wat bedoelt u daar precies mee?

**R: Nou… de mensen die leidinggeven in het veld. Die het weer over kunnen brengen op de bestuurders. Je omgeving overtuigen… aan het management... Dat we veel meer met C-Track kunnen en moeten doen... En dat we daar ook tijd in gaan besparen… Maar dat is wel een proces hoor.**

I: Want hoezo hadden jullie C-Track eigenlijk in eerste instantie ingebouwd?

**R: Nou dat was al voor mijn tijd. Ik zit hier nu ruim 8 jaar. Toen hadden de auto’s al C-Track. Het is, eigenlijk is het in alle auto’s ingebouwd in die tijd. Ook in geel kenteken. Dat doen we nu niet meer. Om na te gaan waar mensen zijn en wat voor afstanden ze rijden. We gebruiken het ook weleens om te kijken of mensen in het weekend niet rijden, want volgens de berijdersovereenkomst mag dat niet. En we moeten ze ook beschermen want als je een bijtelling krijgt over een Volkswagen Crafter, daar wordt je ook niet vrolijk van… Maar we gaan nu verder uitpakken hoor. Omdat het uhm… veel meer kan dan wat wij ermee doen.**

I: En hoe zijn jullie daarin omgeslagen zegmaar… sinds wanneer bent u zich bewust van, we gaan er meer mee doen.

**R: Nou ik doe het wagenpark sinds een jaar of 4. En het is altijd een ondergeschoven kind gebleven, want het is echt een kwestie van tijd. Je moet er echt veel tijd insteken als je er echt meer uit wil halen. Maar als je meer in het systeem gaat duiken… dat je veel meer kunt en dat het voordelen biedt voor de zaak, dan ga je je daarin verdiepen.**

I: Maar is er nog een bepaald punt geweest dat echt die omslag heeft gegeven?

**R: Nee… het is meer dat ik heb gehoord van C-Track wat mogelijk is dan dat we dat zelf hebben gedaan. En daar heeft men hier wel oren naar.**

*(Track & Trace)*

I: Oke, duidelijk. En gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Dat ik op elk moment van de dag kan zien waar de auto is. Ja dat kan ik uit C-Track halen. Maar dat doen we bijvoorbeeld omdat we veel met verzekeraars werken, hebben we ook afspraken dat we bepaalde schades of lekkages binnen zoveel uur moeten gaan verhelpen. En dan kijk je natuurlijk met C-Track, waar zit de dichtstbijzijnde auto, en die stuur je eropaf. Maar we doen het ook wel ter controle van mensen die hun overuren declareren, om in sommige gevallen na te gaan… kloppen die uren wel?**

I: Oke. En hoe belangrijk is het voor u dat track & trace nauwkeurig is?

**R: Dat is wel redelijk belangrijk. Er zit natuurlijk altijd wel wat vertraging op de lijn.**

I: En over vertraging, op hoeveel seconden of minuten zou die track & trace minimaal moeten verversen?

**R: Nou volgens mij ververst die elke 2 minuten.**

I: 2 minuten?

**R: ja, het kan ook 3 minuten zijn, maar je ziet steeds een cirkeltje en dan ververst die het.**

I: Op hoeveel minuten nauwkeurig moet track & trace dan maximaal verversen denkt u?

**R: Nou dat zou maximaal 10 minuten zijn.**

I: Dus tussen de 2 en 10 minuten?

**R: Ja.**

I: Oke. Wat denkt u dat er nog kan gebeuren voor u, om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Ja… ik moet nu zelf gaan ontdekken wat ik allemaal kan en wat ik dan eventueel mis, daar kom ik dan wel achter. Gelukkig heeft C-Track een enorm bereidwillige helpdesk, en daar kan ik altijd op terugvallen. Dus op dit moment kan ik daar niet zo’n heel goed antwoord op geven.**

*(Concurrentie)*

I: Welke andere aanbieders hebben jullie overwogen voordat jullie klant werden van C-Track?

**R: Nee. Nouja dat weet ik niet want dat was voor mijn tijd. Ik heb weleens een ander bedrijf hier gehad, maar daar ben ik de naam van kwijt… een beetje een merkwaardige naam… die deden hetzelfde, maar dat bood geen toegevoegde waarde. En je gaat natuurlijk niet voor een paar 100 euro per jaar overstappen, van een leverancier waar je heel tevreden mee bent. Ik heb wel met een leasemaatschappij Arval om de tafel gezeten. Die kwamen als tweede uit de tender. En die leveren hun auto’s allemaal af met een soort tracker… die je wel of niet kunt activeren. Dat zit zelfs in hun leasepakket.**

I: Is dat ook een soort track & trace?

**R: Ja, dat is net zoals C-Track en uhm… ik kan even niet op de naam komen van dat andere bedrijf. Dat weet ik niet meer.**

I: Weet u wel waarom er toen besloten is om klant van C-Track te worden, en niet bij andere aanbieders?

**R: Nee… dat was een beslissing die voor mijn tijd genomen is. Ik denk dat dat toch te maken heeft gehad met de planning, en het feit dat er toen veel grotere behoefte was aan controle, die er nu veel minder is.**

I: Oke. Even kijken hoor… Welke aanbieders van ritregistratiesystemen/ track & trace systemen kent u allemaal?

**R: Ik ken dan C-Track. Ik weet echt niet meer hoe die andere heette… En voor de rest niet.**

I: Kunt u C-Track verder toelichten?

**R: C-Track is een hele grote speler in mijn beleving. Hebben een zeer goed werkende helpdesk. En bieden met hun kastjes ook heel veel mogelijkheden. Dus om... zo veel mogelijk informatie over de berijder uit de systemen te halen.**

I: Wat voor informatie moet ik dan aan denken.

**R: Nou, als je rittenregistratie uit het systeem zou willen halen, zou dat mogelijk moeten zijn. In tegenstelling tot wat wij nu alles op papier doen. Maar dat moet in de organisatie ook geaccepteerd worden. Je kan als het ware ook een logboek bijhouden met je ritten als berijder… ook aanpassen aan privé of aan zakelijk. Er is gewoon heel veel mogelijk.**

I: Op grond van welke criteria maken jullie een longlist van bedrijven als jullie voor een bepaalde keuze staan?

**R: Met leveranciers waar je een langere relatie mee aan wil gaan? Dat heeft heel veel te maken met prijsafspraken. Uhm… met een bedrijf waarvan je toch een bepaalde continuïteit verwacht. En voor ons is een betalingstermijn heel belangrijk. Wij zijn een bedrijf met nogal wat debiteuren, die helaas niet allemaal op tijd betalen. Wij proberen dus met onze leveranciers ook afspraken te maken om een zo lang mogelijk betalingstermijn te krijgen. En met dat soort leveranciers bouw je een relatie op.**

I: Speelt duurzaamheid daar ook nog een rol in?

**R: Nog niet.**

I: Nog niet. Wat bepaalt precies wie er op de shortlist komen?

**R: Nou… wij proberen wel met zo min mogelijk toeleverancier te werken. Maar ze moeten allemaal landelijk werken. Daar kunnen wij betere afspraken mee maken, ook omdat we ze een stukje omzet kunnen bieden.**

I: En wat is het doorslaggevende punt waarop u uiteindelijk voor een leverancier kiest?

**R: Nou… in het geval van onze buitendienst is dat zeker het 24-uurs karakter. Wij zijn een 24-uurs bedrijf, wij werken met uitzendbureaus. Als zo’n bureau niet dag en nacht mensen kan leveren, is het voor ons niet interessant natuurlijk.**

I: En op het gebied van het wagenpark?

**R: Met het wagenpark hebben we afspraken dat we direct vervangend vervoer krijgen. Daar betalen we voor, maar dat is niet erg. Wij kunnen ons niet permitteren om naar een klus te rijden, en als er dan iets gebeurt dat we een dag later pas vervangend vervoer krijgen.**

*(Product)*

I: Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen of track & trace systemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Ja het belangrijkste voor ons is nu, dat we weten waar onze mensen zijn. Dat als we een storing hebben, dat we ze kunnen bellen zodat ze daar snel naar toe kunnen gaan. Uhm… Dat wij kunnen nagaan waar mensen geweest zijn, of ze niet in het weekend hebben gereden.**

I: Ik heb zo dadelijk nog een opdracht voor u met wat kaartjes, dat kunnen we wel even op het einde doen.

**R: Oke.**

I: Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem/ track & trace systeem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?

**R: Dat is een hele moeilijke vraag… want dan zou je ook een bepaalde behoefte moeten hebben. Nee daar kan ik zo 1 2 3 geen antwoord op geven. Dan moet ik iets gaan bedenken… dat doe ik niet.**

*(Distributie)*

**R:**

I: Oke. Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Ja… ik zou bij mijn huidige leverancier blijven.**

I: Maar stel dat… Waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Nou dan ga ik uiteraard op het internet zoeken.**

I: Oke, en op welke andere manier zou u het nog wenselijk vinden om contact te komen met zo’n systeem… of zo’n leverancier?

**R: Uhm… we hebben natuurlijk wel mensen die ons bellen. Als dat interessant klinkt, dan worden zij uitgenodigd, en horen we dat aan. Maar dan moet er ook wel de behoefte leven… om weg te gaan bij de huidige leverancier. Die behoefte is er momenteel niet. Het komt bijna nooit tot een gesprek.**

I: Bijna nooit?

**R: Nou ik ben even de naam kwijt van dat andere bedrijf… Daar hebben we wel uitvoerig mee gesproken twee keer, maar ja… het moet van toegevoegde waarde zijn wil je met een partij verder gaan. En ze lijken allemaal op elkaar. En wat de ene kan, dat gaat de andere ook kunnen want ze kijken natuurlijk ook bij elkaar in de keuken. Dus wat dat betreft is het ook soms zonde om daar zoveel tijd in te steken.**

*(Promotie)*

I: Oke… Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Op YouTube, LinkedIn, en Google.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Ja LinkedIn wel… Uhm… maar voor de rest niet.**

I: Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja.**

I: Wat vindt u daarvan?

**R: Ja soms zijn ze interessant en voegen ze iets toe, en soms gaan ze over producten en ontwikkelingen… die ons niet aanspreken, of een soort reclame-uiting zijn…**

I: Ja precies. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Dat is bijvoorbeeld door de informatie die we krijgen van onze leasemaatschappijen. Ook oude. En je haalt het ook uit kranten. Internet…**

I: Waar op internet? Heeft u nog een specifieke bron?

**R: Nou het is meer zelf zoeken. Via Google bijvoorbeeld.**

I: Hoe zou u het liefste op de hoogte willen worden gehouden, op gebied van wagenparkontwikkelingen?

**R: Via internet.**

I: Oke. Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Dan moet ik heel commercieel gaan denken nu he?**

I: Ja dan tref ik het net dat ik een commercieel econoom aan de tafel heb zitten he?

**R: Haha… ik denk dat ik een mailing zou versturen naar bedrijven met een bepaalde grootte, of dat ik rechtstreeks zou gaan bellen met de wagenparkbeheerders.**

I: En hoe zou u dat dan aanpakken?

**R: Ik zou in ieder geval vragen of ze tijd hebben, en of ze mij in de gelegenheid stellen om iets over mijn producten te vertellen, die een toegevoegde waarde zou kunnen bieden voor zijn bedrijf. Vervolgens zou ik persoonlijk contact zoeken.**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

I: Oke. Dan heb ik hier een aantal vragen… Want u kent Cartracker niet toch?

**R: Nee Cartracker had ik nog nooit van gehoord**

I: Oke. Dan heb ik een aantal vragen die ik even oversla. Is er verder nog iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nee dat… nee.**

I: Nou dan heb ik hier een aantal kaartjes. Kunt u deze kaartjes met allerlei criteria en andere dingen, op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* **Automatische rittenregistratie met keurmerk –** 2 - Dat is natuurlijk wel erg belangrijk, want zoals wij het doen is intussen ook al een beetje achterhaalt. Hier op het kantoor wordt het wel weer in het systeem gezet. Maar dat is dan eigenlijk dubbel werk. Het keurmerk is natuurlijk essentieel.
* **Inzicht in rijgedrag –** 7 - Ik vind dit ook wel steeds belangrijker worden.
* **Registratie werktijden -** 6
* **Koppeling tussen bedrijfssystemen –** 1 - Dat vind ik eigenlijk ook ontzettend belangrijk.
* **Track & trace van voertuigen –** 3 – Die vind ik ook erg belangrijk.
* **Ondersteuning bij routeplanning –** 10 - Iedereen heeft een navi aan boord, en die doen dat gewoon zelf.
* **Ondersteuning bij administratie –** 8 - Van de 70 C-Track apparaten zijn er maar 10 geschikt voor ondersteuning. Wij hebben in heel veel auto’s verouderde apparatuur zitten. C-Track is natuurlijk ook nog in ontwikkeling. Uit die oudere apparaten kan je minder halen, die kan je ook niet in een app zetten. We hebben 10 nieuwe apparaten, die kun je wel in een app krijgen, en daarin kan je je administratie dan bijhouden. Dat is natuurlijk wat je wil, en waar we ook naar toe willen. Die oudere systemen zijn niet geschikt voor de berijder zelf.
* **Prive/zakelijke registratie –** 11 - Mensen mogen bij ons niet prive rijden in de auto’s, dus dat is niet zo belangrijk. Het gebeurt overigens wel. Ik heb weleens een parkeerboete binnengekregen van een wagen die bij het strand stond op zondag.
* **Besparen op brandstof** - 9
* **Diefstalpreventie –** 12 - We hebben weleens een auto uit de lease gehaald, waar dat ding niet was uitgehaald. Toen reed die helemaal in Polen haha. Maar dat is voor ons minder belangrijk.
* **Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig -** 4
* **Leeg: -** 5 - Op het lege kaartje… Ik weet niet of het mogelijk is om een signaleringsfunctie of een meldingsfunctie bij incidenten of overtredingen, ik weet niet of dat mogelijk is. Een soort meldsysteem bij… we noemen het maar calamiteiten. Die moet dan omhoog.

I: Hoeveel betalen jullie nu eigenlijk voor het inbouwen van een C-Tracksysteem?

**R: Ik geloof dat dat iets van 260 euro is. Dan zal ik even moeten kijken… Uhm… Nou het is meer zelfs. Voor het inbouwen van een systeem… dat is met alles bij elkaar 469 euro. En dan is het 10,77 euro per maand wat we betalen per systeem.**

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? En kunt u hierbij hardop nadenken?

* **Rapportages en meldingen kunnen beheren –** Belangrijk – Dit zou handig kunnen zijn.
* **Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware –** Belangrijk- Dat is wel belangrijk.
* **Dashboard overzicht van wagenparkgegevens –** Belangrijk – Heel eentonig, maar ook belangrijk.
* **Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen -** Redelijk belangrijk
* **Bekende locaties (POI) kunnen beheren -** Belangrijk
* **Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) -** Redelijk belangrijk – de planning doet dat natuurlijk. Twee jongens beneden doen niks anders dan de planning, en die hebben ook toegang tot C-Track. Daar maken ze, zeker voor spoedklussen, gebruik van.
* **De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken -** Belangrijk
* **Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) -** Belangrijk
* **Extra data omtrent rijgedrag –** Belangrijk – Ik hou niet zo van het overdreven zeer, maar vind het ook belangrijk.
* **Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag –** Onbelangrijk

**R: Dit dekt de lading wel.**

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* **Klantcontact -** Zeer belangrijk – Nou ga ik toch naar ‘zeer’ toe.
* **Pro-activiteit -** Zeer belangrijk – Dit vind ik ook… dat vertelde ik net al he, aan het begin van het gesprek. Dat je maar een half woord nodig hebt en dat men je begrijpt. Dat vind ik heel belangrijk.
* **Openheid en eerlijkheid -** Belangrijk
* **Klantgerichtheid -** Belangrijk
* **Flexibiliteit -** Belangrijk

I: Dan was dit het wat mijn interview betreft. Nog een ander vraagje? Heeft u behoefte aan meer informatie over Cartracker?

**R: Ik vind het niet erg om geïnformeerd te worden.**

I: Wat ik kan doen… want ik ken wel het een en ander maar ik ben zelf afstudeer stagiair, dus ik ben er ook niet helemaal bekend mee zeg maar. En ik hoorde u net wel een aantal dingen zeggen waarvan ik dacht, dat zou wel een stuk efficiënter kunnen, en Cartracker zou daar best een goed en gebruiksvriendelijk middel voor kunnen zijn zeg maar. Dus ik zou als u wil een keer een collega langs kunnen sturen om wat meer te laten zien?

**R: Nou dat hoeft dan nog niet. Ik denk dat het allemaal wel heel erg op elkaar lijkt, en wat de ene toevoegt, kopieert de ander weer. Maar goed, ik ken ook alle mogelijkheden van C-Track nog lang niet.**

**Maar ik zou best weleens gebeld willen worden om nader kennis te maken en even een praatje met elkaar te hebben. Dat zou ik wel prima vinden.**

I: Oke, dan ga ik dat aan hem doorgeven. Ik heb uw telefoonnummer dus… Het interview zit er verder helemaal op.

**R: Het half uurtje is een beetje uitgelopen haha…**

I: Ja het is nu al tien over zes inderdaad. Maar ik vond het wel een erg nuttig en leuk gesprek. En bedankt daarvoor!

**R: Ja geen dank! Ik vond het zelf ook weleens leuk om deel te nemen, en je hebt me af en toe best aan het denken gezet.**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 7

I: Dan ga ik het eerst hebben over het wagenpark heel breed, en dan steeds dieper in op rittenregistratie zeg maar. Dan heb ik eerst wat algemene vragen.

**R: Prima. Oke.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: Zo… dat is 62.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Hier in Zuid-Holland.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Hbo, SPD 2.**

I: Wat is uw rol binnen Blanksma?

**R: Ik ben controller. En ik ga dus over het wagenpark.**

I: En hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: Stuk of 30, de personenauto’s die hebben al bijtelling, dus daar hebben we geen Cartracker in.**

I: In hoeveel zit er dan wel een Cartracker?

**R: Uhm… zeg 20…**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Toch zeker toch wel een uurtje of twee per week.**

I: En hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Net zo belangrijk als andere taken die ik doe… het vraagt aandacht. Je wil de kosten zo laag mogelijk houden, maar tegelijkertijd moet het gewoon functioneel en operationeel zijn.**

I: Want wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R:** **We hebben een ISO-1401 certificaat, dus ons doel is wel om het wagenpark zo groen mogelijk te maken. Wij zijn een aannemersbedrijf… Dat is dus voor ons wel belangrijk om klussen binnen te krijgen. En verder moet het dus zo veel mogelijk operationeel zijn.**

I: En werken jullie met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Ja, met garagebedrijven op het gebied van onderhoud. We hebben het park wel in eigen beheer.**

I: Oke. Een bedrijf als Cartracker… Wat doet Cartracker precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Die moeten gewoon een goede registratie geven… van de ritten die gemaakt worden.**

I: En levert het ook nog voordelen op?

**R: Nee. Het is meer… dat we met Cartracker… meer op de kosten kunnen focussen… want met Cartracker kunnen er wel dingen behaald worden op het gebied van efficiency.**

*(Beslissingsproces)*

I: Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen bedrijf y?

**R: Ik alleen.**

I: Oke. Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Dat gebeurt in het managementteam. Dan ben ik adviseur en beslisser. Ik draag iets voor… en dan… maar dat kan ook van andere MT-leden komen.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Het lastigste is… inschatten of de onderhoudskosten van garages juist zijn… Daar vertrouw ik ze niet altijd in. Terwijl ik hun op hun woord moet geloven.**

I: Ja precies… dat is lastig. Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Het onderhoud.**

I: Oke, en uhm… Heeft u nog enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Nee.**

I: Oke. Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Hmm… dat is een mooie open vraag haha. Nou daar moet ik nog even over nadenken. Misschien dat dit me nog te binnen schiet.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Dan hoor ik het graag! Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Dat zijn allemaal ontwikkelingen op het gebied van milieu en veiligheid… er was bijvoorbeeld gisteren in het nieuws dat ze in de EU willen gaan bespreken of er ook begrenzers op auto’s komen.**

I: Juist ja... Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Ja… ik verwacht niet zo heel veel veranderingen eerlijk gezegd.**

I: In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: We hebben oplossingstak met vaste berijders, maar we hebben ook een bouwtak. Daar zitten wisselende bestuurders op. Het is vaak van de functie afhankelijk of iemand een eigen auto of eigen bus krijgt.**

I: Speelt een mobiliteitsbudget nog binnen jullie organisatie?

**R: Nee… dat is niet van toepassing met de klussen die wij hebben.**

I: Oke. Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ik zie daar niet zo veel veranderingen in komen.**

I: Ook niet met de ontwikkelingen die komen?

**R: Nee…**

*(Duurzaamheid)*

I: Oke. In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Ja… auto’s worden steeds duurzamer, dus in dat opzicht… We hebben nu dus de beslissing genomen om het hele wagenpark te vervangen, omdat de auto’s te oud en ook te vervuilend werden. Er rijden nu dus allemaal wagens met Euro 6 motoren. En als iemand een nieuwe wagen kiest, moet dat binnen een bepaald budget en binnen een bepaald energielabel liggen.**

I: Oke. Het wagenpark speelt daar dus al een rol in. Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Daar zie ik nog wel veel ontwikkelingen in. Daar is veel in gaande… dusja.**

I: Elektrisch rijden, wordt dat wat binnen uw organisatie?

**R: Nee, dat denk ik niet. Ten eerste denk ik… er wordt met elektrisch niet naar het totaalbeeld gekeken. Er wordt niet naar de accu’s gekeken, die enorm vervuilend zijn. Er wordt alleen naar de CO2-uitstoot gekeken. Ik vind dat echt fout. Dus… daarnaast is bij elektrisch rijden nog altijd de actieradius en de kracht een probleem.**

I: Maar als dat ontwikkeld wordt?

