

Waardepropositie afgestemd op klantbehoeften



*Auteur: Javier Osses
S1090794
Datum: 20 januari 2020
Product: Onderzoeksproduct
Status: Kans 1*



**hogeschool
Leiden**



Colofon

Auteur

Naam: Javier Osses
Studentnummer: s1090794
Jaar: 2019-2020
Modulecode: CE4.AF
E-Mail: s1090794@student.hsleiden.nl
Telefoonnummer: 06-34286491

Onderwijsinstelling

Opleiding: Commerciële Economie
Instituut: Hogeschool Leiden
Adres: Zernikedreef 11
Postcode/plaats: 2333 CK Leiden

Opdrachtgever

Bedrijfsnaam: Rebel Lease
Adres: Lijnbaan 12
Postcode/plaats: 2353 CK, Leiderdorp

Bedrijfsbegeleider

Naam: Trea Donk
E-mail: Trea@supershortlease.nl

Tutor

Naam: Huib van Kesteren
E-mail: Kesteren.van.h@hsleiden.nl

1^{ste} beoordelaar

Naam: Irene Grotendorst
E-mail: Grotendorst@i.hsleiden.nl

2^{de} beoordelaar

Naam: Jean-Pierre Schreurs
E-mail: Schreurs@j.hsleiden.nl

Tekst

Status: Kans 1
Datum: 20 januari 2020
Productsoort: Onderzoek & adviesrapport
Aantal woorden: 15.585



Voorwoord

Voor u ligt de scriptie 'Waardepropositie afgestemd op klantbehoeften'. Deze scriptie is geschreven in het kader van het afstuderen aan de opleiding Commerciële Economie te hogeschool Leiden. Dit product is het laatste onderdeel dat behaald dient te worden door de student voor het verkrijgen van het diploma.

Het onderzoek naar de klantbehoefte ten dienste van de waardepropositie is uitgevoerd voor Rebel Lease. Het doel van het onderzoek is om een aanbeveling te doen voor het beleid ter verbetering van het aantal leasecontracten. Dit is gedaan door inzicht te geven in het verschil tussen de gewenste en feitelijke situatie, met betrekking tot de invloed van klantbehoeften en het concurrerend aanbod op de formulering van de waardepropositie. Het onderzoek is uitgevoerd op het hoofdkantoor van de opdrachtgever in Leiderdorp. In de periode van september 2019 tot januari 2020 heb ik meegelopen op deze locatie van het bedrijf en ben ik bezig geweest met het onderzoek.

Het maken van dit onderzoeksrapport is mede mogelijk gemaakt door mijn begeleiders. Ik wil allereerst Rebel Lease en zijn medewerkers bedanken voor de ondersteuning en de flexibiliteit die zij mij geboden hebben tijdens de afstudeerperiode. Extra dank naar Trea Donk voor het geven van de kans om mijn afstudeerscriptie bij Rebel Lease uit te mogen voeren. Ook wil ik Huib van Kesteren bedanken voor de begeleiding en de steun tijdens de afstudeerperiode. Huib van Kesteren heeft mij bijgestuurd en een duw in de goede richting gegeven toen ik dat nodig had. Als laatste wil ik de respondenten van het onderzoek bedanken, zonder hen had ik dit onderzoek nooit op deze manier kunnen uitvoeren.

De afstudeerperiode was niet altijd even makkelijk maar hierdoor juist enorm leerzaam. Dit onderzoek is een mooie afsluiting van een fijne periode aan de hogeschool Leiden.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Javier Osses

Leiden, 20 januari 2020

Management Summary

Introduction

This report is written for Rebel Lease. Rebel Lease is a car leasing company located in Leiderdorp. Rebel Lease is part of HuurMij Mobiliteit. HuurMij Mobility includes: HuurMij, Super Short Lease and Lease Rebel. HuurMij is for day rental, Super short lease for short car lease and Rebel Lease for car lease from 2 years. Rebel Lease has been in existence for 5 years and has experienced tremendous growth in that period. Despite the enormous growth in the first years, is Rebel Lease now having difficulties concluding new contracts. The industry in which Rebel Lease operates is extremely competitive, which makes it very difficult to attract new customers. Rebel Lease focuses on providing the best service, they cannot offer the best prices due to company size. In order to convince customers to conclude a contract with Rebel Lease, research has been done into customer needs. the needs of customers are looked at and whether they match the current value proposition.

The main question of this report is:

'How can Rebel Lease better align its value proposition with the customer needs?'

The purpose of the investigation is to make recommendations to the Rebel Lease management for the policy to improve the number of lease contracts. This is done by providing insight into the difference between the desired and actual situation with regard to the influence of customer needs and the competitive offer on the formulation of the value proposition.

