

Automatisering frontoffice blijft probleem voor dms-en

Integratie frontoffice-automatisering met dms mogelijk via onafhankelijk platform

In de dealerautomatisering hebben innovatieve nieuwkomers de zaak op de kop gezet. Ze gingen ict voor de frontoffice aanbieden omdat de gesettelde leveranciers van dms-en dat lieten versloffen. Allerlei problemen met de integratie met het dealermanagementsysteem zijn het gevolg. Dat stelt Clemens van Dorp, directeur van CustomerConnect. Maar hij heeft ook een oplossing: zijn dms-onafhankelijke platformdatabase.

Het wezenlijke kenmerk van de automatisering van de backoffice is het reduceren van de kosten. Anderzijds streeft een bedrijf ook naar hogere opbrengsten, meer omzet. "En dat hoofdstuk lag voor de traditionele dms-leveranciers kennelijk een brug te ver", aldus Van Dorp. "Internet-ict kan natuurlijk enorm veel betekenen met de frontoffice-automatisering. Maar het vraagt een andere attitude. Heus, ik wil niemand voor het hoofd stoten maar van een goede controller maak je niet zomaar een commerciële topper. Maar van oudsher gaat juist die controller over de dealerautomatisering. Dit zie je ook terug bij dms-leveranciers intern en bij stuurgroepen die met dealerautomatisering bezig zijn. Daarom behandelen de meesten van hen het frontoffice-hoofdstuk stiefmoederlijk."

Wildgroei

Volgens Van Dorp vulden nieuwkomers in de automatiseringbranche de gaten die de dms-leveranciers lieten vallen met applicaties zoals werkplaatsplanning, occasionbeheer of crm-functies. Maar die applicaties hebben allemaal hun eigen database die ze vervolgens moeten koppelen met het dms enerzijds en met bijvoorbeeld de occasionportals anderzijds. "Op zichzelf zijn de frontofficeapplicaties nuttig en innovatief. Maar tussen de applicaties, ik noem ze eilandoplossingen, bestaat geen integratie. En er is ook geen realtime koppeling met het DMS. Dus als de prijs van een auto wijzigt in het dms moet je dat nog eens extra ingeven in het occasionbeheerpakket. En een werkorder die door de klant via het internet is aangemaakt, wordt nog braaf overgetypt in het DMS. En de consument? Die geeft een adreswijziging op aan de balie en krijgt zijn Magazine toch gewoon op zijn oude adres. Of hij klaagt over een reparatie en ontvangt een dag later vrolijk een enquête om zijn tevredenheid te meten."

Elke eilandoplossing onderhoudt per dms zijn eigen koppeling en inmiddels zijn dat er heel veel, zo redeneert Van Dorp. "Tussen de eilandapplicaties onderling is er geen enkele integratie en de wildgroei was nog nooit zo groot als nu. Bovendien, de koppeling met het dms beperkt zich doorgaans tot één richting, namelijk vanuit het dms naar boven toe. Mutaties vanuit de eilandapplicaties moeten dus telkens handmatig binnen het dms worden ingevoerd. Er is geen integratie met de centrale database. En bij een nieuwe release van het dms vallen met grote kans de bestaande koppelingen weer om." De koppeling met het dms kent op dit moment nog zelden een tweerichtingsverkeer waarbij input van de klant via het internet realtime wordt weggeschreven in het dms. Slechts twee dms-en ondersteunen dat, namelijk Carsoft NT en I-Car.

Achterstand groot

De nieuwkomers zijn gekomen maar ze gaan ook weer, zegt Van Dorp. "Zodra de gevestigde orde van dms-leveranciers zijn inhaalslag heeft gemaakt en de applicaties voor backoffice én frontoffice gewoon samenhangend vanuit één centrale database worden ondersteund, is de markt voor de nieuwkomers weg. Maar zo ver is het nog lang niet." De achterstand van het traditionele backoffice-dms is zó groot dat het nog jaren zal duren, weet Van Dorp. "En tot het zover is, biedt het concept van een dms-onafhankelijk platform een goede oplossing. Alle applicaties voor de frontoffice richten zich daarbij voortaan op één gemeenschappelijke platformdatabase. Daaruit worden gegevens gelezen maar daarin worden ook de mutaties weggeschreven. Met dit concept kan de zorg over de koppeling en de integratie met het onderliggende dms worden overgelaten aan de leverancier van het platform. Die herleidt elk van de ongeveer tien op de markt beschikbare dms-en als het ware tot die ene uniforme platformdatabase. Wijzigingen die ontstaan binnen een webapplicatie van een eilandleverancier worden dan meteen weggeschreven in de platformdatabase. Op deze wijze ontstaat ook een feilloze integratie tussen totaal van elkaar losstaande frontoffice-applicaties onderling. De mutaties in de platformdatabase die relevant zijn voor het onderliggende dms worden vervolgens elektronisch aangeboden. "Denk aan werkorders, aan tevredenheidsmetingen, aan suggesties vanuit de personal site, naw-wijzigingen etc. Op deze wijze overbruggen we in de dealerwereld de tijd die nodig zal zijn voor de dms-leveranciers om al deze frontofficeapplicaties in eigen beheer na te bouwen."

Er is één voorwaarde: de leverancier van dat dms-onafhankelijke platform moet bereid zijn tegen redelijke voorwaarden beschikbaar te zijn voor alle met elkaar concurrerende nieuwkomers. Zelfs als die zouden concurreren met een frontoffice-applicatie van de platformleverancier zélf.

Meer merken, meer dms-en

Voor grote holdings met meer automerken en met verschillende 'preferred dms-suppliers' vormt een onafhankelijke platformdatabase tevens een oplossing voor het een ander probleem. "Elk dms is een gesloten entiteit. Een klant met twee auto's van verschillende merken kan dus eenvoudig in twee verschillende dms-en voorkomen. Door vanuit elk dms alle info van klanten en auto's onder te brengen in die ene overkoepelende platformdatabase, kun je op holdingniveau de centrale marketing-activiteiten ondernemen vanuit die centrale database. Denk aan de verzending van nieuwsbrieven met ondersteuning van opt-in/opt-out. Maar het gaat ook over het opzetten van mailings en het ondersteunen van zoekopdrachten naar een gebruikte wagen, op basis van alle ingeruilde auto's ongeacht het merk en ongeacht de vestiging van inruil." Zogenoemde marketingqueries vinden dan plaats op het niveau van de platformdatabase waarin wordt ontdebeld en op te volgen nabelacties eenvoudig als bestand worden overgedragen aan het crm-systeem.

Inhaalslag

Samengevat is er een enorme inhaalslag te gaan voor de meeste dms-leveranciers. Die moeten namelijk nog beginnen met het hoofdstuk frontoffice. "Toepassing van een onafhankelijk platform met talloze onderling geïntegreerde eilandapplicaties verhoogt de kwaliteit en het rendement ervan nu meteen. Het stelt de dms-leverancier in staat om deze functionaliteiten één voor één na te bouwen in zijn eigen systeem. De geschiedenis heeft geleerd dat de losse applicaties dan gaandeweg zullen verdampen en dat wildgroei – en de kosten – daarmee worden teruggebracht. Met de carconfigurator, met werkplaatsplanning en met crm is dat inmiddels aardig gevorderd. Maar dat duurde dus vele jaren."

Bron: artikel in Automobiel Management dd 3 september 2010.