**R: Dan kan het gaan spelen, mits er ook een oplossing komt voor de accu’s.**

*(Rittenregistratie)*

I: Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij? Met Cartracker neem ik aan?

**R: Ja dat klopt.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Ja… heel belangrijk. Allereerst… dat is waar je het systeem voor gekocht hebt, en dan wil je wel dat het nauwkeurig is. Ook de Belastingdienst vraagt die nauwkeurigheid.**

I: Want waarvoor gebruikt u Cartracker nu precies?

**R: We kijken er regelmatig in om ritten te controleren, van hoe heeft iemand gereden… wanneer heeft iemand gereden, en om te kijken of er niet boven prive gereden wordt… maar ook kijken, kloppen de uren wel?**

I: Oke. En wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Nou het zou fijn zijn als dat hele webdesign… als dat helemaal af is… dat je alles uit Cartracker web kan halen.**

*(Track & Trace)*

I: Oke. En gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Vooral om de dingen die ik zojuist genoemd heb.**

I: En hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Dat vind ik nou niet zo belangrijk. Ik zou wel zoveel mogelijk real-time informatie willen, maar als daar een paar seconden tussen zitten… dat vind ik niet zo belangrijk.**

I: Wat zou ongeveer een range zijn, van tijd?

**R: Ja… binnen de uhm… tussen 30 en 60 seconden.**

I: En… Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om u te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Nou, ik vind dat je wel wat meer… opmerkingen kwijt zou moeten kunnen over een bepaalde rit, als je dat wil.**

I: Hoe bedoelt u?

**R: Bij de rit zelf. Kijk… je wil natuurlijk niet dat er wijzing mogelijkheden zijn van de rit zelf, maar meer het waarom achter een rit. Je kan nu wel al een opmerking kwijt, maar die zie ik niet direct in het scherm terug. Dan moet ik echt gewoon dieper klikken.**

*(Concurrentie)*

I: Oke, duidelijk. Welke andere aanbieders zijn er overwogen voordat jullie klant werden van Cartracker?

**R: Uhm… dat is al zo lang geleden.**

I: En weet u wel waarom er is besloten om klant van Decos Cartracker te worden, en niet bij andere aanbieders?

**R: Cartracker had gewoon een goede prijs… En het was gecertificeerd door de Belastingdienst.**

I: Welke aanbieders van ritregistratiesystemen kent u allemaal?

**R: Ik ken ze niet uit me hoofd.**

I: Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven?

**R: Voor wat betreft de rittenregistratie? Lastig… dat doe je op basis van de kennis die je van zo’n bedrijf hebt. Je zal toch eerst kijken of het bedrijf de competenties heeft die je nodig hebt.**

I: En welke criteria… wat bepaalt dan vervolgens wie er op de shortlist komt?

**R: Uhm…** **Welke referenties hebben ze… Dat vinden wij belangrijk. Ja… en prijs uiteraard. En hoe ziet de organisatie eruit. En hoe lang bestaat die organisatie al?**

I: En wat is het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

**R: Uiteindelijk prijs.**

*(Product)*

I: Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Dat het nauwkeurig is.**

I: Oke. Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou dat dan zijn?

**R: Hmm… weet ik niet… dat zou ik niet vragen. Maatwerk is een dure oplossing… dus dat zou ik niet willen.**

*(Distributie)*

I: Nee? Oke. Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe systemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Internet.**

I: Nog bepaalde websites?

**R: Gewoon Googlen.**

I: Oke. Op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Ja… ik zou misschien ook weleens gaan informeren bij brancheorganisatie, zoals de BOVAG of andere organisaties.**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Niet zo veel… geen 1.**

I: Ook persoonlijk niet?

**R: Oh persoonlijk. Ja dat wel. LinkedIn en Facebook.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Nee. Nou LinkedIn wel.**

I: Oke, en uhm… Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja, als ik ze interessant vind.**

I: Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Ik ben geabonneerd op tips en advies, dat is voor ondernemers. En op die manier blijf ik op de hoogte van wettelijke wijzigingen. En verder nog het nieuws.**

I: En hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Ik vind dat nieuwsbrieven prima werken, want als het niet interessant is… dan klik je hem weg.**

I: Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Ja… ik ben geen verkoper, dus ik zou het niet weten.**

*(Imago)*

I: Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend/ collega?

**R: Als een betrouwbaar product.**

I: Ja, waarom betrouwbaar?

**R: Omdat ik wel de indruk heb dat alles klopt.**

I: Heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend, collega of famillielid?

**R: Nee, nog nooit gedaan.**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Waarvan kent u Cartracker?

**R: Wij zijn met Decos in aanraking gekomen toen wij hun nieuwe gebouw gingen neerzetten.**

I: Wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Dat ze wel in ontwikkeling blijven.**

I: Wat vindt u de meest negatieve punten van Cartracker?

**R: De bereikbaarheid van de supportafdeling, die vind ik echt slecht bereikbaar. Vaak wordt de telefoon niet opgenomen of is er niemand aanwezig…**

I: Mist u verder nog iets in het aanbod van Cartracker?

**R: Vooral op het gebied van ondersteuning, die vind ik echt ondermaats. Ze moeten gewoon bereikbaar zijn, en dan zorgen dat er wat gebeurd.**

I: Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nou, ik wil nog wel even terugkomen op verbeteren… Dat de rapportages… De oplossingen daarvoor, vind ik nog wat lastig… ik zou wel willen zien dat dit wat gebruiksvriendelijker wordt.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Oke duidelijk. Dan heb ik nog een aantal vragen die ik online met u door wil nemen. Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 4 – Die gaat ook omhoog, van die vind ik ook wel erg belangrijk
* Inzicht in rijgedrag - 6
* Registratie werktijden – 3 – Deze hangt natuurlijk een beetje samen met prive/zakelijke registratie
* Koppeling tussen bedrijfssystemen – 12 – Daar ben ik niet zo’n voorstander van
* Track & trace van voertuigen – 1 – Deze gaat naar boven
* Ondersteuning bij routeplanning - 5
* Ondersteuning bij administratie - 8
* Prive/zakelijke registratie – 2 – Deze vind ik wel erg belangrijk
* Besparen op brandstof – 7 – en die zet ik dan onder inzicht in rijgedrag, want dat zie ik wel als een blok
* Diefstalpreventie - 11
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig - 10
* Leeg – 9 – Dan zou ik hier… dan zet ik hem onder de administratie, omdat het voor mij dan de rapporten zijn

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Zeer belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Redelijk belangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Redelijk belangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Redelijk belangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Onbelangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Redelijk belangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Redelijk belangrijk

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Redelijk belangrijk
* Pro-activiteit - Belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Zeer belangrijk
* Klantgerichtheid - Zeer belangrijk
* Flexibiliteit - Belangrijk

I: Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?

* Klantcontact - Slecht
* Pro-activiteit - Goed
* Openheid en eerlijkheid - Redelijk goed
* Klantgerichtheid - Redelijk goed
* Flexibiliteit - N.v.t. – Deze kan ik niet beoordelen

I: Dan wil ik u hartstikke bedanken.

**R: Vergeet je telefoon niet!**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 8

I: Oke. Dan beginnen we maar gewoon. Ik heb eerst wat hele algemene vragen.

**R: Ja prima, ik hoor het wel…**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: 40.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Hts, hbo**

I: Wat is uw rol binnen dit bedrijf?

**R: Ik ben wagenparkbeheer. Niet de enige, er is ook nog een formeeladviseur. En dat is in feite de hoofdverantwoordelijke voor het wagenpark. En ik ben eigenlijk zijn rechterhand… we hebben wel een rolverdeling… ik pak vooral de ritregistratie, en hij doet vooral het klanten beraad van de overheid.**

I: Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: Wij beheren een kleine 2000 auto’s, dat is een mix van personenwagens, belauto’s, een enkele vrachtwagen ook…**

I: Oke. Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Full-time**

I: Hoe ziet zo’n week er ongeveer uit?

**R: Dat is heel divers… denk aan rapportages, controles, we hebben ook allerlei interne dingen die voorkomen, problemen, escalaties… noem het maar op. En daar gaat veel tijd naartoe.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Ik verdien me geld ermee, dus heel belangrijk… Nee… Deze organisatie heeft voor haar primaire proces gewoon een goed wagenpark nodig… en dat is ook, werkgekoppelde voertuigen. Iemand die ze auto nodig heeft om van A naar B te komen… prima. Maar iemand die ze wagen nodig heeft om zijn werk uit te voeren, een weginspecteur, een sluiswachter… noem het maar op, daarvoor is het gewoon een stuk gereedschap wat superbelangrijk is.**

I: Ja precies. En wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Eigenlijk om zo min mogelijk auto’s te hebben, en met de auto’s die we hebben… zo duurzaam mogelijk tegen zo min mogelijk kostenplaatje. Dus alleen waar nodig is auto’s inzetten, zo groen mogelijk, kan het elektrisch dan is dat belangrijk. Dus duurzaam… en daarnaast voor zo min mogelijk kosten… en duurzaamheid en kosten lopen natuurlijk door elkaar. Dat zijn over het algemeen tegenpolen, daar zoeken we een optimum in.**

I: En waar ligt dan op dit moment de prioriteit?

**R: Dat is maar net aan wie je het vraagt… We zijn er goed mee bezig, maar het gaat ook om beschikbaarheid, bijkomende afspraken, kosten en dergelijke… dat verschilt nogal.**

I: Oke. Met welke partijen werkt samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Nou in ieder geval met Leaseplan, en dan hebben we een aantal partijen die achter Leaseplan zitten maar wel overal bekend zijn… dat zijn ombouwers bijvoorbeeld. We hebben een vaste huisstijl leverancier, een vaste leverancier voor telematica. Dus al die thema’s zitten allemaal vaste leveranciers, maar die schuilen allemaal achter Leaseplan, waardoor die in de lead zijn.**

I: Oke. En de ritregistratie?

**R: Dat doet TomTom Fleetlogic… Fleetlogic is de partij waarmee wij dat voorheen al deden, en die zijn nu samen met TomTom dat verder aan het ontwikkelen.**

I: Oke. Deze bedrijven, welke pijnpunten lossen zij op voor uw organisatie?

**R: Nou… niet echt pijnpunten… ze voorzien ons vooral in bepaalde behoeften. Er is behoeften aan een auto met opbouw, er is intern behoefte aan ritregistratie, er is behoefte aan brandstofkaarten… zij voorzien ons gewoon van die behoeften. Wij kijken vooral, wat hebben wij en wat hebben onze mensen nodig, en zij vullen dat in principe in. En in wezenlijke nemen ze ook wel een beetje pijnpunten weg, maar in basis nemen ze vooral de behoeften dus weg. Het stelt ons in staat om de primaire processen te draaien.**

*(Beslissingsproces)*

I: Duidelijk. U noemde het net al kort… Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen de organisaties?

**R: Alle 9000 mensen heb ik weleens het gevoel… nee maar financieel, hr, de boekhouding… iedereen heeft er wel zijn mening over…**

I: En hoe ziet dan het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Dat ligt aan de beslissing… als iemand de behoefte heeft aan een auto, dan kan diegene een aanvraag doen, en dan keurt de hogere laag in de organisatie dat goed bijvoorbeeld. Maar als het bijvoorbeeld gaat om de inzet van… stel groene auto’s… dan moet ook financiën er zijn zegje over doen. Ik heb dan een adviesverantwoordelijkheid. Dus wat ik doe is, ik informeer, adviseer, en mijn leidinggevende die beslist aan de hand daarvan… gaat het echt om grote beslissingen… grote veranderingen… dan beslist het management daar uiteindelijk over.**

*(Issues wagenpark)*

I: Oke. Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Ik denk dat dat per organisatie afhankelijk is… door de diversiteit, de complexiteit… en bij ons vooral de omvang. Bij ons is het ook dat het zo divers is… De ene medewerker heeft dit nodig, de ander heeft dat nodig… die bijzondere processen met afwijkingen maken het lastig.**

I: Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Toch wel de uitzonderingen… met name de slecht gedocumenteerde uitzonderingen… Pietje Puk mag weer een nieuwe auto en wil dit… want dat had hij de vorige keer ook.**

I: Wat is het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Om de processen geolied te laten verlopen eigenlijk… Dat vergt substantieel veel tijd… De diversiteit en de complexiteit.**

I: Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Dat is een hele goede vraag sowieso… uhm… ik vind het ook lastig te beantwoorden… wat ik met name mis, is de partijen die echt proactief zijn. Iedereen zegt proactief te zijn in hun aanbesteding of aanbod… maar als je dan recht toe recht aan iets nodig hebt… dan merk je dat partijen toch niet zo snel kunnen mee schakelen.**

I: En bedoelt u dan ook de flexibiliteit?

**R: Ja… maar ook gewoon: wij zien deze ontwikkeling in de markt. Hoe zien jullie dat? Wat gaat het voor jullie betekenen? Oh je hebt niet nagedacht? Wij kunnen daarvoor wel iets bieden. Dus vooral op strategisch niveau… en het lastige is dat dit… door alle dagelijkse interne processen zijn wij… maar ook deze bedrijven, hier niet zo zeer mee bezig. Het zou mooi zijn al zou zo’n partij naar je toe komen, en zeggen van joh… we zien uit een analyse van deze gegevens dit en dat, dus kunnen jullie niet beter zus of zo doen?**

I: En denkt u ook dat dit speelt bij de MKB-bedrijven?

**R: Uhm… ik denk dat het vrij generiek is… Het MKB zal het denk ook wel willen… maar daar worden bijvoorbeeld auto’s vervangen, en dan zijn ze weer klaar voor de komende tijd… bij ons is het door de complexiteit vooral een doorlopend proces.**

I: Die adviserende rol, heeft u daar ook een bepaald beeld bij?

**R: Nou… we willen ook wel een beetje onze leveranciers bij het handje nemen daarbij… we laten merken dat we dit willen, maar dat is een lastig proces.**

I: Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Integrale mobiliteit. Wij bieden de medewerkers een hele grote verscheidenheid van mobiliteitsvormen aan… ov, ov-fiets… allerlei vormen, en we hebben wel is gespard: hoe mooi zou het zijn als ik als medewerker x kan zeggen, ik wil van Alphen aan den Rijn naar Utrecht. Dat er een bepaalde applicatie is die zegt… in dit geval is het handig om met de trein te gaan, want die vertrekt zo laat van A en dan ben je zo laat bij B… Minste CO2-uitstoot, minste kosten, geen parkeerproblematiek etc. Maar ook dat diezelfde applicatie kan zeggen, met een pushbericht op je smartphone, van goh, er is een storing… we adviseren u een omleiding of een andere vorm van mobiliteit. Dus dat je gewoon kan kiezen, tussen auto, deelauto, fiets, ov-vormen… bedenk ze maar… en ga nou op basis van de parameters van de organisaties je vervoersaanbod naar je gebruiker brengen. Dat is iets wat wij onze medewerkers echt graag zouden willen bieden. Het koppelen van auto’s aan personen is eigenlijk veel te ouderwets wat nog veel te vaak voorkomt in Nederland… hier gebeurt het ook nog, terwijl de medewerkers maar een bepaald deel van de tijd die auto nodig hebben… Dat zou een deelauto moeten worden… Maar een mobiliteitsplatvorm… dat zou heel mooi zijn. En een mooie toevoeging daarop is weer het samen reizen… ik moet om 1 uur in Lelystad zijn, mijn collega om half 2… dat dat portaal kan bepalen dat wij kunnen samen reizen met dezelfde auto… daar zit volgens mij wel echt toekomst in.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Goed idee! Uhm… Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Uhm… Over het algemeen gebruik… je hebt nu vooral nog je eigen auto, maar dat wordt straks een deelauto, die ontwikkeling zien we hier intern ook. Verduurzaming… wij zijn onderdeel van het ministerie van infrastructuur en milieu, dus zie ook de druk van bovenaf… en we proberen ook alles zo groen mogelijk te doen.**

I: Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Dat is weer een goede vraag… ik denk dat er meer partijen gaan groeien die slimme mobiliteitsoplossingen gaan bieden… nu heb je al wel wat dingen met een pas enzo… maar ik denk dat de markt daarin nog een enorme boost gaat krijgen de komende tijd, in combinatie met deel of zelfrijdende voertuigen. Toch denk ik dat de autobranche over het algemeen een ouderwetse branche is, dus dat op de korte termijn niet zo veel gaat veranderen, als in andere branches.**

I: Oke. In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Er is hier een sterke beweging naar deelauto gebruik… dat is ook duurzaam he, maar ook ov. Automobiliteit, oke als je het nodig hebt, maar als je het niet nodig hebt, dan ook vooral niet aanbieden.**

I: Oke. Als ik bij MKB’ers om de tafel zit, krijg ik juist veel te horen dat, deelauto’s… dat is niks voor ons. Waarom denkt u dat het bij dit soort bedrijven minder leeft?

**R: Dat weet ik niet… ik vraag dat me af… zij zullen ook op de kosten letten. Want tegen de meest geringe kosten heb je een zo goed mogelijke oplossingen… Maar ik denk toch een beetje het oude denken… en gewenning aan de eigen auto. Ik denk dat ook vooral de gebruiksvoordelen benadrukt moeten worden. Je hebt geen auto, dus ook niet het gezeur ervan… geen onderhoudskosten, geen parkeerproblemen, noem het allemaal maar op. Hoe mooi is dat? En dat geldt voor het MKB net zo erg.**

I: Ja precies. Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Meer en meer als regievoerder van partijen die oplossingen en behoeften bij elkaar brengen.**

I: Hoe denkt u dat die partijen zich in de toekomst tot elkaar gaan verhouden?

**R: Dat is denk vooral een vraag voor die partijen, soms zie je integratie, soms zie je differentiatie… Mooi voorbeeld is PON, die hebben alles bij elkaar gebracht, maar daar ontbrak het op gegeven moment aan specialisme, waardoor outsourcing weer een onderwerp werd…**

*(Duurzaamheid)*

I: Oke… U zei het net al kort… Maar in hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen jullie organisatie?

**R: Een grote rol, een hele grote rol. In combinatie met kosten… Maar er ligt een hele grote focus op duurzaamheid, dat mag meer kosten. En het is ook dat wij een voorbeeldfunctie hebben als partij… Er ligt natuurlijk wel druk op, maar het is ook wel interne motivatie… we proberen mensen altijd bewust te maken van het milieu****… dat is ook het mooie aan zo’n platform, laat maar zien hoeveel de kosten zijn of hoeveel de CO2-uitstoot is en wat ermee wordt bereikt.**

I: Dus het wagenpark speelt hierin ook een grote rol?

**R: Ja, die staat zeker in de top 3… naast ook het gebouw, en de uitvoering van taken van samenwerkingspartners, daar zetten we ook druk op.**

I: En wat zijn uw verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: Duurzaamheid wordt daarin denk ik steeds belangrijker… en dat neemt natuurlijk weer bepaalde processen met zich mee… als onze vloot elektrisch wordt, moeten er ook weer meer laadpalen komen.**

*(Rittenregistratie)*

I: Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij?

**R: Middels systemen van TomTom Fleetlogic, die zitten in de voertuigen en die houden dit bij. Zij leveren hardware voor de auto’s, software voor de servers, rapportages et cetera.**

I: En hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Ja… het moet gewoon kloppen… zowel voor de fiscus als voor onze eigen administratie om te sturen op efficiency.**

I: En wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om te helpen met rittenregistratie?

**R: Allerlei kleine dingen, je moet continu optimaliseren denk ik he… maar over het algemeen staat het als een huis. Er komt allerlei nuttige informatie uit… dus in wezen heb ik geen bepaald idee in me hoofd wat er nog beter kan.**

*(Track & Trace)*

I: En gebruiken jullie weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Generiek niet, specifiek wel… daarmee bedoel ik, de weginspectieauto’s zijn allemaal voorzien van track & trace, want die staan in contact met de verkeerscentrale. Die hebben daardoor overzicht. In het kader van wetgeving, Wet bescherming persoonsgegevens, is ervoor gekozen met de OR om alleen begin en eindbestemming inzichtelijk te maken, maar niet de route die gereden is.**

*(Concurrentie)*

I: Oke. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van bedrijf x?

**R:**

I: Oke. Welke andere aanbieders van kent u nog van rittenregistratiesystemen?

**R: Nou… als je me nu vraagt een lijstje op te noemen kom ik niet heel ver denk ik, maar heel veel namen zijn mij niet onbekend. Wij zitten ook contractueel voorlopig nog vast.**

I: Want waarom is er besloten om klant van Fleetlogic te worden, en niet bij andere aanbieders?

**R: Dat durf ik niet helemaal te zeggen, dat was nog voor mijn tijd. Maar dat zal een samenhang geweest zijn tussen kosten… de mogelijkheden, want niet elke partij kan zo’n groot wagenpark voorzien van systemen. Dus daar zal een combinatie in geweest zijn…**

I: Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven?

**R: Dat maken wij eigenlijk niet meer, dat heeft alles te maken met aanbestedingen, dat wij zijn gekoppeld met bepaalde partners op hoofdlijnen. Zoals ik al zei, Leaseplan is de grote externe partij, en van hun wordt ook geacht dat zij met adviezen komen, en voorstellen.**

I: Oke, en wat zijn het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

**R: Uhm… sowieso de match op aanbod en behoefte. Uhm… betrouwbaarheid, prijs, gewoon een logisch lijstje, niets anders dan dat. Het is niet zozeer een punt maar meer een combinatie van. Het advies van Leaseplan is hierin erg belangrijk.**

*(Product)*

I: Oke. Wanneer u denkt aan ritregistratie, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Betrouwbaarheid, goede rapportages, goede storingsopvolging, uhm… eenvoudige processen, goed inzicht, en met namen goed advies. Dat is een van de belangrijkste drijfveren voor ons.**

I: Stel dat de partij van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou maken, wat zou u dan willen?