Research methods

To answer the main question of this report, desk research and field research has been done. Desk research consists of researching theories about how customer values are determined. The trends & developments, Rebel Lease and the competitors were investigated with the help of desk research. The field research was conducted on the basis of 13 respondents, their needs were asked, and the value proposition was discussed in more detail. The decision was made to conduct in-depth interviews because they are very suitable for examining decisions, wishes and needs.

Findings & conclusions

Research has shown that the value proposition of Rebel Lease does not fully meet the customer needs. The value proposition is too woolly, too unclear and too easy to interpret yourself. According to the building blocks of a value proposition, a value proposition must be credible, the present Rebel Lease's value proposition is not credible. Customers value aspects such as involved, personal contact, transparent and flexible. Rebel Lease offers these aspects but forgets to mention that in the value proposition. Although the connection with customer needs is missing, customers are very satisfied with the service that Rebel Lease provides. Rebel Lease focuses on service and according to the customers there are no comments on this. The only weakness where Rebel Lease loses customers is on the price. Due to its size, Rebel Lease cannot compete with the largest leasing companies. Price is an important decision factor because a car is a major investment.

Recommendation

To achieve the purpose of this report, a number of recommendations have been made to the company.

- ❖ **Reformulate the value proposition:** Some important aspects have been mentioned in the findings and conclusions. Rebel Lease must incorporate these findings into the value proposition in order to meet customer needs
- ❖ **Process attractive option in contract:** To attract new customers, it is recommended to stimulate mouth advertising by current customers. Stimulating the communication is done by giving a financial reward to the customers who provide a new contract.
- ❖ **Focus on used cars & electric cars:** The research has shown that a competitive price is a hugely important aspect for customers choosing a leasing company. It is recommended to focus more on used & electric cars because those cars can be offered with financial benefits. In this way Rebel Lease can offer competitive prices in combination with the good service that they already offer.

Inhoudsopgave

Colofon	2
Voorwoord.....	3
Management Summary	4
1. Inleiding.....	8
<i>Het verhaal van Rebel Lease</i>	<i>8</i>
<i>Aanleiding</i>	<i>9</i>
<i>Leeswijzer</i>	<i>9</i>
2. Probleemformulering.....	10
2.1 Doelstelling	10
2.2 Probleemstelling	10
2.3 Deelvragen	10
2.4 Onderzoeksdoelgroep	10
2.5 Grenzen van het onderzoek	10
2.6 Opdrachtgever en opdrachtnemer	10
3. Theoretisch kader	11
3.1 Afgeleide vraag	11
3.2 Betoog	11
3.2.1 The Value Proposition Canvas	11
3.2.2 Porter's Value Chain	12
3.2.3 Blue Ocean Strategy	13
3.2.4 SIVA-Model	14
3.2.5 Resource-Based View	15
3.2.6 Value Proposition Builder	16
3.2.7 Framework for understanding CVPs' strategic importance	17
3.3 Conceptueel model	18
3.4 Conclusie	18
3.5 Hypothesen	19
3.6 Operationalisatie	19
4. Methodische verantwoording	20
4.1 Deskresearch	20
4.1.1 Bronnen	20
4.2 Fieldresearch	20
4.2.1 Methodiek kwalitatief onderzoek	20
4.2.2 Werving en selectie van respondenten	21
4.3 Procedure dataverwerking	22
4.3.1 Verwerking van de interviewgegevens	22
4.3.2 Analyseprocedure	22
4.4 Kwaliteitscriteria	22
4.4.1 Betrouwbaarheid	22
4.4.2 Validiteit	23

5. Resultaten Deskresearch	24
5.1 Huidige waardepropositie	24
5.1.1 Marketingstrategie	24
5.2 Financiële prestaties	26
5.2.1 Assortiment aanbod	26
5.3 Concurrentie Rebel Lease	26
5.3.1 Concurrentieanalyse	26
5.3.2 Waardeproposities concurrentie	27
5.3.3 Concurrentieaanbod	28
5.4 Relevante trends & ontwikkelingen	28
5.4.1 Mesoniveau	28
5.4.2 Macroniveau	29
5.5 Bouwstenen waardepropositie	30
6. Resultaten Fieldresearch	32
6.1 Bevindingen fieldresearch	32
6.2 Klantbehoeften huidige klanten	33
6.3 Klantbehoeften ex klanten	34
7. Conclusies	35
7.1 Deelvragen	35
7.1.1 Huidige strategie	35
7.1.2 Financiële prestaties	35
7.1.3 Concurrentie	36
7.1.4 Relevante trends & ontwikkelingen	37
7.1.5 Klantbehoeften	37
7.1.5.1 Overige bevindingen	37
7.1.6 Bouwstenen waardepropositie	38
7.2 Conclusie probleemstelling	38
7.3 Conclusie hypothesen	38
8. Aanbevelingen	39
8.1 Herformuleren waardepropositie	39
8.2 Aantrekkelijke optie in contracten verwerken	39
8.3 Focus op occasions & elektrische auto's	40
9. Implementatie	41
9.1 Implementatie aanbeveling 1	41
9.2 Implementatie aanbeveling 2	42
9.3 Implementatie aanbeveling 3	42
Bibliografie	44
Bijlage 1: Begrippenlijst	46
Bijlage 2: Cijfers Rebel Lease	47
Bijlage 3: Marketingplan Rebel Lease	49
Bijlage 4: Vragenlijst huidige klanten	61