**R: Ik denk dat dit vooral niet de bedoeling is. Het belangrijkste is gewoon om aan de eisen van de fiscus te voldoen, en zorgen dat je de klant goed adviseren. Wat ik nog wel zou kunnen noemen is goed inspelen op verschillende ritregistratievormen. Een deelauto heeft natuurlijk een andere registratie dan een 1 op 1 gekoppelde auto. Een deelauto moet wel weten wie er verantwoordelijk is voor de rit.**

*(Distributie)*

I: Oke. Stel dat jullie het wagenpark willen uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Bij onze externe wagenparkbeheerder… Die is daarvoor, om ons op dat gebied te adviseren.**

I: En… Op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Dan gaat het meer over… hoe blijf je op de hoogte van het wagenparkbeheer… dat kan via vakbladen, via congressen, via ontwikkelingen op internet… dat is wat wij in ieder geval doen. We blijven op de hoogte van de markt, en ook een belangrijke… we vragen andere partijen over hun ervaringen, dus referenties…**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Wat is actief… LinkedIn, Twitter, en Facebook, maar daar post ik niet actief op.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Uhm… ja. LinkedIn alleen maar zakelijk. Facebook vind ik een kantelpunt, maar dat heeft meer een privésfeer. En Twitter gebruik ik meer als nieuwsfeed, omdat ik daar partijen volg die weleens innovaties of nieuws hebben.**

I: Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja… maar beperkt, maar daar zit vaak niet relevante informatie in. Je zoekt snelle en makkelijke informatiebronnen, dus het is vooral goed scannen.**

I: Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Via de kanalen… de social mediakanalen… partijen zelf die ontwikkelingen erop zetten, of congressen, beurzen, en heel belangrijk is de externe wagenparkbeheerder… die de taak heeft ons te informeren.**

I: Oke, hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Ik zou het liefst behoefte relevante informatie krijgen, maar de grap daarin is, hoe weten partijen dat… maar dat verwacht ik wel van onze huidige partners. Dat die dat weten. Maar voor nieuwe partijen… doe aan marketing zou ik zeggen.**

I: Over marketing gesproken, stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Bereiken? Uhm… Zorg dat je bij beurzen bent, zorg dat je bij congressen bent, zorg dat je op social media actief bent, kom met relevante items van deze tijd. Wees relevant en wees catchy. Zorg dat mensen jou zien. Dus ga naar die mensen toe. En het interessante is… wat jij nu doet, dat is natuurlijk ook een manier om als bedrijf jouw informatie te vertellen.**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

I: Ja precies. Verder kent u Cartracker niet he?

**R: Nee die kende ik nog niet nee…**

I: Dan ga ik daar niet verder op in. Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nou… uhm… ik denk dat het vooral belangrijk is om echt te kijken naar de behoeften van de klant. Achterhaal de behoeften van je klant… dat is lastig, maar het goed achterhalen hiervan is essentieel. Voor je onderzoek maar ook voor je bedrijf.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Ja precies. Ik heb hier nog een vragenlijstje. Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk - 3
* Inzicht in rijgedrag - 5
* Registratie werktijden - 7
* Koppeling tussen bedrijfssystemen - 2
* Track & trace van voertuigen - 8
* Ondersteuning bij routeplanning - 10
* Ondersteuning bij administratie - 4
* Prive/zakelijke registratie - 1
* Besparen op brandstof - 6
* Diefstalpreventie - 9
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig - 11
* Leeg - 12

**R: Ik denk dat dit heel afhankelijk is per organisatie, maar ik heb hem even algemeen ingevuld zo.**

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Zeer belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Zeer belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Zeer belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Onbelangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Redelijk belangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Onbelangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Zeer belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Onbelangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Onbelangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Onbelangrijk

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Redelijk belangrijk
* Pro-activiteit - Zeer belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Zeer belangrijk
* Klantgerichtheid - Zeer belangrijk
* Flexibiliteit - Zeer belangrijk

I: Dan was dit het. Heel nuttig! Bedankt daarvoor.

**R: Ja voor mij heel leuk om te kijken hoe jij naar bepaalde dingen kijkt. En ook welke vragen ik zelf lastig te beantwoorden vind. Want er zijn genoeg dingen waar we mee bezig zijn, maar dus ook waar we niet aan denken…**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 9

I: Ik ga eerst heel algemeen beginnen…

**R: Kom maar op.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: …37, moest even nadenken.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland.**

I:En wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Mbo+, IVA Driebergen**

I: Wat is uw rol binnen dit bedrijf?

**R: Directeur/eigenaar.**

I: Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: We hebben er een stuk of 12 met zo’n systeem erin.**

I: Daar gaan we zo wat dieper op in… Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Valt wel mee hoor… zeg een dag per week totaal.**

I: En hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Heel belangrijk, het is ook ons visitekaartje.**

I: Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Zoals ik net aangaf, zodat ze op bestemming kunnen aankomen… Sommige jongens zitten op de bouwplaats, maar sommige krijgen ook een auto, die zitten de hele dag op de weg… dus zeer belangrijk.**

I: Dus dat is ook echt het doel, om mensen naar bestemming te brengen?

**R: Ja dat klopt. Dat is belangrijk.**

I: Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Met betrekking tot... Wij leasen niet, wij kopen zelf de auto’s. Op het moment dat het Hybride is… die koop ik niet, want dat vind ik een te groot risico met de restwaardes… Dus die lease ik wel… daar heb ik er een stuk of 6 van rijden. De auto’s zijn verzekerd. En we hebben voor de rittenregistratie Faringwell. En we hebben er nog eentje, maar die weet ik even niet uit me hoofd.**

I: Waar hebben jullie Faringwell precies voor?

**R: We hebben het voor… 4/5 auto’s die geven op dat ze niet privé rijden… we hebben een paar auto’s waar het moet voor de verzekering, en that’s it.**

I: Wat doen die bedrijven precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Ik ben verantwoordelijk voor de rittenregistratie… ik moet dat op kunnen vragen.**

I: En bieden zij ook nog bepaalde voordelen voor u als organisatie?

**R: Nee. Het is echt puur dat ik verplicht wordt gesteld.**

*(Beslissingsproces)*

I: Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen bedrijf y?

**R: Ik.**

I: Oke. Dus hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Ik kan nog wel is overleggen als ik ergens over twijfel, maar eigenlijk is het mijn ding ja.**

I: Met wie zou u dan overleggen?

**R: Met mijn vader of met mijn broer. Maar dat is meer als we eerder dan gepland tot aanschaf gaan van bijvoorbeeld een nieuwe wagen.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Niks… het makkelijkste wat er is.**

I: Nee? Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Nouja… het klinkt allemaal spannend, maar dat is het niet zo. Ik werk zelf al 10 jaar in de autobranche. Stel er komt een nieuwe collega, en dan moet ik een nieuwe auto bestellen… als het voor onderhoud is, moeten ze naar de leasemaatschappij toegaan, dan wordt ik gebeld naar de garage en dan geeft ik toestemming… Als er een auto verzekerd moet worden of dat soort zaken… dat kost allemaal een paar minuutjes tijd. Dus ik heb niet zoveel zorgen.**

I: En bent u ook bezig met de efficiency van het wagenpark?

**R: Nee… Dat is een vraag die ik wel is vaker hebben gehad… maar onze jongens maken er altijd een soort sport van om te tanken bij onbemande pompen… dat proberen we er ook wel een beetje in te brengen… onze hybrides proberen zo veel mogelijk elektrisch te rijden… dus we houden ons er wel mee bezig, maar doen we wat om het te verbeteren ofzo? Nee.**

I: Oke. Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Uhm… Niet.**

I: Helemaal niet? Dan… Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat of nu nog niet bestaat, of nog niet aangeboden wordt?

**R: Kan ik me ook niet zo bedenken…**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke… Dan het volgende. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Wat bedoel je daarmee?**

I: Technologische ontwikkelingen? Of economisch? Of ecologisch? Noem het maar op…

**R: Uhm… Kijk… Iedere auto die je koopt worden weer zuiniger en hebben weer minder uitstoot… maar als je het aan mij vraagt is het allemaal een broodje-aapverhaal. De een doet het met sjoemelsoftware… het ligt er gewoon aan hoe je rijdt.**

I: Maar bijvoorbeeld ontwikkelingen op het gebied van elektrisch of zelfrijdend… speelt dat hier een rol?

**R: Nou kijk… elektrisch rijden speelt een rol… bij mensen. Niet bij mij… De toekomst gaan we denk wel elektrisch rijden, omdat het in kosten goedkoper wordt… maar mensen hier rijden alleen elektrisch voor de bijtelling. Dan ben je nog wel goed bezig voor het milieu erbij… maar vooral voor de bijtelling. En de ontwikkeling speelt daarbij een grote rol. Laden wordt sneller enzo… dus de ontwikkeling staat niet stil.**

I: Duidelijk. Uhm… Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Nou… dan gaan we het hebben over waar we het net over hebben… dat is dan op het gebied van elektrisch.**

I: Oke. In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Nou bij ons krijg je… iedere klasse heeft een budget. Dat budget wordt meestal niet helemaal gehaald, dat heeft ermee te maken, dat als iemand komt met een auto van 27,5 waar nog geeneens een airco inzit… Dan ga ik liever die auto niet kopen vanwege de restwaarde. Die verschillen zijn aanzienlijk. Ik wil ze het liefst zo compleet mogelijk.**

I: Een mobiliteitsbudget speelt dat een rol?

**R: Nou, als iemand vraagt… als iemand in Zaandam moet gaan bouwen, kunnen we ze niet met het OV sturen. Individueel willen we wel is wat regelen, maar over het algemeen is dat gewoon niet haalbaar.**

I: Oke. Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Uhm… Niet anders dan nu…**

*(Duurzaamheid)*

I: Oke… In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Groot… Duurzaamheid staat in onze organisatie best hoog in het vaandel… We werken bijvoorbeeld met gecertificeerd hout… waar we ook meer voor betalen. En dit kantoor hiernaast… daar draait heel het kantoor op een warmtepomp. En hier zijn we bezig met zonnepanelen.**

I: En in hoeverre speelt het wagenpark hierin een rol?

**R: Iedere auto heeft een eis. Qua label… en dat is het enige ook wat ik kan eisen… Dat systeem… we geven iedereen dezelfde uitstoot… want een grote auto kan never nooit de klasse A halen.**

*(Rittenregistratie)*

I: Dan even wat specifieker op rittenregistratie… hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij?

**R: Via Faringwell, en Technocon, dat is een. Die werken met elkaar. Van Technocon is dat Faringwell ook.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Heel belangrijk als het om kilometerregistratie gaat.**

I: Weet u toevallig ook of dit een keurmerk heeft?

**R: Geen idee… ik vraag het bij de dealer op dus ga ervan uit dat het wel erkend is.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren op het gebied van rittenregistratie?

**R: Wat moet er nog extra gebeuren… Je moet gewoon… startpunt, eindpunt, kilometerstand… we hebben het puur voor mensen die geen bijtelling betalen…**

*(Track & Trace)*

I: Oke. Gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Ja… dat zit ook in hetzelfde systeem.**

I: Waarvoor gebruikt u dat?

**R: Om een locatie op te vragen… tijdstip op te vragen, of iemand de werkuren volhoudt.**

I: Dus vooral een controlerende rol?

**R: Ja.**

I: Oke. Hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Niet…**

I: Als u een range zou moeten opnoemen… van verversen… tussen de zoveel en zoveel tijd...?

**R: Ja… minuut? Tot 5 minuten? Er moet geen drie uur tussen zitten.**

I: Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Nou, wat ik merk… klagen van jongens die met die bussen rijden… ik denk dat dat ligt aan de GPS-antenne. Af en toe geeft die aan dat die een hele andere route heeft gereden. Hij pakt gewoon een andere weg… het lijkt wel of de verbinding niet goed is. Qua verbeteringen niet… het gaat mij er alleen maar om of we kilometers kunnen zien. We hebben ook voornamelijk personenauto’s. En voor de paar busjes hebben we het ook een beetje om te controleren maar… verder niet gewoon.**

*(Concurrentie)*

I: Oke… duidelijk. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van Technocon?

**R: Niet… laten we het zo zeggen. De meeste auto’s hebben we rijden vanuit Dubbelstein BMW, en Technocon wordt daar verplicht gesteld door de verzekering… Want er moest een jammer in… die het starten kan onderbreken. En ik laat voor iedereen bij Dubbelstein dat ding inbouwen.**

I: Dus die partijen werken ook samen.

**R: Ja… als ik een nieuwe aanschaf dan komt er al gelijk eentje in.**

I: Dus vanwege de dealer is er ook voor Technocon gekozen?

**R: Ja. Toen der tijd werd dat ook verplicht gesteld door de verzekering.**

I: Kent u nog andere aanbieders van rittenregistratiesystemen?

**R: Nee.**

I: Oke. En op grond van welke criteria maken jullie een longlist van bedrijven? Als jullie voor een bepaalde keuze staan?

**R: We gaan niet switchen… We hebben vertrouwen in de dealer. En we gaan gewoon op hun advies af. Dus we laten ons daarin gewoon adviseren.**

I: Oke, dus jullie laten je van buitenaf adviseren… Maar wat is nou echt een doorslaggevend punt waarop jullie voor bijvoorbeeld een leverancier kiezen?

**R: Uhm… Ja naja… normaal gesproken is dat prijs/kwaliteit. Duurste zijn allemaal waar de jammer zit ingebouwd… en dan moet er nog een peilzender inzitten… dat is weer een aparte gps-module.**

I: Hoe bedoelt u?

**R: Nou, de nieuwste eis is dat ernaast dat kastje… nog een extra module wordt verstopt ergens, zodat ze altijd kunnen zien waar een voertuig is. Anders krijg ik het voertuig niet verzekerd. Of naja, dan krijg ik het wel verzekerd, maar voor het dubbele van het bedrag. Op jaarbasis had het zonder die peilzender, bij een andere verzekeraar, 5000 euro extra gekost. Dan hoef ik jou het rekensommetje niet te geven natuurlijk…**

I: Ja precies. En welke verzekeraar is dat?

**R: Dat is Guizenpartners. Dat is een tussenpersoon van ons. Die brengen het volgens mij weer onder bij Turien.**

*(Product)*

I: Oke. Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Wat ik net aangaf: locatie, kilometers, tijd, plek, zakerlijk/prive.**

I: Oke. Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem, of een track & trace systeem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou u dan willen?

**R: Ja niks… wat ik net zei. Die ritregistratie die doet precies wat ik wil… Precies waar ik het voor nodig heb. Een appje… openen wanneer ik wil, zakelijk en prive… Als je het aan mij vraagt, moeten er ook geen toeters en bellen meer bijkomen, want dat is alleen maar onnodig.**

*(Distributie)*

I: Stel dat… Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe rittenregistratiesystemen, waar zou u dat dan gaan zoeken?

**R: Bij de dealer.**

I: En op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Nouja wat ik aangaf… bij ons was het verplicht vanuit de verzekeringen… dus ook via hun.**

*(Promotie)*

I: Duidelijk. Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Facebook, Twitter, LinkedIn.**

I: En maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Ja.**

I: Oke. Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja… ook. Tenzij ik het niet boeiend vind… maar als iets me interessant lijkt… ja.**

I: Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Ik lees zo’n 40 keer per dag Autoblog, Autoweek, Autonieuws. Daar wordt eigenlijk alles wel gemeld.**

I: Krijg je daar ook nieuwsbrieven van?

**R: Nee, dan log ik gewoon in op de websites. Nieuwsbrieven zijn leuk, maar als je ze voor allemaal inschrijft… dan wordt je ermee doodgegooid.**

I: En is er nog een andere manier waarop je op de hoogte gehouden zou willen worden?

**R: Nee. Dat is het wel.**

I: Stel dat… U bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Ha… uhm… uiteraard telefonisch… en je verhaal toelichten.**

I: En zijn er nog specifieke dingen om rekening mee te houden?

**R: Nou kijk… tuurlijk. Een verkoper is een verkoper. Maar als je naar mijn situatie kijkt… ik word meerdere malen benaderd… wij zoeken het niet, dus iemand die het niet zoekt… Dan kan je nog zo’n goede salesman zijn, maar dan lukt het niet… dus je moet eerst de man vinden die de behoefte ook heeft. Kijk… als bij ons de boetes uit de spuigaten lopen, of de brandstofkosten uit de spuigaten lopen… ja dan wordt het interessant voor ons! Maar ik vind het lastig om daar goed advies over te geven… Je kan wel over kosten gaan praten…**

I: Want wat kost zo’n systeem van Technocon als ik vragen mag?

**R: Volgens mij… inclusief inbouw… iets van 500 kwijt ofzo.**

I: En wat betaal je dan maandelijks?

**R: Uhm… even kijken of ik dat ergens op kan vragen hoor. Eens even kijken… Oke: Membership per maand is €32,50.**

I: Voor meerdere systemen?

**R: Ja… wacht even hoor. Even kijken want ik zie trouwens… Het is €32,50 voor als abonnement, €3,70 voor de app, fiscaal abonnement €8,65, en eenmalige administratiekosten zijn 5 euro.**

I: En de rest is dus maandelijks?

**R: Ja. Dus… ik betaal hier… eenmalig 657,27 in de BTW… voor… aantal, er staat hier 12 voertuigen zelfs. Dat moet ik nog ff nachecken dan… Maar in ieder geval, dit is wat ik betaal.**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

I: Ja precies. Voordat we naar de online vragen gaan: Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nou nee… ik begrijp dat het vooral om de rittenregistratie gaat, en daarin heb je alles wel gevraagd.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Oke. Dan heb ik hier een aantal vragen, met als eerste: Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 4 – Deze moet ergens hier zitten
* Inzicht in rijgedrag - 8
* Registratie werktijden – 3 – Dit vind ik dan nog wel handig
* Koppeling tussen bedrijfssystemen - 10
* Track & trace van voertuigen - 7
* Ondersteuning bij routeplanning - 9
* Ondersteuning bij administratie – 5 – Deze is ook nog wel… als we het zouden doen het… belangrijk
* Prive/zakelijke registratie – 1 – Dit is een belangrijke
* Besparen op brandstof – 11 – Deze kan helemaal onderop
* Diefstalpreventie – 2 – Dit is voor ons... dit moet dus
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig - 6
* Leeg – 12 – Hier… ik zou het niet weten. Vind het al zat zo

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Zeer onbelangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Redelijk belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Zeer onbelangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Zeer onbelangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Zeer onbelangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Zeer onbelangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Zeer onbelangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Zeer onbelangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Zeer onbelangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Redelijk belangrijk

**R: Ja… ik ben gewoon van mening dat er niet te veel toeters en bellen aan moeten zitten…**

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Onbelangrijk
* Pro-activiteit - Onbelangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Redelijk belangrijk
* Klantgerichtheid - Redelijk belangrijk
* Flexibiliteit - Redelijk belangrijk

I: Nou, dit was het dan. Hartstikke bedankt voor het meewerken!

**R: Ja. Geen dank jongen.**

*In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.*

*De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.*

Interview 10

I: Dus het interview wordt vanaf nu opgenomen. Ik begin met wat hele algemene vragen.

**R: Dat is prima.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: 31**

I: Oke. En in welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland gewoon.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Hoogst voltooide opleiding? Dat is hbo.**

I: Wat is uw rol binnen bedrijf x?

**R: Ik ben routeplanner. Ik zorg ervoor dat onze jongens op de weg continu weten wat ze moeten doen, waar ze naartoe moeten… En als ze het dan niet weten, kunnen ze op mij terugvallen.**

I: Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: Uhm… dat zijn er momenteel 38. Soms huren we extra auto’s bij… op maandag hebben we 48 routes, dus dan huren we 10 busjes bij op maandag. Maar het heeft ook geen zin om deze busjes vast in beheer te nemen…**

I: Dus dan huren jullie ze?

**R: Sommige dagen hebben we bijvoorbeeld maar heel weinig routes en staan alle auto’s hier.**

I: Oke. Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Uhm… Ja ik eigenlijk gewoon wel de hele week.**

I: En hoe belangrijk is dit in uw ogen? Het wagenpark?

**R: Ontzettend belangrijk. Het speelt een grote rol in onze service dusja…**

I: Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Uhm… de doelen? Nou eigenlijk is het voor ons zaak dat alle wagens gewoon rijden, en dit zo efficiënt mogelijk doen. Daarom hebben we Cartracker ook. En we hebben onlangs gezien dat daar gewoon zoveel mee mogelijk is.**

I: Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Cartracker dus, maar ook nog een aantal leasepartijen. Dan kijken we onderling waar we het beste uit zijn.**

I: En wat doet Cartracker bijvoorbeeld precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Pijnpunten… nou wij hebben ontzettend veel busjes in door Nederland rijden. En als een klant… wij kunnen zien waar deze rijden en op het moment dat er een klant belt dat het fruit nog niet is geweest, kunnen we precies zien waar de auto zich bevindt, en of die nog komt, of misschien heeft hij hun per ongeluk overgeslagen. Maar er is nog veel meer mogelijk met Cartracker hebben we in de training bijvoorbeeld gezien… en dat willen we ook wel gaan gebruiken de komende tijd. Rittenregistratie moet natuurlijk ook trouwens. Voor de Belastingdienst.**

I: En maakt Cartracker jullie dus ook nog sterker op een bepaald gebied?

**R: Ja door alle mogelijkheden proberen we met Cartracker het wagenpark dus efficiënter te beheren. Routes kunnen we bijvoorbeeld optimaliseren. De informatie uit Cartracker is erg handig voor ons.**

*(Beslissingsproces)*

I: Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen bedrijf y?

**R: Remco doet ook de routeplanning. En daarnaast ik dan.**

I: Oke. Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Hoe bedoel je precies**

I: Nou als er bijvoorbeeld een beslissing over een nieuwe leverancier voor het wagenpark genomen moet worden?

**R: Nou meest kijk ik samen met Remco dan naar wat er precies nodig is en wat dan het handigste is. Met een busje is bijvoorbeeld veel… Als er een nieuwe route nodig is wil je gewoon een wagen die enerzijds al bij de route past… en toch moet die ook in de toekomst genoeg kunnen vervoeren.**

I: En wie beslist dan uiteindlijk?

**R: Wij leggen het voor aan het management. En zij nemen meestal wel over wat wij denken dat goed is. Dat is vaak wel zo.**

*(Issues wagenpark)*

I: Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Uhm… Het lastigste… Ja dat is denk ik toch wel om gewoon het hele proces van de bezorging goed te laten verlopen.**

I: Oke, en welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Pfoe… Nou denk routeplanning eigenlijk. Om en schades gaat ook wel veel tijd in zitten.**

I: Wat is dan voor jou het moeilijkste gedeelte van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Nouja… dat is die routeplanning dan. Maar echt moeilijk… het is meer een uitdaging.**

I: Ja precies. En wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Onvervulde behoefte… Wat bedoel je daar dan precies mee?**

I: Waar mis je nog iets… of wat zou je nou enorm helpen op een dag?

**R: Uhm… Dat zou ik niet zo snel weten eerlijk gezegd.**

I: Als je nog op een antwoord komt, hoor ik het later graag. Uhm.. Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Wat voor product of dienst… Die nu nog niet bestaat? …. Zou ik ook echt even niet zo snel weten…**

I: Oke, nou misschien schiet er zo nog iets te binnen bij je.

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Uhm. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Nou… elektrisch rijden is wel ontzettend populair nu. En dat is voor ons als fruitleverancier eigenlijk ook wel belangrijk, om groen en duurzaam te handelen zegmaar.**

I: Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Nou… ik wet misschien wel iets wat ons zou kunnen helpen. Als wij bijvoorbeeld al onze berijders een iPadje mee geven, en dat de Cartracker dan registreert als onze auto’s binnen een straal van zoveel kilometers van de klant komt. Dat er dan automatisch wordt geregistreerd dat er een mandje bezorgd is. En mochten er dan bijvoorbeeld bijzonderheden zijn, dat er iemand ergens niet aanwezig is, of dat het bedrijf dicht is, dat ze dan via de iPad een melding daarvan kunnen maken. Dan zouden wij de hele tijd kunnen zien wat er allemaal gebeurt, en waar het fruit geleverd is. En dan hoeven berijders alleen maar de dingen in te vullen wat niet gegaan is als dat het zou moeten…**

I: Ja precies. Goeie! Zoiets bedoelde ik inderdaad. En dan wat anders… Jullie leasen nu voornamelijk de wagens. In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Nou voor de busjes is het natuurlijk niet echt mogelijk om via een mobiliteitsbudget te gaan rijden. Die busjes hebben gewoon vaste routes en die moeten veel kisten vervoeren… en dat moet snel en efficiënt gaan. Wij van de planning kunnen bijvoorbeeld wel gewoon een busje mee naar huis nemen. Maar de overige berijders moeten op eigen vervoer hierheen komen en dan kunnen ze reiskostenvergoeding krijgen. Maar ik zie dat niet zo snel veranderen.**

I: Waarom niet?

**R: Op deze manier werkt het gewoon bij ons. Het bezorgen kan je lastig op een andere manier doen eigenlijk.**

I: Oke. En hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Uhm… ik denk nog wel vrijwel hetzelfde. Maar dan denk ik wel dat er allerlei extra gegevens een belangrijke rol gaan spelen. Ik denk dat die verzameling alles nog efficiënter kan maken.**

*(Duurzaamheid)*

I: In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Zoals ik al eerder zei… Wij leveren fruit, en dan is het goed om groen uit te stralen naar buiten. Dit proberen wij ook te doen. In eerste instantie bekijken wij het zo… helemaal geen rit is het duurzaamst, dus daardoor proberen we goed te plannen.**

I: Ja precies. Speelt uw wagenpark hierin een rol?

**R: Nou, de busjes die we nu hebben rijden zijn nog niet elektrisch. Toch zouden we dat wel willen. Het zou mooi zijn als we een van de eerste konden zijn daarin. Dat zouden we graag willen.**

I: Ja precies, dus dan zouden jullie in de toekomst… mochten die ontwikkelingen zich voordoen, wel overgaan op elektrisch?

**R: Jazeker. Het zou super zijn als wij daar een van de eerste in kunnen zijn.**

*(Rittenregistratie)*

I: Dus momenteel houden jullie met Cartracker rittenregistratie bij toch?

**R: Ja klopt ja.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Ja… eigenlijk niet zo heel belangrijk. Ja voor de belastingdienst dan. Maar bij ons rijden ze er niet privé mee.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Weer zo’n lastige… Geen idee even, naja, dan dat wat ik net zei. Het zou mooi zijn als wij automatisch een seintje krijgen als een busje op een bepaalde afleverlocatie is geweest. Dat we precies weten hoe het ervoor staat.**

*(Track & Trace)*

I: Oke duidelijk. Jullie gebruiken dus weleens track & trace. Hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Dat vind ik wel belangrijk. Af en toe kan een chauffeur het niet vinden, en dan belt hij mij. Dan kan ik direct live meekijken om te zeggen welke kant die op moet. Dat vind ik wel top.**

I: Op hoeveel seconden/minuten nauwkeurig moet track & trace minimaal zijn in uw ogen?

**R: Minimaal? Gewoon real-time. Maar nu doet die het ook heel snel hoor. Die vijf seconde vind ik ook wel goed.**

I: Oke goedzo. Wat denkt u dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Misschien nog het verkeer in de kaart ofzo… Dat je direct kan zien wat de snelste route… Oh wacht is even het verkeer kan je wel al zien toch? Ja dat is wel makkelijk. Uhm… Ik zou nog wel meer gegevens willen zien vanuit Cartracker.**

I: Wat voor gegevens precies?

**R: Nou zoals ik net al zei, dat iemand ergens al is geweest bijvoorbeeld. Meer informatie over het wagenpark, dat je direct meer informatie kan zien... met bijvoorbeeld het oog op onderhoud. Er is al wel veel mogelijk hoor, hebben we toen met de training gezien.**

*(Concurrentie)*

I: Juist… Oke. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van Cartracker?

**R: Pfoe… dat is voor mijn tijd**

I: En weet u ook niet waarom er toen besloten is om klant van Cartracker te worden?

**R: Nee dat zou ik niet zo snel weten.**

I: Welke aanbieders van ritregistratiesystemen/ track & trace systemen kent u allemaal?

**R: Uhm… ik ken er eigenlijk niet zo veel… Ja Cartracker dan.**

I: Ja precies. En op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven?

**R: Uhm… Nou duurzaamheid begint wel steeds een grotere rol te spelen, maar ook toch echt wel kosten. Het jammere is dat… die elektrische busjes kunnen gewoon nog niet zo ver rijden nu… dus dat is voor ons dan ook niet echt interessant… Nog…**

I: Nee precies… En wat bepaalt wie er op de shortlist komt?

**R: Ik denk dat nu kosten nog wel erg belangrijk… of het belangrijkste is. Maar het is wel zo… duurzaamheid mag wel meer kosten. Dus het verschilt een beetje per geval.**

I: Wat is het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

**R: Bij bijvoorbeeld het kiezen van bedrijfswagens zou dat ook wel het formaat zijn, en hoe zuinig die is. Zuinig is natuurlijk ook goed voor het milieu.**

*(Product)*

I: Oke. En wanneer u denkt aan track & trace systemen als Cartracker, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Nou toch wel dat die nauwkeurig is. Bij de planning helpt dat wel enorm.**

I: Oke. Ik heb straks nog een aantal vraagjes waarin je een volgorde van dingen kan maken, of iets belangrijk is of niet. Maar dat doen we wel even op het eind. Stel dat de leverancier van een track & trace systeem iets speciaal voor jou zou kunnen maken, wat zou dat dan zijn?

**R: Wat ik net ook al zei, over die locaties.**

I: Ja dat had je al gezegd inderdaad nog wat anders?

**R: Nou… nee kan nergens op komen nu.**

*(Distributie)*

I: Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe track & trace systemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Nou dat is niet aan de orde hoor. Maar dan zou ik gewoon op internet zoeken.**

I: Waar zou je dat doen dan?

**R: Gewoon even Googlen.**

I: Op welke andere manier zou je het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Uhm… Geen idee eigenlijk. Op internet kan je alles vinden.**

*(Promotie)*

I: Ja dat is zo inderdaad. Dan even wat anders. Op welke Social Mediakanalen ben je actief?

**R: Ik zelf? Facebook, Instagram, LinkedIn, noem maar op.**

I: En maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Nee… Nouja LinkedIn wel dan.**

I: Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja dat doe ik weleens.**

I: Wat vindt je daarvan?

**R: Opzich wel nuttig. Als het goede informatie bevat.**

I: Oke duidelijk. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Nou eigenlijk via internet een beetje.**

I: En hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Dat vind ik wel goed zo. Of we horen wel is wat van de leasemaatschappij. Dat is opzich ook wel fijn.**

I: Oke. Dan even wat anders… Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Dat is een lastige… ik denk dat persoonlijk contact heel belangrijk is. Ik zou dan denk ik bij bedrijven langsgaan.**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

*(Imago)*

I: U kent Cartracker dus. Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend of collega?

**R: Als een goede… betrouwbare partij. Zo zou ik dat omschrijven ja.**

I: Heeft u wel is positief of negatief over Cartracker gesproken tegen een vriend, collega of famillielid?

**R: Nee dat niet. Nog niet.**

*(Algemeen Cartracker)*

I: Waarvan kent u Cartracker?

**R: Dat zat al in de wagens toen ik hier begon met werken.**

I: Wat vindt u de meest positieve punten van Cartracker?

**R: Je kan er een hele hoop mee. Voor mij is de routeplanning het belangrijkste. En wat ik ook belangrijk vind… het zijn allemaal aardige en behulpzame mensen… Achter de schermen zeg maar.**

I: Ja precies. En wat vind je de meest negatieve punten van Cartracker?

**R: Ik denk dat ze nog wel wat pro-actiever kunnen worden, als het om meldingen gaat. Dat ik zelf bijvoorbeeld te zien krijg als er iets opvallends aan de hand is met een auto of een berijder. Als er bijvoorbeeld een route sneller kan, dan zou het helemaal mooi zijn als ze dat voordragen. Nu moet ik dat nog zelf ondervinden.**

I: Oke helder. En mis je nog iets in het aanbod van Cartracker?

**R: Nou, hetgene wat ik dus al een paar keer heb gezegd. Als ze dat zouden maken. Dat zou voor ons heel handig zijn.**

I: Duidelijk. Is er iets waarvan je denkt dat ik het zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Uhm… Nee eigenlijk niet. Ik denk dat je alles al wel gedekt hebt.**

I: Oke. Dan gaan we nu nog even naar de online vragen toe. Uhm… ja. 38 bedrijfswagens toch?

**R: Ja dat klopt.**

I: Dan heb ik hier allerlei kaartjes… en dan is mijn vraag of je deze op volgorde van belang kan leggen, en daarbij hardop na kan denken. Dus dan van belangrijk hier, naar minder belangrijk hier.

**R: Ja prima… even kijken hoor.**

**Automatische rittenregistratie met keurmerk –** 9 Dat is voor ons niet het belangrijkste.

* **Inzicht in rijgedrag –** 8 - Ja uhm… hier ben ik heel eerlijk in. Als die jongens klaar zijn met werk, en ze rijden met 150 naar huis omdat ze laat nog vanuit het noorden van Nederland moeten komen, dan begrijp ik dat wel.
* **Registratie werktijden –** 5 - Dit is wel handig.
* **Koppeling tussen bedrijfssystemen -** 7
* **Track & trace van voertuigen –** 2 - Dit is bij ons wel een van de belangrijkste.
* **Ondersteuning bij routeplanning –** 1 - Als routeplanner is dit wel handig haha.
* **Ondersteuning bij administratie –** 4 - Ja dit is ook erg makkelijk.
* **Prive/zakelijke registratie –** 10 - Prive of zakelijk is bij ons niet echt van toepassing.
* **Besparen op brandstof –** 6 - Ja… Dit is leuk als het kan. En ook wel goed.
* **Diefstalpreventie –** 11 - Dit vind ik niet het belangrijkste eerlijk gezegd.
* **Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig –** 3 - Ja die vind ik dan wel weer belangrijk. Dan gaat die hier heen.
* **Leeg –** 12 - En hier mag ik zelf wat bedenken? Ja… weet ik eigenlijk niet zo goed. Denk dat alles wel is genoemd zo.

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als je de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou je dat indelen? Kun je hierbij hardop nadenken?

**R:**

* **Rapportages en meldingen kunnen beheren –** Belangrijk – Dit is altijd wel handig
* **Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware -** Redelijk belangrijk
* **Dashboard overzicht van wagenparkgegevens -** Redelijk belangrijk
* **Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen -** Zeer belangrijk – Dit zou ik wel graag willen, met die meldingen ook als ze op een klantlocatie zijn geweest bijvoorbeeld.
* **Bekende locaties (POI) kunnen beheren –** Belangrijk – Dit is voor ons ook belangrijk. We kunnen dan nu al onze klanten invoeren, wat het systeem voor ons een stuk duidelijker maakt.
* **Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) –** Onbelangrijk – Ja…
* **De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken –** Belangrijk
* **Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) -** Belangrijk – Dit zou wel leuk zijn…
* **Extra data omtrent rijgedrag -** Redelijk belangrijk
* **Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag –** Belangrijk – Dit zou ik wel een leuke vinden, maar dat is wel lastig. De ene jongen heeft bijvoorbeeld een route in de stad… en dan ander ergens in Noord-Groningen… dus dat wordt dan erg lastig.

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vind je de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

**R:**

* **Klantcontact -** Belangrijk
* **Pro-activiteit -** Zeer belangrijk
* **Openheid en eerlijkheid -** Zeer belangrijk
* **Klantgerichtheid -** Belangrijk
* **Flexibiliteit -** Belangrijk

I: Hoe beoordeelt u Cartracker op de volgende gebieden?

**R:**

* **Klantcontact -** Goed
* **Pro-activiteit –** Slecht – Die man van die training zei al dat ze een tijd stil hebben gezeten… maar ik weet wel dat ze hier nu hard mee bezig zijn.
* **Openheid en eerlijkheid -** Goed
* **Klantgerichtheid -** Redelijk goed
* **Flexibiliteit -** Goed

I: Nou… Dan was dit het interview. Hartstikke bedankt!

**R: Graag gedaan hoor. Geen probleem.**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 11

I: Dan heb ik eerst wat hele algemene vragen, zullen we maar beginnen dan?

**R: Ja oke.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: 43**

I: Oke, en in welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Hbo, technische bedrijfskunde.**

I: Wat is uw rol binnen bedrijf x?

**R: In het algemeen wagenparkbeheerder.**

I: Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: 300**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: De hele week.**

I: Hoe ziet zo’n week eruit

**R: Factuurcontroles, inzet controles, inzet van voertuigen, begeleiden van medewerkers met keuzes. Met vragen van, wie mag er in me wagen rijden tot accessoires.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Ik denk dat als een bedrijf met een wagenpark… dat goed beheer heel belangrijk is, voor de kosten, daarom denk ik ook dat het beter is dat iemand dedicated op wagenpark te zetten. Met goed beheer, en dan bedoel ik niet alleen inkoop, maar ook de juiste manier auto’s inzetten, op tijd auto’s eruithalen en de juiste auto’s inzetten, kan je gewoon geld besparen. Dusja, heel belangrijk.**

I: Duidelijk. Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer in het algemeen?

**R: Nou, vaak is het een goed service naar de bereiders. Het is een stukje arbeidsvoorwaarden, en ook een stukje gereedschap. En veel, we willen heel veel de goede werkgever zijn, en dus moet dat allemaal goed zijn. Ander doel is natuurlijk de kosten scherp houden, niet per se altijd goedkoper, maar niet dat het uit de klauwen loopt. Dat zijn denk ik de belangrijkste doelen. Het was ook weleens continuïteit als het bedrijf in een moeilijke fase zit.**

I: Oke duidelijk. Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Ja, Alphabet op het gebied van leasing. Maar ook andere leasepartijen. Ik werk ook met een externe wagenparkbeheerder samen.**

I: Wat voor pijnpunten lossen deze organisaties eigenlijk op?

**R: Factuurcontroles, om een idee te krijgen hoeveel alles nou precies kost binnen het wagenpark. Leasefacturen zijn altijd heel gecompileerd, het is dan mooi als dat op de juiste manier gerapporteerd is. En dat leasemaatschappijen de afspraken nakomen, ook met de service. De externe wagenparkbeheerder geeft ook advies… Alphabet zal nooit zeggen, je moet kopen in plaats van leasen. Een externe wagenparkbeheerder geeft een advies dat echt op ons is gericht. Over track & trace-systemen, heel veel leasemaatschappijen werken samen met bepaalde track & trace-systemen. Kijk bijvoorbeeld naar Terberg, die werkt met Lojack, dat is dan een systeem voornamelijk tegen diefstal. En als ze aan Terberg vragen, waar moet ik zo’n systeem halen, die zullen geen ander systeem aanraden. En leasemaatschappijen doen er ook alles aan om een klant aan zich te binden. Dus het advies is niet helemaal vanuit een eerlijk oogpunt.**

I: Is er ook nog een bepaald gebied waarop je door dit soort samenwerkingen sterker wordt als organisatie?

**R: Ja. Ik denk als je efficiënt bent in de kosten, dan hou je meer geld over voor andere dingen. Alle beetjes helpen daarbij. En verder, de juiste auto… als je kijkt naar de medewerker, tevreden medewerkers zijn de beste medewerkers.**

*(Beslissingsproces)*

I: Oke duidelijk. Over het algemeen, hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark?

**R: Over het algemeen zie je dat dit gaat over HR, facilitaire managers, en natuurlijk de directie. De financieel directeur. Wat wel zo is… met wagenparken wil iedereen zich bemoeien. Dus de algemeen directeur beslist wel is mee over dit soort trajecten.**

I: En stel er wordt een rittenregistratiesysteem overwogen, wie maken er dan allemaal uit van het beslissingsproces?

**R: Als ik wil weten waar de voertuigen zich bevinden, dan zou ik ook in dit proces betrokken zijn. Mensen die ermee te maken hebben krijgen ook wel inspraak, waarop het management vaak de beslissing neemt.**

*(Issues wagenpark)*

I: Oke. Wat vind jij over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: De berijders haha. Met vragen zoals… zij hebben er vaak een handje van om het probleem van hun jouw probleem te maken… bijvoorbeeld, he ik krijg gezinsuitbreiding, hoe gaan we dat doen? En als wagenparkbeheerder denk je dan vaak toch wel weer mee, maar dat bij iedereen doen is wel lastig. Het hoort erbij. Maar dat is het meest lastige. Die heeft weer last van ze rug, en die heeft weer dat… Heel vaak willen ze gewoon een andere auto.**

I: Ja precies. Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Heel verschillend, zaken over de mail, factuurcontroles. En het management wil vaak bepaalde rapportages, dat kost vaak veel tijd.**

I: Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Uhm… Nouja soms is er wel is behoefte aan meer kennis. Het probleem bij kleinere wagenparken is alleen vaak, dat ze niet erkennen die kennis nodig te hebben. Vaak vinden ze… het gaat al jaren zo. Het gaat goed. En die mensen zeggen vaak, een paar uurtjes per week, maar stiekem zijn ze er denk ik veel langer mee bezig, dat komt door al die losse vragen tussendoor. Je zit zo al een kwartier aan de telefoon voor een vraag over een bepaalde auto. Maar goed… Een systeem, maar dan echt een wagenparksysteem, waar echt je auto’s, berijders en kosten inzet, met betrekking tot die systemen, er kan dan een koppeling met een rittenregistratiesysteem gemaakt worden, zodat ook alle rittendata in zo’n systeem staat. Dat zou wel heel handig zijn. Ook met kilometrages, zo kan je ook de contracten beheren met je leaseafspraken. Dan voorkom je dat je te veel kilometer rijdt… koppelingen tussen systemen, dat je eenmaal de leasewagens en berijders invult en dat die dat automatisch in andere systemen zet, dat is ook een toevoeging.**

I: Ja precies. En je noemde net dat een bepaalde groep mensen het belang van wagenparken niet goed genoeg onder ogen hebben… Hoe kan je dat denk je aanpakken, om hun het belang ervan te laten zien?