Bijlage 5: Vragenlijst ex klanten.....	63
Bijlage 6: Klantenbestand.....	65
Bijlage 7: Uitnodiging respondenten.....	66
Bijlage 8: Overzicht respondenten	67
Bijlage 9: Datamatrix fieldresearch resultaten	68
Bijlage 10: Transcripties	84
Bijlage 11: Trends & Ontwikkelingen	130
Bijlage 12: Randvoorwaarden eindproduct.....	135

1. Inleiding

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Rebel Lease. In dit hoofdstuk zal de organisatie omschreven worden en zal de aanleiding van het onderzoek worden besproken. Tot slot is er een leeswijzer voor het rapport geformuleerd.

Het verhaal van Rebel Lease

Rebel Lease is een leasemaatschappij die is opgericht in 2015. De Leasemaatschappij bevindt zich in Leiderdorp en is onderdeel van HuurMij Mobiliteit. HuurMij Mobiliteit is een autoverhuur/lease bedrijf bestaande uit Inqar HuurMij, Supershortlease & Rebel Lease. HuurMij Mobiliteit bestaat al 50 jaar en is begonnen als autoverhuurbedrijf. Inqar HuurMij BV ontstond als eerste en opereert vanuit Leiden, Leiderdorp, Hoofddorp en Alphen aan den Rijn. Al deze vestigingen werken nauw samen om het grootste gedeelte van de Randstad te bedienen. Bij Inqar HuurMij kan je personenauto's, personenbussen, bestelbussen, bakwagens met laadlift en zelfs fietsen huren. Inqar HuurMij blijft zich continu innoveren met de nieuwste modellen en uitvoeringen. De organisatie is in de laatste 50 jaar uitgegroeid tot een bedrijf met een wagenpark van maar liefst meer dan 1000 eigen voertuigen. Verdeeld over de 4 Inqar HuurMij vestigingen zijn er ongeveer 25 vaste medewerkers actief. Naast de vaste krachten beschikt Inqar HuurMij ook over een hoop oproepkrachten, die kunnen inspringen zodra dat nodig is. Het team streeft naar optimale flexibiliteit voor de klanten.

In 2009 ontstond Supershortlease BV waarbij men auto's kan leasen van 1 maand tot 2 jaar. Supershortlease focust zich op klanten van wie vooraf onduidelijk is hoe lang zij een auto nodig hebben. Het voordeel van Supershortlease is dat na de vaste looptijd van 1 maand de bestuurder dagelijks kan opzeggen. Naast dat de bestuurder na 1 maand dagelijks kan opzeggen, is het ook mogelijk om van auto te wisselen zodat de klant altijd rijdt in wat hij/zij nodig heeft. Heb je tijdelijk vervoer nodig of heb je een extra auto nodig tijdens seizoenspieken; dan is Supershortlease de ideale vervoersoplossing. Supershortlease BV is gevestigd in Leiderdorp in het hoofdkantoor van HuurMij Mobiliteit. Supershortlease BV kent een team van 8 vaste medewerkers die elke dag bezig zijn met Supershortlease. Het team onderhoudt contact met de klanten en probeert nieuwe klanten te werven.