**R:** **Als iemand met wagenparkbeheer bezig is, kan je ze laten inzien… van jij doet nu dit, maar je kan het ook zo doen… met deze voordelen en dan kan het zijn, efficiëntere inzet, minder stilstand, of lagere leasekosten.**

I: Ja precies. Uhm… Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Dat is een goeie, als ik die wist, zou ik het zelf ontwikkelen haha… Naja… Ik denk dat de meeste producten er wel zijn, maar dat systemen weer vervuld worden met nieuwe informatie, zoals dat alle laadpalen geüpload worden, zodat je bijvoorbeeld vanuit een systeem kan zien, ik heb nog 50 kilometer, waar is in de buurt een laadstation?**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Juist ja. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Natuurlijk elektrisch… of andere alternatieve brandstoffen… steeds meer integratie van track & trace, en connectiviteit… dat soort zaken.**

I: Oke. Wat denk jij dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Ik denk dat steeds meer bedrijven wagenparkbeheer gaan outsourcen. Ik zie nu al dat steeds meer bedrijven hebben, ik wil het allemaal niet hebben, dus ik besteed het uit.**

I: In hoeverre zie je dat het mobiliteitsbudget een rol gaat spelen?

**R: Ja dat is een mooie… iedereen roept het al jaren maar het komt nergens van de grond. De voornaamste reden is… dat er geen goede systemen voor zijn. Bij de platvormen nu kunnen… mensen krijgen nu een zak geld, en mogen ermee gaan reizen. Dan gaan ze de goedkoopste weg kiezen om geld over te houden, wat soms wel weer langer duurt.**

*(Duurzaamheid)*

I: In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Duurzaamheid speelt wel een grote rol… maar kosten spelen een grotere rol. Dus duurzaamheid is leuk, maar het moet niet te veel kosten. Een hele zuinige auto, is dus duurzamer, maar ook goedkoper. Maar elektrische auto’s… op dit moment redden ze het nog niet. Een elektrische bestelauto is die gewoon nog niet geschikt…**

I: En wat is je verwachting voor de toekomst?

**R: Het aanbod zal denk ik enorm toenemen, en dan zal de leaseprijs ook dalen. Het enige wat moet blijken is de restwaarde… als een accu binnen x aantal jaar afgeschreven wordt, wordt die auto ook gewoon minder waard. En een lage restwaarde betekent dus ook hoge gebruikskosten, of je hem nou koopt of leaset. Je TCO is hoger…**

*(Rittenregistratie)*

I: Oke. Dan nu even over rittenregistratie. Hoe houden jullie momenteel rittenregistratie bij?

**R: Wij doen er niet aan, doordat we zoveel personenwagens hebben. Daardoor is er geen behoefte aan rittenregistratie. Al dat gedoe… dan betalen mensen vaak liever bijtelling. Steeds meer mensen kiezen nu ook gewoon de auto die ze willen, in plaats van de auto met de laagste bijtelling.**

I: Ja precies. Hoe belangrijk denk je dat het is dat rittenregistratie nauwkeurig gebeurt?

**R: Als je het doet, moet het nauwkeurig.**

I: Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om te helpen met rittenregistratie?

**R: Wat mij opvalt is dat het beheer van de software, dus de administratie, mensen toevoegen, auto’s toevoegen… dat kost vaak veel tijd. Dat moet makkelijker kunnen. Het is best veel administratie, en het is los van andere systemen.**

*(Track & Trace)*

I: Oke duidelijk. En gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: We hebben weleens Technocon gebruikt.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Toen ik het gebruikte, was dat niet heel belangrijk. En bij de duurdere auto’s, was het meer vanwege diefstal.**

I: En wat zijn enkele onvervulde behoeften die je hebt op het gebied van track & trace?

**R: Ja… niet eigenlijk.**

*(Concurrentie)*

I: Oke. Welke aanbieders van ritregistratiesystemen/ track & trace systemen kent u allemaal?

**R: Technocon, IT-Mobile, TrackJack, Cartracker… TomTom natuurlijk.**

I: Wat weet je allemaal van die aanbieders.

**R: Nou… qua prijzen weet ik toevallig wel het een en ander. TrackJack is iets van 200 euro om in te bouwen. Ctrack is heel duur… maar hun service is ook weer heel goed. TrackJack is bijvoorbeeld goedkoper, maar na sluitingstijd kan je ze niet bellen. Dus wat wil je…** **Volkswagen is trouwens ook eigen hardware aan het ontwikkelen… die kunnen dat natuurlijk ook allemaal. Maar Volkswagen… die doen het dan alleen in hun eigen wagens. Als je een wagenpark hebt wil je iets universeels hebben. Voorlopig**

I: Ja precies. Uhm… duidelijk. Op grond van welke criteria maken jullie een longlist van bedrijven? Als er een beslissing gemaakt moet worden?

**R: Ik denk, als eerste keurmerk. Dat geeft in ieder geval aan dat het een goed systeem is. De mogelijkheden van de software. Prijs, en de investering tegenover de maandkosten. En of je die systemen overal kan inbouwen.**

I: En wat bepaalt dan wie er op de shortlist komt?

**R: Dan moet je echt in het traject kijken… Dat ligt aan de behoefte.**

I: En wat denk je… Wat is het doorslaggevende punt waarop je voor een leverancier kiest?

**R: Uiteindelijk heb je op de shortlist alleen bedrijven staan die hetzelfde kunnen. En dan is het vooral de service… en de prijs die meetelt.**

*(Product)*

I: Wanneer we het over rittenregistratiesystemen hebben, wat vindt u dan belangrijk?

**R: De software die erachter zit, het keurmerk… goeie technische dienstverlening, en de prijs.**

*(Distributie)*

**R:**

I: Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe rittenregistratiesystemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Dan kijk ik natuurlijk als eerste op internet. Dan zou ik kijken naar referenties. Vaak ga ik toch wel op ervaringen van anderen af. Of de leasemaatschappij vragen.**

I: Denk je dat er mogelijkheden zitten in… voor rittenregistratiesystemen, om samen te werken met leasemaatschappijen?

**R: Ja, daar zullen zeker mogelijkheden in zitten. Maar het is altijd: what’s in it for me? Vaak willen ze of een lagere prijs kunnen aanbieden, of het alleenrecht hebben. Dat iemand uhm… als een bedrijf bij een andere partij zou gaan leasen, dat ze dan niet hetzelfde systeem kunnen gebruiken bijvoorbeeld. Ze willen natuurlijk dat je die auto ook bij hun leaset. En de vraag is, moet je dat willen? Ik zou eerder… als je een productpakket stuurt, naar onafhankelijke lease intermediairs bijvoorbeeld, dan kunnen zij zelf kijken van… hee, wat is dit, is dit misschien wat dat bij dat bedrijf past, of kan ik ze meenemen in de uitvraag. Ik denk dat je dan vaker meegaat in zo’n traject. En het gaat ook altijd om… wat kost het systeem, en wat zijn de voorwaarden eraan. Vaak zijn die contracten een jaar, of twee jaar, of drie jaar. Het zou zoveel makkelijker zijn als je het mee zou laten lopen in de lease. Maar dan zou je het wel weer met de leasemaatschappij moeten doen.**

I: Ja precies. Op welke andere manier(en) zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R:**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: LinkedIn, Facebook**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Ja, beide.**

I: Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ligt eraan van wie ik ze krijg**

I: Hoe bedoelt u?

**R: Nou… als het onderwerp interessant is, dan is het leuk. Maar het is natuurlijk heel vaak gewoon spam.**

I: Hoe blijf jij op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Door vakmedia, en ook naar beurzen toegaan.**

I: Waar moet ik dan aan denken?

**R: Fleetmanagement beurzen.**

I: Oke. En hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden? Omtrent wagenparken?

**R: Gewoon… nieuwsbrieven van vakmedia. Verder zoek ik gewoon zelf. Sommige bedrijven sturen af en toe een nieuwsbrief, dan vind ik het… ook over een product… nog wel leuk.**

I: Ja precies. En… Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Haha… Dat is wel een goeie. Ik zou… uhm… denk ik gewoon op beurzen, daar komen natuurlijk best wel veel wagenparkbeheerders op af, van grote wagenparken. En gewoon een kop koffie gaan drinken bij de wagenparken, waarvan je denkt dat die het zouden gebruiken. En het wil niet zeggen dat je gelijk aan tafel komt, maar dat je in ieder geval laat zien van, he, wij zijn er ook. Wagenparkbeheerders zijn toch altijd aan het kijken, wat zijn de juiste systemen, en tegen welke kosten? En ook van de toegevoegde waarde…**

I: Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Haha… Je hebt wel veel gevraagd he. Nee, denk het niet.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Oke, ik heb nog aantal vragen met betrekking tot… Ik heb… Of je deze op volgorde zou willen selecteren. Van welke is het belangrijkst, en welke is het minste belangrijk. En dat lege kaartje, daar mag je zelf wat invullen. Dan mag je hem ook slepen.

**R: Oke. uhm…**

* **Automatische rittenregistratie met keurmerk –** 10 – Op het moment dat dit belangrijk is, dan zijn die en die ook belangrijk
* **Inzicht in rijgedrag –** 2 – Die is natuurlijk wel belangrijk.
* **Registratie werktijden –** 6 – Die is ook leuk
* **Koppeling tussen bedrijfssystemen -** 4
* **Track & trace van voertuigen -** 8
* **Ondersteuning bij routeplanning –** 7 - Het is natuurlijk maar net waar je het voor gebruikt.
* **Ondersteuning bij administratie –** 3 – deze, en koppeling van bedrijfssystemen is mooi.
* **Prive/zakelijke registratie -** 12
* **Besparen op brandstof –** 1 – Ik denk dat de meeste bedrijven dit het belangrijkste vinden
* **Diefstalpreventie –** 11 – Deze… het is wel belangrijk, maar niet het belangrijkste
* **Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig -** 9
* **Leeg –** 5 – Uhm… wat kunnen we verzinnen. Ja je zou… dan zou ik zeggen, registreren stilstand. Wat staat er stil? Als je goed inzicht in je stilstand hebt, dan kun je, als je dan 20 busjes hebt, maar veel stilstand… misschien kan het dan ook wel met 18. Dus die is dan wel belangrijk.

I: Ja precies, dat is bij Cartracker bijvoorbeeld ook al mogelijk.

**R: Ja? Oke.**

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Oke volgende: Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Belangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Belangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Belangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Redelijk belangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Redelijk belangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Redelijk belangrijk

**R: Het is natuurlijk maar net waar je het voor gebruikt, als je het nodig hebt… dan is het belangrijk, en anders is het niet belangrijk. Deze… ik neem aan dat niet iemand continu op zo’n systeem kijkt.**

I: In hoeverre vindt u de volgende aspecten belangrijk bij een leverancier van track & trace systemen?

* **Klantcontact -** Belangrijk
* **Pro-activiteit -** Belangrijk
* **Openheid en eerlijkheid -** Belangrijk
* **Klantgerichtheid -** Belangrijk
* **Flexibiliteit -** Belangrijk

I: Nou, dan was dat het interview. Bedankt voor uw tijd!

**R: Ja. Graag gedaan, ik ben benieuwd naar de resultaten.**

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 12

I: Dan heb ik wat hele algemene vragen op het begin…

*(Algemeen)*

I: … Allereerst, wat is uw leeftijd?

**R: Mijn leeftijd is 49.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: In deze provincie, Zuid-Holland.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Ik heb twee opleidingen gevolgd, hbo-management en hbo-bedrijfskunde.**

I: Wat is uw rol binnen gemeente Alphen aan den Rijn?

**R: Ik neem het hele wagenpark op me. Zowel inkoop als het beheer ervan.**

I: Oke, en hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: Wij hebben van grote naar klein, van grote inzamelvoertuigen naar personenwagens… hebben wij 100 voertuigen.**

I: Hoe zit die verdeling daarin dan precies?

**R: De grootste categorie is wel de middencategorie, van zegmaar de bestelwagentjes.**

I: Oke. Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: Dat is nogal verschillend… als we bijvoorbeeld een nieuw voertuig aan moeten schaffen dan komen we al gauw boven de 210.000 euro, en als we boven de 210.000 euro komen dan moeten we een aanbestedingstraject in… dat is de grens met voertuigen… maar onder de 200.000 euro mogen we gewoon drie offertes aanvragen.**

I: Maar als je dat als uren rekent?

**R: Nou ik werk 4 dagen in de week, 9 uur. Dus reken maar uit… 36 uur in de week ben ik met het wagenpark bezig.**

I: En hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Voor ons is het van heel groot belang, omdat we alles nog zelf doen. Het is van groot belang dat de wielen blijven draaien. Zodat het vuil bij de burger wordt opgehaald zegmaar.**

I: Wat zijn de doelen binnen uw organisatie wat betreft wagenparkbeheer?

**R: We willen alles het liefste nog zo lang mogelijk in eigen beheer houden, omdat we een keer berekend hebben… dat dat goedkoper is voor ons. Onze doelen zijn… qua duurzaamheid… dat wij dus op de juiste manier in kunnen zamelen naar de burger toe. Milieu speelt daar ook een grote rol bij, C02-uitstoot. We proberen bijvoorbeeld zo min mogelijk voertuigen in te zetten voor zo weinig mogelijk uitstoot.**

I: Oke. En uhm… Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: In principe doen wij alles zelf… ook op het gebied van onderhoud, alleen de APK-keuring niet… maken ze zelf wel klaar maar dan gaan ze naar de dealer en worden ze daar gekeurd, ook voor de bestelling van onderdelen.**

I: En verder, bouwen jullie bijvoorbeeld nog systemen in de wagens?

**R: Ja… ik denk dat we zo nog wel dieper daarop ingaan, maar we hebben ook een externe partij, die bouwt die dingen voor rittenregistratie in ja. Dat is Travelcontrol. En we huren nog weleens een extra vuilniswagen in ofzo.**

I: Oke duidelijk. Wat doet bijvoorbeeld Travelcontrol precies voor uw organisatie? Welke pijnpunten lossen zij op?

**R: Wij hebben met Travelcontrol… wij hebben helemaal geen maandelijkse kosten. We hebben een eigen applicatiebeheerder… die loopt hier elke dag, en die houdt dagelijks bij wat er speelt. Die houdt die systemen bij. Qua rittenregistratie.**

I: Oke, dus zij leveren jullie alleen de systemen, en verder doen jullie alles zelf? Dus het pijnpunt dat zij wegnemen is dus eigenlijk alleen het leveren van de hardware voor rittenregistratie?

**R: Ja precies. Juist ja. Hardware leveren… Als er iets echt kapot is gaat die terug naar de leverancier, en dan krijg je een nieuwe terug.**

I: En biedt het u ook nog bepaalde voordelen?

**R: Nou, ik geloof dat we het nu een jaar of 7 hebben… we zijn overgegaan van papier door de Belastingdienst. Dat moest doordat die lijsten bij de Belastingdienst… daar namen zij geen genoegen meer mee… Dus toen hadden we drie partijen uitgenodigd… die andere twee hadden abonnementskosten, en die liepen zo hoog op… maandelijks. Dus toen hebben we besloten het intern op te pakken.**

I: Maar jullie zetten het systeem niet in voor bijvoorbeeld track & trace?

**R: Nee… wij zijn er hoofdzakelijk voor de burger he… wij hebben gewoon onze vaste inzamelroutes. Het is meer… als het moet… kunnen we het aantonen. Meer niet.**

*(Beslissingsproces)*

I: Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen de gemeente?

**R: Ik dan… daarnaast heb ik een werkplaats chef lopen, en nog 4 monteurs… dus 6 man. Ik het beheer dan.**

I: Oke. En hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen de gemeente? U noemde net al het aanbestedingsbedrag…

**R: Als wij een aanbestedingstraject in moeten, dan geeft ik aan wat er moet gebeuren… of wat ik wil dat er gebeurt… Dat neem ik allemaal op, dat onderbouw ik met een verhaal… dan kijk ik er samen met inkoop naar. Ik lever vooral de technische aspecten aan, en geef dan advies samen met beleid en inkoop. Dan heb je daarboven de manager, en die geeft aan of het plan uiteindelijk door kan gaan.**

I: En hoe moet ik dat zien? Jullie hebben dus gewoon een manager boven je?

**R: Ik val onder een teamleider. De teamleider mag gaan tot 100.000 euro. En de manager is de eindverantwoordelijke, die gaat over beslissingen boven deze grens. Die geeft dus ook ze handtekeningen bij aanbestedingen.**

I: Oke, en is dit in heel Nederland?

**R: Nou… wat ik net schets niet, zo regelen wij het. Maar die 210.000 euro, die heeft heel Nederland ja… als aanbestedingsgrens. Dat is een harde lijn, 209.000 euro om precies te zijn.**

*(Issues wagenpark)*

I: Oke. Dan even weer wat anders. Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Uhm… het lastigste… ik vind het eigenlijk allemaal wel een uitdaging… maar het lastigste is om sommige mensen te overtuigen, als een voertuig vervangen moet worden. Dat overtuigen kost altijd veel… en elke keer weer opnieuw…**

I: Oke. Welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: De aanbestedingsprojecten kosten mij het meeste tijd. Als je 2 of 3 nieuwe vuilniswagens aan wil schaffen, dan praat je over een proces van een half jaar. Dan moet je dingen met elkaar afstemmen en overleggen…**

I: Oke. En wat is het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Het moeilijkste is om het als team met elkaar eens te kunnen worden, en wat voor voertuigen we kiezen… ook kijkend naar de toekomst. Wellicht dat we anders gaan inzamelen in de toekomst, dan loop je achter de feiten natuurlijk.**

I: Even kijken… Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Een secretaresse haha… nee uhm… we hebben eigenlijk te weinig voertuigen achter de hand voor als we calamiteiten hebben…**

I: Oke, en is er nog… op het gebied van wagenparkbeheer, een product of dienst dat zou u wensen te hebben, dat nu nog niet bestaat of nog niet aangeboden wordt?

**R: Nou uhm… nee eigenlijk niet… ik hou heel erg van innovatie… de nieuwste ontwikkelingen binnen inzamelwereld. Eind mei, 30 mei, zijn er weer open dagen… reinigingsdagen noemen we dat… en daar kan je dus inderdaad zien of er weer nieuwe dingen zijn die je kan toevoegen in onze planning.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Nou… waar we het net al een beetje over hadden, scheiden van het afval he… plastic, metalen, gft en alles… die ontwikkelingen gaan steeds verder… ik denk uiteindelijk dat er geen restafval meer overblijft. En dat is voor ons erg belangrijk, om te kijken wat voor wagens we aan moeten schaffen.**

I: U noemde net al technologische ontwikkelingen, economisch, ecologisch… kunt u daar wat meer over vertellen?

**R: Ja inderdaad… duurzaamheidsbelang. Momenteel zitten we op Euro 6 motoren. We hebben ook 30 kleine auto’s rijden op aardgas, en die hebben een CO2-uitstoot van bijna 0. Dus die uitstoot is enorm veel minder… en nu is er een project gestart voor elektrisch… dus we moeten daar heel goed naar kijken, en dat is naar de burger toe ook belangrijk.**

I: Ja precies. Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Wat er kan gebeuren… uhm… toch wel het verduurzamen. En proberen om met minder voertuigen toch het huisvuil op te kunnen halen… dus minder vuil op de weg, minder uitstoot, dat wordt denk ik toch wel de toekomst.**

I: In hoeverre beweegt uw bedrijf zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: We hebben nu 15 auto’s, dat zijn poolauto’s. Dan kan je met je tag aanmelden, en dan kan ik zien wie ze gepakt heeft. Dus zo rouleren we… daar mogen alleen een aantal functies gebruik van maken. En dan heb ik de inzamelwagens, daarbij probeer ik zoveel mogelijk een vaste chauffeur te zetten, die hebben gaan dan… als het hun eigen wagen is, gaan ze er ook zuiniger mee om, dus op gebied van onderhoud is dat beter… denk ik. En het zijn ook wel speciale voertuigen…**

I: Oke, en speelt een mobiliteitsbudget nog binnen uw organisatie?

**R: Nee… dat is nog een erg grijs gebied… dat is een beetje afhankelijk van de ontwikkelingen, maar daar durf ik nog weinig over te zeggen.**

I: Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Er zijn ontwikkelingen waardoor we misschien toch nog gaan uitbreiden… dus ik denk het wagenpark… dat er ook financieel meer bij gaat komen. Er zit nu al een financiële man op, maar je wil vaak wel weten wat een wagen op jaarbasis gekost heeft… dus ik denk wel dat dat steeds belangrijker gaat worden. Dat is in het bedrijfsleven natuurlijk al belangrijk… wij als gemeente verdienen geen centen, maar we moeten wel zo netjes mogelijk met de centen van de burger omgaan.**

*(Duurzaamheid)*

I: U had het er net al een beetje over… In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Dat speelt in principe wel een grote rol. We zijn momenteel met 100 voertuigen op de weg, en dat ziet de burger natuurlijk ook. En als je dan met een oude stinkbak voorbijkomt… dus vandaar dat we wel zo schoon en net mogelijk willen rijden. En daarmee willen we wel een statement afzetten.**

I: Wat zijn de verwachtingen hierin voor de toekomst?

**R: We willen meegaan met de grote mannen… een hele grote bijvoorbeeld in inzamelland is Roteb van gemeente Rotterdam. Dat is een hele grote en die zijn heel innovatief, die hebben al vuilniswagens ook op elektrisch rijden… maar wij hebben bijvoorbeeld geen voertuigen achter de hand om die in te zetten… Dus wij zijn nooit een voorloper op het gebied van uitproberen.**

*(Rittenregistratie)*

I: Oke. En dan wat specifieker op rittenregistratie… Hoe hield u nou rittenregistratie bij?

**R: Dat doen wij met Travelcontrol.**

I: Travelcontrol, die zenden dus data direct naar uw systeem?

**R: Ja klopt.**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Het is zo belangrijk… elke dag komen de rittenregistraties binnen… als je hier komt, hebben we een antennetje en slaat die de ritten op in het systeem hier… Hij slaat die in dat boxje op, waar die 1000 ritten in op kan slaan. Al die dagritten komen dus op dat systeem… als er dan een ook een boete binnenkomt, kan ik ook zo zien wie er in die auto gezeten heeft.**

I: Ja precies. Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Wij hebben hem toen der tijd aangeschaft voor de Belastingdienst… en de boetes zijn een leuke bijkomstigheid, maar ik verwacht niet dat we in de toekomst meer met rittenregistratie gaan doen… voor ons is dat niet nodig.**

*(Track & Trace)*

I: En jullie gebruiken dus geen track & trace van bedrijfswagens?

**R: Nee. Het kan wel…**

I: Stel u zou het wel gebruiken… hoe belangrijk zou u het vinden dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Nou… stel we willen onze wagens willen zien dat onze wagens een bak legen, dat duurt 3 minuten, dus dat is dan wel de max. We kunnen hem ook op 2 seconden zetten.**

I: Wat zou voor u dan de ideale range zijn?

**R: rond de 25 seconde…**

I: Oke… Denkt u dat er nog wat kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace in de toekomst?

**R: Wie weet? Voorlopig doet het huidige systeem precies wat we willen.**

I: Waarin zou u dan geholpen kunnen worden?

**R:** **Als wij het in inzamelland wat ruimer op gaan zetten voor efficiency… AfvalRIS is momenteel ook al een systeem, daar kan je bepaalde routes uitkloppen die je moet rijden. Als er een melding komt van, een ondergrondse container zit voor 75% vol, dan geeft die een signaal door, die container zit bijna vol… die komt binnen bij de planner. Op track & trace zou je dus nog iets kunnen doen, van wat zou nou de gunstigste route zijn om die containers te legen. Aan de hand daarvan kan er dan een efficiënte route uitkomen voor de wagen.**

*(Concurrentie)*

I: Welke andere aanbieders zijn er nog overwogen voordat jullie klant werden bij Travelcontrol?

**R: Wij moeten sowieso drie offertes aanvragen, maar dat was een jaar of 7 geleden alweer… dat weet ik even niet meer… maar twee hadden een abonnement, en Travelcontrol niet.**

I: Welke aanbieders van ritregistratiesystemen kent u allemaal?

**R: Uhm… Tracktracking ofzo? Er zijn er zoveel… ik weet het niet precies…**

I: Oh oke. Op grond van welke criteria maken jullie een longlist van bedrijven?

**R: Bij aanbestedingen komen alle bedrijven gewoon op de longlist.**

I: Wat bepaalt wie er op de shortlist komt?

**R: De partijen moeten aan de plafondprijs voldoen, moeten op technisch vlak voldoen, en de documentatie moet op orde zijn. Dan doen we het meestal met een puntensysteem… en dan kan je zeggen: voor duurzaamheid geef ik 10 punten, voor prijs geef ik 10 punten… en zo komt er een score uit.**

I: En is daar een recent voorbeeld van? Op het gebied van wagenpark?

**R: Het laatste voorbeeld was met de veegmachines, toen hebben we praktijktesten gedaan. Dus toen telden dingen als het zicht, het geluid en de besturing allemaal mee…**

*(Product)*

I: Oke duidelijk. Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen/ track & trace systemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: Voor ons als gemeente is het helemaal niet belangrijk. Het enige dat belangrijk is, is dat we het aan kunnen leveren naar de Belastingdienst toe, of iemand bedrijfsmatig werkt of privé. En nog dat ik een bekeuring kan terughalen.**

I: Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou dat dan zijn?

**R: Nou… er is veel mogelijk, maar meer als de helft gebruik ik er al niet van… dusja… Dat weet ik niet echt**

*(Distributie)*

I: Oke. Stel dat u het wagenpark zou willen uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Uhm… Als… dan zou ik zeker gaan Googlen.**

I: Oke, en is er nog een andere manier waarop u het wenselijk zou vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Nee… die is er niet echt.**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Alleen op Whatsapp.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Zakelijk doe ik LinkedIn, maar ben daar een beetje een oude knar in.**

I: Haha oke. Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Zeker, ik houd wel van nieuwe ontwikkelingen.**

I: Dat is gelijk mijn volgende vraag. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Een keer per jaar hebben we van de provincie uit een congres… Daar komen de ontwikkelingen op het gebied van beheer, efficiency noem maar op naar voren.**

I: Oke. Hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Vaak zoek ik dat zelf via Google wel op, en voor de rest eigenlijk via de mail.**

I: Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Ik zou ze aanschrijven met een brief denk…**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

I: Oke. Kent u Cartracker?

**R: Nee… voordat jij erover begon kende ik het niet.**

I: Dan sla ik een aantal vragen over… Is er verder iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet gevraagd heb?

**R: Uhm… Niet zo snel…**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Oke, dan heb ik online nog een aantal vragen. Dan kom ik even met me laptop daar naartoe. Ik heb hier een aantal kaartjes… Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken? En u mag zelf wat op het lege kaartje invullen.

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 3 – De Belastingdienst moet het wel goedkeuren natuurlijk
* Inzicht in rijgedrag – 7 – Ja…
* Registratie werktijden – 6 – Ook belangrijk
* Koppeling tussen bedrijfssystemen - 11
* Track & trace van voertuigen - 8
* Ondersteuning bij routeplanning - 9
* Ondersteuning bij administratie - 10
* Prive/zakelijke registratie – 4 – Dat vind ik toch ook wel belangrijk
* Besparen op brandstof – 1 – Dit vind ik wel belangrijk
* Diefstalpreventie – 12 – Dit hoor ik wel… dat dit belangrijk is in het bedrijfsleven denk ik
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig - 5
* Leeg – 2 – Dan zou ik… Hier zou ik dan bekeuringen neerzetten… die gaan wij natuurlijk niet betalen

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Redelijk belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Redelijk belangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren - Redelijk belangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) – Belangrijk – Dit zou nog weleens belangrijk kunnen worden, als we met inzamelen flexibeler gaan plannen
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Belangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Zeer belangrijk – Ja… dat vind ik altijd wel belangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Zeer belangrijk – Dat werkt denk ik niet, maar ik zou het wel erg fijn vinden…

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Zeer belangrijk
* Pro-activiteit - Zeer belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Zeer belangrijk
* Klantgerichtheid - Zeer belangrijk
* Flexibiliteit - Zeer belangrijk

**R: Deze vind ik allemaal heel erg belangrijk.**

I: Oke, die laatste over Cartracker mag u overslaan. Dan was dit het interview. Hartstikke bedankt!

**R: Graag gedaan! Ik vond dat je het goed deed… je had goede vragen.**

I: Dank u wel.

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 13

I: Ik begin eerst even heel erg algemeen.

**R: Oh dus je schrijf niets op nu.**

*(Algemeen)*

I: Nee dat doe ik later. Allereerst, wat is uw leeftijd?

**R: 54.**

I: In welke provincie bent u woonachtig?

**R: Zuid-Holland.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Uhm… Middelbaar beroeps… weg en waterbouw**

I: En wat is uw rol binnen de Gemeente Zuidplas?

**R: Ik ben clusterhoofd van de buitendienst, team onderhoud.**

I: Oke. Hoeveel bedrijfswagens telt uw wagenpark?

**R: Een kleine 20 denk… ongeveer he. Alles is grijs kenteken.**

I: Hoeveel tijd bent u wekelijks bezig met wagenparkbeheer?

**R: 10%... uurtje of 4 ongeveer.**

I: Hoe belangrijk is wagenparkbeheer in uw ogen?

**R: Heel belangrijk! Het is je transport. Het is je wagens waarmee je werk hebt.**

I: Oke. Wat zijn de doelen binnen de gemeente wat betreft wagenparkbeheer?

**R: Het is een instrument om je werk uit te voeren… En doelen… we hebben wel eisen die we stellen op het gebied van duurzaamheid en veiligheid**

I: Werkt u met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Ja dat hebben wij… wij hebben TomTom Track & trace.**

I: En wat voor pijnpunten lossen zij op binnen uw organisatie?

**R: Ten eerste, voor de Belastingdienst… ten tweede, voor aansprakelijkheden, als er schades gereden zijn ofzo… en gladheidsbestrijding, dan kan je precies zien waar ze geweest zijn…**

I: En biedt het systeem nog bepaalde voordelen? Voor u als organisatie?

**R: Soms kijken we weleens naar bepaalde ritten ter controlle…Het is een instrument dat handig is, maar dat is een mobiele telefoon ook.**

*(Beslissingsproces)*

I: Uhm… Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen deze organisatie?

**R: Dat ben ik als enige.**

I: Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Ja… dat is eerst informatie, en dan… afhankelijk van wat he trouwens ook. Er wordt ook gekeken naar aanbestedingsprocedures.**

I: En heeft u dan bijvoorbeeld een adviserende of beslissende rol?

**R: Daar heb ik wel een beslissende rol in.**

I: Nog andere mensen binnen de organisatie?

**R: Ja we hebben ook een chef inkoop, die toetst het dan aan de regels… en voor de rest, ja, heb je te maken met je investeringsbedragen die ervoor staan… dat is alleen voor vervanging… als het nieuw zou zijn, dan zou het zelfs bij het college kunnen komen.**

*(Issues wagenpark)*

I: Oke. Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: De beperkte keuzen van het assortiment, van de wagens.**

I: Beperkte keuze?

**R: Ja je zou zeggen dat het andersom zou zijn… dat is voor personenwagens. Maar… wij hebben bijvoorbeeld vijf Volkswagen Transporters, en daar is bijvoorbeeld niet echt een andere keuze in, dan val je gelijk in een andere categorie… dus je hebt weinig keuze.**

I: Oke, en welke bezigheden of taken kosten u het meeste tijd op een dag?

**R: Ik denk de facturen van het onderhoud.**

I: Wat is het moeilijkste gedeelte of taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Ik heb geen moeilijke taken…**

I: Alleen maar uitdagingen?... Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Die heb ik eigenlijk niet…**

I: Niets wat u mist? Wat uw dag makkelijker zou maken… of wat u nog zou willen hebben?

**R: Uhm… Nee, ik kan het zo gauw even niet bedenken.**

I: Oke. Is er dan… Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou u wensen te hebben? Dat nu nog niet bestaat of nog niet wordt aangeboden?

**R: Uhm… Ook een lastige… als ik die wist, dan had ik een octrooi aangevraagd denk.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Mocht zoiets u nog te binnen schieten, dan hoor ik het graag. Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Je hebt de ontwikkelingen natuurlijk die in heel Nederland spelen. Gewoon de… Euro 6, straks krijg je de Euro 7 denk. Die ontwikkelingen gaan wij ook mee mee natuurlijk. Wij rijden ook op aardgas, dat schijnt ook veel zuiniger te zijn. Elektrisch zijn we nog niet ingestapt… dat hebben we een tijdje terug overwogen, maar je weet natuurlijk nog niet hoe het met die ontwikkelingen gaat de komende termijn… Met de afstand bijvoorbeeld. Je zit zo aan de 100 kilometer. En het is nog te duur… En, je kan er geen aanhanger achter hangen. Dus voor de bedrijfswagens, voorlopig nog niet.**

I: En hoe ziet u dat voor de toekomst?

**R: Nou dan komt dat misschien wel, maar de komende 5 jaar voor ons nog niet denk.**

I: Oke, duidelijk. Wat denkt u dat er binnen 3-5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Nou… wij hebben geen leasewagens he… Nee. Ik kan me niet zo snel iets bedenken…**

I: Hoe zit het nu? Hebben jullie vaste berijders, of wisselen berijders van wagens?

**R: Beide… Ik heb vaste berijders op wagens zitten, maar sommige wagens zitten wisselende berijders op.**

I: En in hoeverre speelt een mobiliteitsbudget een rol binnen uw organisatie?

**R: Dat speelt hier niet… er mag namelijk niet privé gereden worden, en ze mogen niet mee naar huis… Je neemt je eigen auto mee hiernaartoe. En je krijgt reiskostenvergoeding.**

I: Uhm… Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ik denk hetzelfde… als een bijbaantje. Je gaat mee met innovaties die er zijn… schonere brandstoffen, elektrisch rijden… dat was het wel denk ik.**

*(Duurzaamheid)*

I: In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Daar hebben we het al even over gehad natuurlijk… Elektrisch rijden, nu dus nog niet… maar wel andere brandstoffen.**

I: Ja dus wellicht voor de toekomst… Zijn er nog andere verwachtingen voor de toekomst?

**R: Nee, niet zo zeer.**

*(Rittenregistratie)*

I: Dan even wat specifieker over rittenregistratie. U houdt momenteel rittenregistratie bij via een systeem van TomTom. Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Ja dat is wel belangrijk ja. Als ze van de Belastingdienst komen controleren…**

I: En wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Nou niet zo zeer de rittenregistratie, maar wel op het track & trace gebeuren… de nauwkeurigheid wat betreft de uhm… hoe moet ik het zeggen… het systeem kan nauwkeuriger… dat er veel vaker doorgegeven wordt waar de wagen zit, zodat ik een nauwkeuriger beeld krijg van de route die gereden is.**

*(Track & Trace)*

I: Ja want dat was mijn volgende onderwerp… wanneer gebruikt u track & trace van bedrijfswagens?

**R: Ja… we gebruiken het niet zo vaak hoor. Dan gaat het mij even of een auto op een bepaald punt geweest is…**

I: Hoe belangrijk is het voor u dat track & trace op een aantal seconden nauwkeurig is?

**R: Dat is erg belangrijk.**

I: Al zou u een range van tijd aan moeten geven…?

**R: Het is nu langzaam… ik zou elke paar seconde wel een update willen.**

I: Oke. En zijn er nog ander dingen die kunnen gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace?

**R: Nou dat is ook nog… meerdere signalen ook wel… Wij hebben bijvoorbeeld track & trace in de veegwagens gebouwd. Dan wil je weten waar die rijdt he… Maar je wil bijvoorbeeld ook weten, als die de borstels aan heeft, hoeveel die geveegd heeft, dus dat je ook ziet of de veger naar beneden is gezet… zodat ik gewoon kan zien waar allemaal geveegd is.**

*(Concurrentie)*

I: Oke, duidelijk. Welke andere aanbieders heeft u overwogen voordat u klant werd van TomTom?

**R: We hebben TomTom nu sinds 2010 ofzo denk… en we hebben rond die tijd wel andere aanbieders gehad… maar die kan ik nu even niet zo snel zeggen… Er was pas een beurs en daar stonden ze er allemaal op. Maar ik zou dat even niet weten nu. We worden er regelmatig over gebeld. Het punt is, die kastjes TomTom, die koop je… die zet je vervolgens in de auto… Dus als een auto nog halverwege is of nog twee jaar mee moet, ga ik geen kastje erin doen… ik zal eens kijken… Fleetmatics… is dat er een? En TrackJack? Dat waren ze.**

I: Ja klopt inderdaad… En waarom is er toen besloten om klant van TomTom te worden, en niet bij andere aanbieders?

**R: Het was toen een van de weinige.**

I: Oke, kent u nog andere aanbieders van systemen?

**R: Jazeker, die heb ik hier nog over de vloer gehad… Het verschil met TomTom toen was… bij TomTom kon je het kastje kopen, en bij die andere betaalde je daar een soort huur over… of weet ik veel wat…**

I: Want hoe zit het nu precies met de prijs bij TomTom? Wat betalen jullie daarvoor?

**R: Dan moet ik even kijken… uhm… dan zit je rond de 13 euro per maand.**

I: En de inbouw?

**R: Pfoe… Volgens mij ligt dat rond de 300 euro… maar zeker weten doe ik dat niet. Maar dat is minder interessant… want de auto’s rijden 8 jaar… dus over de hele rit is dat niks.**

I: Oke… Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven?

**R: Wij maken geen longlist… Ik denk gewoon wat goed is… en afhankelijk van het bedrag bepaal ik… Dus prijs/kwaliteit.**

I: En duurzaamheid?

**R: Dat ook wel natuurlijk.**

I: Wat is vaak het doorslaggevende punt waarop u voor een leverancier kiest?

**R: Kwaliteit… dat gaat voor de prijs.**

*(Product)*

I: Wanneer u denkt aan ritregistratiesystemen, wat vindt u dan belangrijk?

**R: De nauwkeurigheid denk ik.**

I: Stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou dat dan zijn?

**R: Ik denk die veegwagen, waar ik het net over had.**

*(Distributie)*

I: Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe systemen, waar zou u dan gaan zoeken?

**R: Op internet… En dan zou ik een stuk of drie/ vier partijen uitnodigen.**

I: Oke. Op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Via internet of persoonlijk contact vind ik prima zo.**

*(Promotie)*

I: Op welke Social Mediakanalen bent u actief?

**R: Geen een.**

I: Oke. Leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Die lees ik wel.**

I: Wat vindt u daarvan?

**R: Altijd interessant.**

I: Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Via internet, maar ook via connecties via andere buurtgemeenten zegmaar… ook weleens van vertegenwoordigers… dat soort zaken.**

I: Hoe zou u het liefste op de hoogte worden gehouden?

**R: Via internet gewoon. Of via mailverkeer.**

I: Stel u bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou u wagenparkbeheerders dan proberen te bereiken?

**R: Nieuwsbrieven… ik denk dat dat het belangrijkste is… als je die naar de gemeente stuurt, is er altijd wel iemand die hem doorstuurt naar de wagenparkbeheerder. Als je erachter gaat proberen te komen wie dat is… die naam krijg je vaak niet. Dat kost veel te veel tijd.**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

I: Dan heb ik nog een aantal vragen over Cartracker. Kent u Cartracker?

**R: Nee.**

I: Dan sla ik die even over. Is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Nou… uhm… waar wij we het ook voor inzetten… we hebben een apart systeem waarmee we de strooiers aan te drijven. Dat is een systeem van IDO, die heeft ook gps. Die weet dan precies hoe breed een weg is en daar reageert die op… en dat is ook een soort computerprogramma met een navigatiescherm… En daar een koppeling in… dat zou op een bepaalde manier wel echt geweldig zijn. Maar dat is niet mogelijk denk ik…**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Nouja wie weet… Dan heb ik nu nog een aantal online vragen. Kunt u deze kaartjes op volgorde van belang selecteren en daarbij hardop nadenken? En dan is er een leeg kaartje… wat zou u daarop zetten?

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 1 – Die hoort boven erbij
* Inzicht in rijgedrag – 4 – Die is… wel is handig
* Registratie werktijden – 11 – Is niet zo interessant
* Koppeling tussen bedrijfssystemen – 5 – Dat zou interessant zijn maar dat hebben we nog niet
* Track & trace van voertuigen - 7
* Ondersteuning bij routeplanning – 12 – Daar doen we niet aan, dat zouden we wel een keer willen, dat wij een bepaalde, bijvoorbeeld een prullenbakkenroute kunnen instellen voor een berijder
* Ondersteuning bij administratie – 3 – Deze is ook leuk
* Prive/zakelijke registratie - 10
* Besparen op brandstof – 9 – Doen wij ook niet aan
* Diefstalpreventie - 8
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig – 2 – Deze vind ik dus wel interessant
* Leeg – 6 – Meerdere registraties, als het om bijvoorbeeld een veegmachine gaat, of een strooimachine… dat je meer informatie daarvan op de kaart hebt

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware - Belangrijk
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Redelijk belangrijk – Niet zo…
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Belangrijk
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren – Belangrijk – Deze is ook handig, we hebben met TomTom ook een gebied, en als een wagen dan het gebied uitgaat dan krijgen we een melding
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) - Belangrijk
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Redelijk belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Belangrijk
* Extra data omtrent rijgedrag - Belangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Redelijk belangrijk

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* Klantcontact - Zeer belangrijk
* Pro-activiteit - Zeer belangrijk
* Openheid en eerlijkheid - Zeer belangrijk
* Klantgerichtheid - Zeer belangrijk
* Flexibiliteit - Belangrijk

I: Dit was het interview, dank u wel daarvoor. Ik kan u nog Cartracker laten zien?

**R: Ja dat is prima.**

I: Dan doe ik dat even op mijn telefoon… dan zet ik deze even uit…

In het verbatum wordt de interviewer Rick van Wetten aangeduid met ‘I’.

De respondent zal worden afgekort met een ‘R’.

Interview 14

I: Dan heb ik eerst wat hele algemene vragen, zullen we dan maar beginnen?

**R: Ja prima joh.**

*(Algemeen)*

I: Wat is uw leeftijd?

**R: 46… Bijna 46, 45 nog.**

I: Oke. In welke provincie ben je zelf woonachtig?

**R: In Zuid-Holland gewoon.**

I: Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

**R: Uhm… Havo is de hoogste.**

I: Oke, en wat is uw rol binnen bedrijf x?

**R: Ik ben verantwoordelijk voor de inkoop en het logistieke gebeuren. Ik zorg dat alles wat ingekocht wordt, gaat via mij. Ik maak inkoopafspraken. Ik zorg dat het magazijn allemaal een beetje loopt samen met Edwin. En daarbuiten doe ik onze auto’s, de verzekeringen, toch klanten binnenhalen… maar hoofdzaak logistiek toch wel.**

I: En dus ook het wagenpark?

**R: Die doe ik erbij.**

I: Oke… En hoeveel bedrijfswagens telt het wagenpark?

**R: Wij hebben op het moment iets van 26 grijze kentekens… met zo’n kastje erin**

I: Oke, daar gaan we zo mee verder. Maar… uhm… Hoeveel tijd bent u wekelijks ongeveer bezig met wagenparkbeheer?

**R: Dat zou ik echt niet weten… ik doe het allemaal tussen…. Anderhalf uur? Twee uur?... Ja twee uurtjes gemiddeld denk.**

I: Oke. En wat zijn de doelen binnen deze organisatie wat betreft het wagenparkbeheer?

**R: Wij hebben puur het wagenpark om ons werk te kunnen doen, dus om naar de klant toe te gaan… dat is toch wel ons hoofdoel. Het is eigenlijk gewoon puur gereedschap voor ons.**

I: Juist. Ja oke. Op die manier. Werken jullie nog met andere bedrijven samen op het gebied van het wagenpark?

**R: Nee.**

I: Helemaal niet?

**R: Nou… we zijn sinds kort gaan leasen. Je moet het zo zien… de gele kentekens. Alle auto’s die moeten worden vervangen gaan we leasen, en de grijze hebben we in eigen beheer.**

I: En in de toekomst blijven die ook in eigen beheer?

**R: Zolang we dat kunnen doen, wel ja.**

I: En de rittenregistratie?

**R: Ook. Dat hebben we alleen in de grijze kentekens.**

I: Dus daar hebben jullie systemen in? Welke systemen zijn dat?

**R: Track & trace.**

I: Van wie?

**R: Van track & trace gewoon.**

I: Track Jack? Bedoelt u?

**R: TrackJack sorry ja! Je weet het beter ja als ik.**

I: Haha. En wat voor pjinpunten lost TrackJack nou precies op in deze organisatie?

**R: Nou… wij gaan in TrackJack pas kijken als we twijfels hebben ergens. Dus een pijnpunt zou kunnen zijn... begin en eindtijd. Als we een boze klant hebben die zegt van joh… de monteur is maar een kwartiertje binnen geweest, dat we aan kunnen tonen dat hij een uur voor de deur heeft gestaan. Daar gebruiken wij het meest voor. Wij gebruiken het niet voor kostenbesparing. En dan moet het ook nog is zo zijn dat we een gevoel erbij hebben… dan pas gaan we controleren.**

I: Oke, dus echt sporadisch… in enkele gevallen. En maken ze jullie ook nog sterker op een bepaalde manier? Als bedrijf zijnde?

**R: Nou het is… We hebben 1 chauffeur rijden door Den Haag, om spullen rond te rijden. Daar kijken we nog wel is naar, waar rijdt die, en waar kan die nog heen, maar dat is er eigenlijk maar eentje. En voor de rest is het eigenlijk meer achteraf dan real-time zegmaar.**

I: En hebben jullie in alle 40 grijze kentekens een systeem?

**R: Ja, in alle 40**

*(Beslissingsproces)*

I: Oke. Wie houden zich allemaal bezig met wagenparkbeheer binnen bedrijf y?

**R: Eigenlijk alleen ik.**

I: Hoe ziet het proces eruit bij beslissingen rondom het wagenpark binnen uw organisatie?

**R: Licht eraan wat we missen.**

I: Nou… een nieuw systeem bijvoorbeeld?

**R: Nou als er een nieuw systeem is, dan breng ik hem in. We hebben een MT 1 keer per maand, daar zitten mensen die mogen beslissen. En als ik dan iets wil doorvoeren dan leg ik het voor, en dan is het een ja of een nee.**

I: Dus eigenlijk gewoon een soort adviserende rol. Op de 10 keer, hoe vaak gaat het MT dan met jouw voorstel mee?

**R: Nou eigenlijk wel altijd. Eigenlijk beslis ik dat altijd gewoon zelf. Dat klinkt heel stom maar dat heb ik nou eenmaal. Dat parkeert… en dan eigenlijk 10 keer gewoon. Met een auto kopen, als we een auto nodig hebben… het enige wat ik vraag aan de boekhouder is of er geld genoeg is om wagens te kopen… en als dat er is dan doe ik dat gelijk. Maar dan heb ik het wel uitgezocht, ouder auto’s worden dan bijvoorbeeld te duur of er komen nieuwe mensen bij.**

*(Issues wagenpark)*

I: Ja, precies. Dan is het ook een soort logisch. Wat is voor u over het algemeen gezien het lastigste aan wagenparkbeheer?

**R: Het lastigste aan wagenpark is… het gezeur over auto’s. Er is altijd wel iets met een auto. Dat is niet lastig… maar het is meer het gezeur van… auto doet het niet goed, of me banden zijn versleten… en de ene keer is het wel gegrond en de andere keer niet, maar dat vind ik het lastigste**

I: Oke. En welke bezigheden of taken kosten het meeste tijd voor u op een dag?

**R: Nou eigenlijk… bijvoorbeeld een leaseauto. Bij ons is het zo, je mag tot een bepaald bedrag leasen, en alles erboven moet je zelf bijbetalen per maand. Maar daar is toch altijd weer gezeur over.**

I: Wat voor gezeur?

**R: Of een trekhaak erop mag, of andere bekleding… maar dan wordt je leaseprijs zo weer een paar tientjes duurder. Het mag allemaal, maar tot een bepaald bedrag. Ze mogen alles uitkiezen… ik werk wel met merken, dat ik met de leasemaatschappij afstem van, schat die even wat hoger in, want dan wil die hem niet. Maar het lastigste vind ik toch het gezeur.**

I: En de lastigste taak van de dag als het om wagenparkbeheer gaat?

**R: Ja… weet ik eigenlijk niet. Ik vind eigenlijk niks erg moeilijk eraan.**

I: Zie je nog ergens dingen dat je elke keer denkt van: pff… dat moet ik weer doen?

**R: Nou de auto’s schoonhouden. We werken altijd in regio Den Haag en dat is onze beste reclame. Onze wagens zijn mooi geel en ze rijden altijd in de buurt, en het moeilijkste is gewoon om die auto’s schoon te houden.**

I: En hou doen jullie dat momenteel?

**R: Ze moeten het zelf doen… maarja ik vraag het… maar ik moet het blijven herhalen, doe nou even je auto schoonmaken, wat maakt het nou uit. Je gebruikt hem iedere dag.**

I: Oke. Wat zijn enkele onvervulde behoeften die u heeft op het gebied van wagenparkbeheer?

**R: Ja… dat weet ik eigenlijk niet. Dat ik iets zou willen wat niet gebeurt? Ja dan kom ik toch weer op het schoonmaken. Dat zou… je moet het bijna als verplichting maar dat kun je niet. Omdat niet iedereen steeds naar de zaak toekomt. Maar dat zou voor mij het meest ideale zijn. Maar dat is ik het meeste.**

I: Zou je daar ook een bepaalde oplossing voor ogen hebben?

**R: Nou… we hebben hier verderop de Hago Groep zitten. Daar zitten mensen, die zijn geestelijk of lichamelijk gehandicapt. En die wassen auto’s. Toen heb ik gezegd, nou is goed, komen jullie op vrijdag hierheen en wassen jullie de auto’s die hier staan. Maar dat is allemaal weer teruggedraaid, want dan moesten we de auto’s daar naartoe brengen en dat werkt gewoon niet… Ene keer is die op de zaak en de andere keer weer die.**

I: Oke duidelijk. Op het gebied van wagenparkbeheer, wat voor product of dienst zou je wensen te hebben, dat er momenteel of nog niet bestaat, of nog niet aangeboden wordt?

**R: Wat een moeilijke vragen… Wat voor product of dienst… Ik weet het eigenlijk niet. Heb je een voorbeeld?**

I: Niks waar je een toevoeging zou kunnen hebben? Waarvan je denkt, dit gaat nog niet op een bepaalde manier, of dit zou via een externe partij een bepaalde toevoeging zijn? Een bepaalde dienst?

**R: Uhm… we hebben het liefste alles in eigen beheer, en we hebben een garage om de hoek die ons altijd helpt.**

I: En efficiency?

**R: Nou efficiency… dat zou met bepaalde routes moeten zijn, maar we werken allemaal in de regio, dus die efficiency heb ik ook niet echt nodig eigenlijk. Op het wagenpark heb ik dit niet echt.**

*(Ontwikkelingen wagenpark*)

I: Oke. Uhm… Welke ontwikkelingen spelen er op het gebied van het wagenpark waar u weet van heeft?

**R: Nou… ik weet dat hier in Den Haag, dat ze alles op elektrisch willen krijgen, maar dat gaat niet lukken.**

I: Waarom niet?

**R: Als iedereen dat zou doen, dan zouden we een probleem hebben met ons net. We zitten toevallig in de branche. Stel nou dat iedereen in de straat elektrisch zou gaan rijden… Ik zou het ook wel heel fijn vinden hoor, maar A: de actieradius zou hoger moeten worden.**

I: Ja maar dat kan wel komen in de toekomst.

**R: Ja, en ook het snel laden moet sneller zijn. Want het moet ook niet zo zijn dat je voordat je naar een klus toe gaat, dat je denkt van: shit, ik moet die auto nog ff laden. Dus zeker bij die busjes van ons… dus dat kan niet, maar dat zou ik wel heel graag willen hebben. We zijn er ook wel mee bezig…**

I: Ja want je zegt, dat gaat nooit gebeuren. Maar dat zijn twee problemen die in de toekomst nog wel op te lossen zijn toch?

**R: Ik denk eigenlijk waterstof. Auto’s rijden op waterstof. Ik denk dat dat het mooiste is.**

I: Ja dat kan ook. Wat denkt u dat er binnen 3 tot 5 jaar kan gebeuren om te helpen met wagenparkbeheer?

**R: Mij te helpen? Uhm… Nouja ik denk in de toekomst, de auto’s worden nog moderner, nog beter. Ik denk dat je in de toekomst al van tevoren kan weten wat er vervangen moet gaan worden. Dat zou ik nu ook al kunnen weten als ik het zou laten controleren iedere maand, maar dat doen we niet. Een goed voorbeeld is, me vrouw die heeft een auto, en die gaat naar de dealer, daar stoppen ze een sleutel in en ze weten precies wat er aan de hand is. Dat zou wel effiecent zijn voor ons. Dat wij online zouden kunnen zien dat autootje drie binnenkort de riem moet laten vervangen… of de pomp laten vervangen, of banden niet goed. Het zou wel heel mooi zijn als wij dat ook zouden kunnen zien.**

I: Oke. Als het bijvoorbeeld om de personenwagens gaat, In hoeverre bewegen jullie zich richting een eigen auto, een zakelijke auto of een mobiliteitsbudget voor het personeel?

**R: Nu is het zo, of een monteur of een projectleider/werkvoorbereider krijgt een auto. En ik heb 1 auto staan, een smart, die mag iedereen gebruiken. Maar in principe alles persoonsgebonden, en ik denk dat dit voorlopig bij ons zo blijft.**

I: Voorlopig?

**R: Het liefst zou ik hebben, dat we hier 7 auto’s hebben staan die ze allemaal kunnen gebruiken, en dat ze allemaal zelf hier met de auto, fiets of ov komen. Dat lijkt me het mooiste.**

I: Mobiliteitsbudget achtig?

**R: Ja dat is het mooiste, maar ik denk niet dat dat gaat gebeuren. Die mensen die hier werken zijn het namelijk al zo gewend, dat ze een auto hebben. En ik hoop dat die voorlopig nog bij ons blijven. Dus ik denk dat ik niet ineens die overstap kan maken… Dat heeft wel iets te maken met de mensen hier, die willen wel een eigen auto.**

I: Oke. Hoe ziet u de rol van een wagenparkbeheerder over 5 jaar?

**R: Ik denk nog steeds hetzelfde… maar ik hoop dat het wat makkelijker gaat worden qua… dat ik meer van tevoren weet wat er in de auto’s gedaan moet worden.**

I: En stel, dat soort gegevens zijn straks allemaal bekend in de computer, dan moet daar wil tijd in gestopt worden. Zie je dat ook gebeuren?

**R: Ja… ik heb ik een leuke assistent daar zitten. En die zou dat allemaal wel kunnen controleren. Dus of het makkelijker zou worden… ik zou zelf toch altijd wel willen weten wat er gaande is met de auto’s.**

I: Dus gaat er dan in jouw ogen meer tijd naar wagenparkbeheer met meer data?

**R: Ja dat moet blijken... Maar ik hoop ook dat de auto’s beter worden zodat er ook weer minder gezeur meer is.**

*(Duurzaamheid)*

I: In hoeverre speelt het thema duurzaamheid een rol binnen uw organisatie?

**R: Heel eerlijk? Niet… Op het moment niet.**

I: In het wagenpark ook niet?

**R: Nee dat bedoel ik ook… ik kan niet met 40 auto’s elektisch gaan rijden, wnat dan heb ik geen… dan kan ik elke dag 2 tot 3 uur afschrijven.**

I: En personenwagens daarin?

**R: Dat zou eventueel nog kunnen. Maar… Dat is nu nog niet aan de orde.**

I: Want Ik zag wel twee mooie laadpalen buiten staan?

**R: Klopt! Mooi he? Die zijn van ons.**

I: Hebben jullie wel elektrische wagens dan?

**R: Nee. We hebben ze neergezet… heel eerlijk… puur voor de buitenwereld. Dit industriegebied is bezig met duurzaamheid. Die doet dit, die doet dat, dus wij moesten eigenlijk ook wel wat. Dus we dachten, dan zetten we twee palen neer, met groene vlakken, en dan zien we wel wat. Wat er wel komt, we hebben een smartje rijden, en in september komt er een elektrische smart op de markt. Die zou ik dan wel willen hebben. Dan kunnen we die op de laadpaal zetten, dus daar gaan wel mee beginnen.**

I: Ja want je zegt dat heel het gebied bezig is met duurzaamheid… waarom jullie niet?

**R: Omdat wij in heel veel dingen niet geloven. Zonnepanelen bijvoorbeeld, daar geloven we niet in. Nu ga je iets investeren in de hoop dat je over een aantal jaar gaat besparen. Maar dan gaan de omvormers kapot, en wat heb je dan uiteindelijk bespaard? Zo kijken wij er een beetje naar. Met subsidie zou het dan wel interessant zijn.**

I: Wat zijn de verwachtingen dan voor de toekomst als het om het wagenpark gaat?

**R: In de toekomst weet ik zeker dat wij, al is het nou waterstof of elektrisch… ik denk dat we er binnen 10 jaar ook wel aan doen. Hartstikke goed hoor, maar ik ben weleens bezig geweest met een caddy blue motion. Die was zuiniger, beter voor het milieu enzo, maarja…. 3 tot 4 duizend euro dan de huidige caddy, dus nu hebben we er dan 3 + 1 gratis. Dus het moet wel beter worden naar de klant toe. LED-verlichting geloof ik namelijk wel heilig in.**

I: Waarom?

**R: Dat bespaart echt, of je nou een gloeilamp hebt voor 60 watt of een LED van 2 watt…**

*(Rittenregistratie)*

I: Oke duidelijk. Dan wat specifieker op rittenregistratie. Hoe houdt u momenteel uw rittenregistratie bij?

**R: Uhm… via…**

I: TrackJack?

**R: TrackJack. Iedereen heeft een eigen inlogcode.**

I: En hoe moet ik dat zien? Downloaden jullie eens in de zoveel tijd de registratie en sturen jullie dat dan door naar de Belastingdienst?

**R: Nee we gaan dat pas doen als de Belastingdienst aanbelt. Hebben we een keer gehad. Vijf auto’s werden gecontroleerd toen. Toen moesten we met onze billen bloot. Toen hadden we nog geen TrackJack. En toen hebben we voor een auto moeten betalen. Dat was voor de Smart, die was gefotografeerd met een kinderzitje.**

I: Oke. Ja dat valt lastig uit te leggen. En stel de Belastingdienst komt nu aanlopen, kan je dan alles laten zien vanuit TrackJack?

**R: Ja.**

I: Oke. Hoe belangrijk is het voor u dat dit nauwkeurig gebeurt?

**R: Voor mezelf zou ik het heel belangrijk vinden. Voor me collega’s ook, want als er dadelijk een controle komt… ben je misschien het haasje. We hebben hier een busje rijden, daar zijn we dan verantwoordelijk voor, ik zeg ook tegen die jongen. Schrijf gewoon ieder ritje op.**

I: Schrijf het op?

**R: Naja, noteren, in TrackJack kan je noteren. Je moet wel zeggen wat je gedaan hebt. We hebben weleens in het weekend een storingsdienst, en dan moet er een busje rijden. Dan moeten ze het erin zetten.**

I: Want jullie hebben niet iets van tags ofzo?

**R: Nee die hebben we niet.**

I: Zouden jullie dat wel wenselijk vinden?

**R: Nee, die hebben we toen de tijd ook afgeschaft toen we allemaal nieuwe kastjes kregen.**

I: Hoe ziet het systeem van TrackJack er precies uit?

**R: Nou hier… Hier, dit is Thijs, die is vandaag al daar, en daar, en daar geweest.**

I: Oja ik zie het, en is er ook een live kaart?

**R: Ja heb je ook, je kan hier een opmerking schrijven, dus als je in het weekend gereden hebt kan je een opmerking registreren. En hier de uren, zodat we kunnen checken met uitbetalen.**

I: En als ik vragen mag, wat betalen jullie voor TrackJack?

**R: Ja… 90 euro per voertuig per jaar.**

I: Dat is per jaar?

**R: Ja, dat is dus uhm… nog geen tientje per maand.**

I: En zo’n kastje?

**R: Toen der tijd… wat zal het zijn? 100 zoveel euro per kastje? En dan bouwen we ze zelf in.**

I: Oke duidelijk. Zou je eens even naar de live kaart willen gaan?

**R: Even kijken hoor… hij is een beetje traag vandaag. De laatste paar weken al. Morgen hebben we een netwerkcontrole. Je ziet hier op de kaart dat we echt in de regio werken. Dus het is echt… dit is ver (Zoetermeer).**

I: En willen jullie niet uitbreiden?

**R: Zolang we dit zo kunnen blijven doen, willen we het zo blijven doen. Dat is het beleid van de zaak. Het is een familiebedrijf en we willen een beetje persoonlijk blijven. Soms… ik wel hoor, ik zou best wel wat filiaaltjes meer willen hebben, maar we hebben nog steeds een grote baas boven die het tegen houdt. En hier kun je zien wie waar zit, met kenteken en naam. Kleurtjes zijn afdelingen. Dus de donkerrode is projecten en de groene zijn service en onderhoud, de blauwe zijn de kleine zakelijke markt, de kleine busjes. Dus daar kan ik ze in onderscheiden. Ik zie alles, en dan heb je de projectleiders, die zien alles, bijvoorbeeld alleen de gele.**

I: En als je op dit icoontje klikt?

**R: Dan zie je bijvoorbeeld de snelheid. En hij ververst een keer in de minuut ongeveer. En je kan zo hier klikken, dan zie je streetview. Dan wil je niet het strand zien haha. Of een mooi meertje. Het is een heel simpel systeem, maar we hebben hiervoor een heel uitgebreid systeem gehad. Siemens VDO. Van Paul Wuite. Dat was zo’n ingewikkeld zien. Kon je ook zien hoe hard iemand optrok, hoe hard iemand remde.**

I: Ja dat was ook veel met rijgedrag?

**R: Ja ook maar ook met allemaal andere dingen. Maar dat werd toen verkocht, en dat ging naar derden. Dus toen gingen we voor een andere partij kijken. Wij willen gewoon alleen zien waar iemand is, of waar iemand geweest is. Het optrekken interesseert me eigenlijk niet. Je trekt alleen maar op hier in de stad. En toen kwamen we uiteindelijk uit op TrackJack. Ook qua prijs.**

I: En zouden jullie… als het om TrackJack gaat, zouden jullie het dan wel mooi vinden om meer informatie over rijgedrag te zien?

**R: Nou… niet echt. Het zijn toch moment opnames. En dan moet je iemand op het kantoor erop aanspreken, je rijdt te hard… We hebben wel… we hebben een grote naam hier in Den Haag, en zodra er maar een busje scheef staat, dan worden we gelijk opgebeld. Of te hard of afgesneden heeft, waar soms die jongen niet eens weet van heeft. Dan bied ik wel gewoon me excuses aan, en meer kan ik er eigenlijk niet aan doen. 9 Van de 10 keer heeft die het niet eens door. Maar in principe mogen we op dit moment niet klagen, de jonge ventjes zijn wat ouder en bewuster geworden.**

I: Ja precies. Oke duidelijk. Wat denkt u dat er nog extra kan gebeuren om u te helpen met rittenregistratie?

**R: Dat er nog iets toegevoegd wordt wat ons meer zou helpen? Nou, daar heb ik wel is over nagedacht. De jongens hebben allemaal een huisadres, en het gaat nog niet eens zo zeer om te controleren. Maar we hebben bepaalde tijden om te werken. Het zou weleens fijn zijn als er bijvoorbeeld regelmatig iemand te vroeg thuis is. Dus ik geef dan ze huisadres mee, en dat er dan automatisch bepaalde pushmeldingen zouden zijn. Dat zou wel fijn zijn.**

I: Oke, want kunnen jullie wel locaties instellen met TrackJack.

**R: Nee… dat konden we bij de vorige wel, maar dat kan bij deze niet. Maar dat zou voor mij wel… niet dat ik daar iedere dag iets mee zou doen, maar nu is het achteraf. Als wij het gevoel hebben… en we gaan kijken en zien dat iemand iedere dag een uur te vroeg naar huis gaat, dat gaat dan veel te langzaam. Dan zijn we al te laat. En** **er zit altijd wel een reden achter, dan kan je zeggen: Je bent al drie keer eerder naar huis gegaan, wat… is er wat aan de hand? Is er iets thuis, vind je het niet leuk meer? Dan kan je daar eerder op inspelen. Als ik teveel mb’s gebruik in het buitenland, dan krijg ik gelijk van KPN een melding: Je bent er bijna overheen, pas op, je gaat er bijna overheen.**

I: Goed voorbeeld.

**R: Ja.**

*(Track & Trace)*

I: En gebruikt u weleens track & trace van bedrijfswagens?

**R: Nee… ik ben niet degene die dat iedere dag kijkt.**

I: Is er wel iemand anders die dat doet?

**R: We hebben 7 projectleiders hier zitten, en die kunnen allemaal hun eigen mensen kijken. Omdat zij verantwoordelijk zijn voor hun projecten. Dus zij hebben de mogelijkheid om te kijken. Ik zie alles en kan alles veranderen. Maar wat ik zeg. Meestal is het dan al te laat. Hoe kan het dan bijvoorbeeld zijn dat jij een dag langer bezig bent? Dan ga ik kijken en dan gaat die iedere dag een uur eerder naar huis. Daar zou ik wel wat eerder op in kunnen spelen.**

I: Oke, en die projectleiders, zijn die er wel veel mee bezig?

**R: De ene wel, de andere niet. De ene stuurt heel erg… Wat doe je daar? En dan is die jongen gewoon een broodje aan het eten. Dat vind ik ook niet goed, je moet wel een beetje vertrouwen hebben.**

I: Oke duidelijk. En je zei net dat die live kaart op het moment 1 keer per minuut refresht. Wat zou voor jou de ideale tijd zijn daarvoor?

**R: Ja… het mooiste zou gewoon real-time zijn. Dat kan ook bij TrackJack, maar dan gaan we ook meer betalen. En dat zie ik… tegenwoordig zie ik dat ik onze pakketjes kan volgen, dat is ideaal, maar in onze branche hoeft het niet perse.**

I: Oke. Wat denk je dat er nog kan gebeuren om te helpen op het gebied van track & trace? Om jullie te helpen?

**R: Wat ik net al zei. Pushberichten. Onderhoud van auto’s. Het motormanagement is tegenwoordig ook het uitlezen door middel van een sleutel. Waarom zou dat niet gekoppeld kunnen worden, bijvoorbeeld door TrackJack. Bijvoorbeeld je oliepeil is laag, en die jongen die ziet het niet, start de auto en rijdt weg… Als ik dat zou zien zou dat natuurlijk helemaal super zijn.**

*(Concurrentie)*

I: Oke duidelijk. Welke andere aanbieders hebben jullie nog overwogen voordat jullie klant werden bij TrackJack?

**R: Dat weet ik niet meer precies… De vorige keer weet ik nog wel. Dat was toen Siemens VDO… De… Decos? En nog eentje. Ook iets met track volgens mij iets. Dat weet ik niet meer. Maar met TrackJack weet ik eigenlijk niet meer, toen waren we er snel uit.**

I: Oke, Weet je ook waarom er is besloten om klant te worden TrackJack, en niet bij andere?

**R: Nou heel simpel, TrackJack doet precies wat we willen. Dus waar is de monteur? Hoe laat is die begonnen, hoe laat is die geëindigd. Wat doet die in het weekend met de auto. En de prijs. Die was ook wel goed. Niet zo duur.**

I: En waarom toen der tijd voor Siemens, en niet voor Decos Cartracker bijvoorbeeld?

**R: Uhm… ja die lagen heel dicht bij elkaar qua functionaliteit, alleen toen was de prijs van Siemens… toen aanzienlijk lager. En toen praatte je wel echt over 50/60 duizend euro. En iedere 10 duizend euro lager is toch meegenomen. En je ziet het. Nu betaal ik 90 euro per jaar per auto, dat is super. Dat was nog wel een stand-alone, dan moesten auto’s eerst hier langsrijden, en dan werd het geregistreerd. Maar dit is… Dit is makkelijk, simpel. En uhm… Ja tot nu toe werkt het prima. Toevallig heb ik nu een paar kapotte kastjes maar die worden alweer ingebouwd.**

I: Oke duidelijk. Zijn er nog andere aanbieders van rittenregistratiesystemen die u kent?

**R: uhm… nouja ik word bijna wekelijks wel gebeld, door wie allemaal weet ik niet, maar ik hou het tegenwoordig ook tegen. Zou er niet zo snel meer weten.**

I: Op grond van welke criteria maakt u een longlist van bedrijven?

**R: Uhm… help is?**

I: Nou, u zei al, duurzaamheid speelt voor ons geen rol…

**R: Nou we willen we duurzaam zijn, we hebben bijvoorbeeld wel overal energiezuinige verlichting. Maar met de auto’s doen we dat nog niet.**

I: Maar stel jullie willen een nieuwe wagen of een nieuw systeem aanschaffen, op welke criteria maken jullie een lijst, van deze kunnen het gaan?

**R: Nou die hebben we eigenlijk niet. We hebben alleen maar Caddy’s. Kwaliteit willen we natuurlijk wel, anders kiezen we geen Caddy maar Opel of Renault, daar betaal ik wel iets meer voor, maar de restwaarde is ook meer, en denk dat ik op termijn niet eens zo veel duurder uit ben.**

I: Oke, maar wat is dan het doorslaggevende punt waarop jullie voor een leverancier kiezen? Op het gebied van het wagenpark?

**R: Voor Volkswagen hebben we bijvoorbeeld gekozen… Als er iets aan de hand is, dan helpen ze. Het eerste jaar hebben we service van Volkswagen, het tweede jaar van de garage hier om de hoek, die leveren helemaal goede service. Dus de service staat ook wel hoog bovenaan. Service is wel een van de belangrijkste dingen, en de prijs natuurlijk ook.**

*(Product)*

I: Oke duidelijk. Ik heb zometeen nog een aantal vragen online, maar die doen we even op het einde. Uhm… stel dat de leverancier van een rittenregistratiesysteemsysteem iets speciaal voor u zou kunnen maken, wat zou dat dan zijn?

**R: Nou hij heeft al iets voor mij gemaakt hoor, dat is de uitdraai zegmaar. Dus ik… de uitdraaien als ik hem naar excel zou exporteren, dan komt er niet op te staan wat ik niet wilde. Toen… dat was toen wel een wens van mij, anders was ik niet naar TrackJack gegaan. En nu… nu zou voor mij wel echt een pluspunt zijn… die koppeling aan de auto’s.**

*(Distributie)*

I: Oke. En stel… Stel dat u het wagenpark wilt uitrusten met nieuwe ritregistratiesystemen, waar zou u dat dan gaan zoeken?

**R: Ja ik zou het eerste gaan zoeken in me eigen administratie, degene die hier zijn geweest heb ik nog ergens boven in een map zitten. En toch denk ik dat ik wel een beetje online ga kijken, dat is voor mij het makkelijkste.**

I: Ja want als ik bijvoorbeeld naar Cartracker kijk, u had het net over dat veel met rijgedrag was. Maar die zijn een hele andere weg ingeslagen, dus dat is dan misschien ook oude informatie uit de map.

**R: Want Cartracker, welke kant is die ingeslagen dan?**

I: Ik zal zo wel even het een en ander laten zien. Want eerst nog even, u noemde internet, welke website?

**R: Ik zou Googlen, en dat typ je ‘rittenregistratie’ en dan komt alles naar boven. Bijvoorbeeld.**

I: Oke. En op welke andere manieren zou u het wenselijk vinden om in aanraking te komen met dit soort services rondom wagenparkbeheer?

**R: Ik weet het eigenlijk niet, ik word nu suf gebeld en daar word ik helemaal gek van.**

*(Promotie)*

I: Oke, dus vooral het internet. Duidelijk. En op welke Social Mediakanalen bent u zelf actief?

**R: Op, nou eigenlijk niet zo actief, beetje op Facebook. Ik zit erop, ik heb het, en ik kijk weleens.**

I: Maakt u hier ook zakelijk gebruik van?

**R: Ja wij maken zakelijk gebruik van Facebook.**

I: En leest u weleens nieuwsbrieven die u via de e-mail krijgt?

**R: Ja, maar niet altijd.**

I: Wat vindt u daarvan?

**R: Sommige gooi ik gelijk weg, het moet wel… weet je wanneer ik een nieuwsbrief open? Nou ken ik jou. En jij zou mij een e-mail sturen. Dan open ik hem, dan ga ik hem ook lezen. Stel, het bedrijf waar je gaat werken, al zou die e-mail sturen dan zou ik het veel informeler vinden en dan zou ik hem niet openen. Een voorbeeld is Philips. Wij hebben een vertegenwoordiger gehad. Hij is niet meer bij ons in de regio, en die jongen die stuurde altijd een mail vanuit zijn eigen naam. En op een of andere manier ga je hem dan toch openen. Maar krijg je in het algemeen een e-mail vanuit Philips, dan is het te algemeen en dan lees ik niet. Dat is mijn ding, en dat is mijn ervaring van het lezen van een nieuwsbrief.**

I: Oke duidelijk. Hoe blijft u op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van wagenparken?

**R: Nouja, eigenlijk niet.**

I: Zou u daar wel op een bepaalde manier van op de hoogte gehouden worden?

**R: Ja en nee… ik heb de Wittebrug, en ik heb veel contact met de Toyota hier… We hebben niet zo’n ingewikkeld systeem hier.**

I: Oke. Stel je bent de baas van een bedrijf dat ritregistratiesystemen aanbiedt, hoe zou je dan proberen om wagenparkbeheerders te bereiken?

**R: Ik zou toch bij de bedrijven langsgaan. Want een telefoontje… die kap je heel makkelijk af, en als je even je gezicht laat zien aan de voorkant. Ik neem altijd de moeite ik. Ook al heb ik geen tijd, neem ik altijd de tijd om even naar voren te lopen en even te zeggen: joh ik heb echt even geen tijd, maar wat is je kaartje… dan heb ik die jongen gesproken, en als je binnenkomt, dan ben je er toch, dan heb je een gezicht en een kaartje. Dat zou ik doen. En ook je naam goed neerzetten in de media. Ik denk dat dat ook heel belangrijk is.**

I: En hoe moet ik dat laatste voor me zien?

**R: Ja dat weet ik niet. Als ik wat voor me zou beginnen, dan zou ik gewoon zo’n bureau inschakelen die dat voor me doet. Daar heb ik zelf niet zoveel verstand van, maar er zijn zat bureaus die dat wel hebben. Dat zou ik wel doen. Ik zou in ieder geval iets ondernemen daarvoor. Als ik morgen zou beginnen he, want ik denk dat je vandaag de dag wel gelijk goed moet beginnen.**

*(Alleen klanten/ niet-klanten die bekend zijn met Cartracker)*

I: Ja precies. Nou je kent Cartracker al een beetje he? Ik heb hier bijvoorbeeld de vraag: Hoe zou u Cartracker beschrijven aan een vriend of collega? Heeft u daar een beeld bij van Cartracker?

**R: Nee daar heb ik helemaal geen beeld bij.**

I: Oke. Voordat we naar de online vragen gaan, is er iets waarvan u denkt dat ik zou moeten weten, maar waarnaar ik niet heb gevraagd?

**R: Weet je wat ook nog is mooi zou kunnen zijn voor zo’n systeem. Wij werken natuurlijk in de regio Den Haag. Dat als ze langer stil zouden staan dan een minuut… even makkelijk… dat die gelijk gemeld zou worden als geparkeerd. Nu moeten ze een appje openen, met ik zit in die en die zone, ik meld me aan. En het zou dan nog mooier zijn als je dan wegrijdt. Dat die dan zegt: stoppen!**

I: want dat gebeurt nu altijd handmatig?

**R: Altijd handmatig via een appje. We hebben een appje, Parkline, dat staat helemaal buiten TrackJack. In Den Haag moet je overal betaald parkeren, dus die jongens die doen dat allemaal handmatig. En dan moet je stoppen… en het aanmelden gaat nog wel, maar het stoppen vergeten ze nog wel is. Het zou mooi zijn als je in je systeem zou hebben, dat als je ergens langer dan een minuut stilstaat, in een bepaalde zone, dat je daar dan gewoon aangemeld zou worden, en als je wegrijdt, dat je afgemeld zou worden. Misschien wat ingewikkeld, maar dat zou wel mooi zijn… dat zou voor ons echt top zijn. Hoef je er nooit meer over na te denken. Nu verliezen we gewoon geld door mensen die zich niet afmelden.**

I: Ja precies, dan zit je ook niet met een lege batterij ofzo.

**R: Ja inderdaad. Of dan doet het appje het weer niet. Ze rijden tegenwoordig door de straten heen en scannen alleen het kenteken, en die zetten ze dan om naar wel of niet betaald, en dan krijg je gelijk een boete. Dus dat zou een mooie ontwikkeling zijn.**

I: Oke, dan gaan we nu naar de online vragen.

**R: Oke, dat is prima.**

I: (*Card Sorting SurveyMonkey)* – Dit zijn allemaal kaartjes, kan je die op volgorde van belang selecteren. En daarbij hardop nadenken? Van belangrijk naar minder belangrijk, en dan heb ik daar nog een leeg kaartje, en dan is de vraag wat je daarop in zou vullen. Daar mag je ondertussen over nadenken.

* Automatische rittenregistratie met keurmerk – 5 – Dit is wel mooi, puur voor me collega’s
* Inzicht in rijgedrag – 11 – voor mij niet zo belangrijk dit.
* Registratie werktijden – 1 – Ja… dat is hetgeen waar wij het voor gebruiken.
* Koppeling tussen bedrijfssystemen – 6 – Die zou ik wel belangrijk vinden. We hebben die van Office. Dat je de uren kan checken ofzo…
* Track & trace van voertuigen - 8
* Ondersteuning bij routeplanning - 12
* Ondersteuning bij administratie – 2 – Deze… als een klant zou bellen, hij is maar een kwartiertje geweest, dan kan je hem aantonen…
* Prive/zakelijke registratie – 4 – Dit is dan ook belangrijk.
* Besparen op brandstof – 10 – Niet van belang… alleen maar korte ritjes.
* Diefstalpreventie – 9 – heb ik eigenlijk nooit zo over nagedacht. Maar denk dat ze die auto’s niet zo snel stelen.
* Real-time inzicht van de locatie, op een paar seconden nauwkeurig - 7
* Leeg – 3 – Dan zou ik hier… voertuiggegevens proactief melden. Dan zou ik die omhoog zetten. Die vind ik heel erg belangrijk.

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* - Als u de volgende onderdelen op een schaal van 1 tot 5 zou moeten beoordelen op relevantie voor de online omgeving van een track & trace systeem, hoe zou u dat indelen? Kunt u hierbij hardop nadenken?

* Rapportages en meldingen kunnen beheren - Redelijk belangrijk
* Uitgebreid kunnen zoeken in de onlinesoftware – Belangrijk – Daar bedoel je?... Overzicht ofzo? Ja dat vind ik wel belangrijk.
* Dashboard overzicht van wagenparkgegevens - Belangrijk
* Meer informatie van het wagenpark op de live-kaart toevoegen - Redelijk belangrijk – Die ook niet echt onwijs
* Bekende locaties (POI) kunnen beheren – Belangrijk – Die vind ik wel belangrijk
* Sms berichten kunnen inzien in de onlinesoftware (inbox/outbox) – Onbelangrijk – die zet ik op onbelangrijk want die heb ik niet.
* De administratie van het systeem en wagenpark kunnen bewerken - Belangrijk
* Extra data uit voertuigen halen (voertuig foutmelding, meetgegevens bezetting auto en bijv. temperatuurgegevens) - Zeer belangrijk – Dit is echt mooi.
* Extra data omtrent rijgedrag - Redelijk belangrijk
* Scoreoverzicht om een wedstrijdje tussen de medewerkers te houden op basis van rijgedrag - Redelijk belangrijk – Ja ik vind dat zelf… ik zet hem op redelijk belangrijk.

I: (*Showcard met stellingen SurveyMonkey)* – Dan is dit de laatste vraag. Hoe belangrijk vindt u de volgende aspecten bij een bedrijf dat Track & trace systemen verkoopt?

* **Klantcontact -** Zeer belangrijk
* **Pro-activiteit -** Belangrijk
* **Openheid en eerlijkheid -** Zeer belangrijk
* **Klantgerichtheid -** Belangrijk
* **Flexibiliteit -** Belangrijk

**R: Zo dan wordt dit hem.**

I: Top! Dan was dit het interview, bedankt daarvoor alvast. Dan zal ik nog even wat laten zien van Cartracker Live. Want zij zijn nu… het idee is hetzelfde als dat van TrackJack. Dit is het wagenpark van Decos. Dit hier is de livekaart, daar zie je alle wagens rijden. En elke keer als die knippert dan ververst die.

**R: Dus die… daar sms, die zit gekoppeld aan ze telefoon?**

I: Ja klopt, dat moet eerst een keer gekoppeld worden, en dan… klopt. Hier kan je dan zien wie er nu aan het rijden zijn, de laatste ritten staan hier. Dat kan je dus bij TrackJack ook. Want dan wel mooi is, dat je hier de locaties kan beheren. Want je kan hier; huis Martijn, naar Donauweg. Daar is die dan naar een willekeurig adres gegaan. Maar je kan hier dus zien van thuisadres naar Decos.

**R: Ik zie… zij doen wel aan duurzaamheid als ik naar die wagens kijkt.**

I: Ja klopt.

**R: Ja ik denk meer… bijtelling gewoon waarschijnlijk.**

I: Nou Decos is wel een geval apart daarin haha.

**R: Ja wij hebben hier ook jongens gehad, die deden het puur voor die 14%.**

I: Ja maar Decos is wel echt een gevalletje apart daarin. Dit is het gebouw…

**R: Oke! Waar staat dat dan?**

I: In Noordwijk.

**R: Neejoh?**

I: Ja… dat is volledig papierloos. Er is geen velletje papier binnen.

**R: Haha nee dat hebben wij normaal ook niet hoor. Wij hebben geen papier haha… sjezus hee.**

I: Ja bij Decos staat duurzaamheid wel echt hoog in het vaandel zegmaar.

**R: Het is gewoon een boot.**

I: Ja het heeft de vorm van een meteoriet. En met al die hoeken in het gebouw, zodat er geen kasten staan. Als je binnenkomt staat een robot je op te wachten.

**R: Neejoh? Is het zo groot joh?**

I: Ja het is niet alleen Decos Cartracker, maar Decos heeft nog andere Bv’s.

**R: Wat een ding joh he. Ik heb nog nooit zo’n bedrijf gezien.**

I: En elke wagen die wordt aangeschaft, moet vanaf nu dus ook volledig elektrisch zijn.

**R: En ze hebben 59 auto’s rijden joh?**

I: Ja.

**R: Maar daar zit dan wel een ander prijskaartje aan dan?**

I: Nou dat valt wel mee. Hier op de Cartracker website staan de prijzen. Hier heb je bij het basisabonnement niet dat de live kaart ineens vertraagd ofzo.

**R: En het kastje kost?**

I: Nou dat weet ik even niet zo snel, want jullie bouwen ze zelf in toch?

**R: Ja klopt ja.**

I: Dan zal het geloof ik rond de 150 euro liggen. Maar… hou het even op 150.

**R: Oke. Dat is ook niet duur. 7,50.**

I: Nee het basis abonnement is niet heel veel duurder dan TrackJack ofzo.

**R: Nee daar verbaas ik me over… Dat is dan een van de weinige denk… Als ik iemand aan de telefoon heb en ik vraag: ben je goedkoper dan 90 euro per jaar in de BTW, dan haken ze af.**

I: Ja er zijn ook veel duurdere systemen. Of het abonnement vaak, of het kastje zelf is gewoon een stuk duurder. Maar je hebt ook weer verschillende functies natuurlijk he.

**R: Ja… juist ja.**

I: Maar goed, dat is Decos. En die ontwikkelingen… daarom ben ik ook dit onderzoek aan het doen. Om zegmaar zo goed mogelijk op de klant gericht te ontwikkelen. En wat je zei over die proactieve meldingen heb ik al vaker gehoord, dus dat ga ik wel meenemen in mijn adviesrapport. En dan heb je best kans dat dat ook een van de volgende dingen is… dat gemaakt gaat worden.

**R: Ja. Ja.**

I: En dit systeem is, tegenovergestelde van het oude systeem, heel erg gefocust op gebruiksvriendelijkheid.

**R: Oke. Naja, oke ja joh… wie weet.**

I: Ik weet niet of je er wat meer informatie over wil krijgen?

**R: Ja toevallig heb ik een maand of drie geleden allemaal nieuwe kastjes gekregen. En daar hebben we toen ook voor moeten betalen… Ja… als ik dat nou toen had geweten. Maar je weet het niet joh… maar nu weet ik het. Maar je kan altijd even informatie toesturen. Dat is geen probleem.**

I: Ja prima. Ik kan ook altijd even aan een collega vragen of die even belt ofzo?

**R: Ja… dat mag altijd. Dan moet die wel zeggen dat die van Decos… weet je wat, doe maar gewoon lekker mailen. En dan moet hij wel zeggen… dat hij via jou komt. Want anders wordt die weer weggestuurd.**

I: Ja precies, dan spreken we dat zo af.

**R: Ja, ik heb even geen kaartje, maar het mailadres staat ook hier…**

I: Ja, ik heb ook uw persoonlijke e-mailadres?

**R: Oh juist ja. Doe dat dan maar inderdaad.**

I: Ja dan zorg ik dat je daar een mailtje over krijgt. En als er dan een systeem vervangen moet worden ofzo, dan kan je er misschien te zijner tijd een keer…

**R: … Ja ga ik zeker doen.**

I: Oke prima, dan ga ik er weer van door. Hartstikke bedankt in ieder geval!

**R: Ja geen probleem joh. Succes ermee.**

1. *Decos Audiology wordt sinds 2010 niet meer verkocht. De huidige systemen worden nog wel onderhouden.* [↑](#footnote-ref-1)
2. *Momenteel is Decos Driving Insights BV in gesprek met verschillende externe en internationale bedrijven in gesprek met als doel om de app Flo te verkopen. Flo staat los van Cartracker.* [↑](#footnote-ref-2)