Na Supershortlease BV ontstond er vraag naar een BV waarbij het mogelijk was voertuigen voor langer dan 2 jaar te leasen. Om dit segment te bedienen, werd in 2015 Rebel Lease BV opgericht. Rebel Lease is het jongste lid van de familie en focust zich op de langdurige leasecontracten. Het voordeel van langdurige leasecontracten, is dat de kosten lager zijn dan bij de Supershortlease. Langdurig leasen is op termijn voordeliger voor klanten en ook voor het bedrijf. Bij het afsluiten van een leasecontract is er voor Rebel Lease de zekerheid dat er voor een bepaalde periode inkomsten zijn. Het team van Rebel Lease bestaat uit 4 medewerkers. Net zoals Supershortlease BV, bevindt het hoofdkantoor van Rebel Lease BV zich in Leiderdorp. Een groot deel van de medewerkers van Rebel Lease werkt tevens voor Supershortlease en andersom. Een voordeel is dat de teams nauw betrokken zijn met elkaar. Een nadeel is dat de medewerkers zich niet volledig op één BV kunnen richten. Rebel Lease probeert zich te onderscheiden door zich te focussen op goede service. Rebel Lease is geen prijsvechter omdat het bedrijf, in dat opzicht, nog lastig mee kan komen met de grote leasemaatschappijen. De juiste service verlenen zit in het DNA van het bedrijf. Het bedrijf werkt vanuit die visie en zal dat voortzetten zo lang dat mogelijk is. Rebel Lease verdiept zich bij een inkomende aanvraag goed in de klant en vervolgens wordt er een auto geadviseerd door Rebel Lease die binnen de wensen, behoefte en het budget van de klant vallen. Als beide partijen tevreden zijn met het advies, wordt er een samenwerking aangegaan.

Visie

'Rebel Lease wil maatwerk mobiliteitsoplossingen bieden aan ondernemende mensen die zichzelf telkens opnieuw vinden. Mensen die, net als wij, een gezonde toekomst voor ogen hebben en daar hard voor werken.' Rebel Lease wil anders zijn dan de rest en dat proberen zij te doen door tegen de stroming in te zwemmen. Rebel Lease accepteert klanten reeds als ze meerdere jaren groei kunnen laten zien. Rebel Lease probeert mee te denken met zijn klanten en dat blijven ze gedurende de hele verbintenis doen. Rebel Lease zoekt naar oplossingen, betere voorwaarden en onderhoudt contact om de klanten tevreden te houden. Leasen van een auto is niet alleen een mobiliteitsbehoefte, het gaat voornamelijk om persoonlijke vrijheid. Rebel Lease wil klanten dit gevoel laten ervaren.

Feiten & cijfers

Er werken bij Inqar HuurMij, Supershortlease en Rebel Lease ongeveer 25 medewerkers, verdeeld over de

vier vestigingen in Leiden, Leiderdorp, Hoofddorp en Alphen aan de Rijn. Kijkend naar Rebel Lease zijn er momenteel 344 contractanten. Samen zorgen deze contracten voor de omzetcijfers die in tabel 1 te zien zijn.

2016	€ 405.634,00
2017	€ 1.208.704,00
2018	€ 2.464.765,00
2019	€ 2.790.677,00

Tabel 1 Omzetcijfers Rebel Lease

Aanleiding

Rebel Lease is een kleine, onafhankelijke autoleasemaatschappij met hoge ambities. Aan de omzetcijfers te zien in tabel 1 is het bedrijf in een korte tijd gegroeid tot een bedrijf met hoge omzetten. Ondanks de hoge omzetten neemt het omzetgroeipercentage in de laatste twee jaar af. Het bedrijf ziet contracten aflopen en heeft daarnaast ook moeite met het afsluiten van nieuwe contracten. De nieuwe contractanten komen bijna allemaal via Supershortlease bij Rebel Lease terecht. De samenwerking tussen de BV's is fijn maar Rebel Lease wil graag 'nieuwe' klanten aanwerven. Mede door de stevige concurrentie in de leasemarkt, merkt Rebel Lease dat het moeilijk is nieuwe klanten aan te trekken. De leasemarkt is enorm groeiende en Rebel Lease wil meeprofiten van deze ontwikkeling. Supershortlease groeit in tegenstelling tot Rebel Lease heel makkelijk door, echter zien de bedrijven graag een betere verdeling. Een klant bij Rebel Lease levert namelijk voor een lange periode een mooi vast bedrag op.

Om ervoor te zorgen dat Rebel Lease meer nieuwe klanten weet aan te trekken, moet Rebel Lease onderscheidend zijn. Om onderscheidend te zijn is het noodzakelijk om over een concurrentievoordeel te beschikken. Een concurrentievoordeel zorgt ervoor dat jouw bedrijf verkozen wordt boven die van de concurrenten. De leasebranche waar Rebel Lease zich in bevindt is enorm concurrerend, hierdoor is een sterk concurrentievoordeel onmisbaar. Om nieuwe klanten aan te trekken moet Rebel Lease zijn concurrentievoordeel op de juiste manier communiceren, de communicatie gaat gebeuren aan de hand van een duidelijke waardepropositie. Een waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden. Een duidelijke waardepropositie zorgt ervoor dat klanten voor jou kiezen in plaats van voor de concurrentie (Porter M., 1996). Het onderzoek is gericht op de B2B markt omdat Rebel Lease zich daar grotendeels op richt. Rebel Lease hoopt met de communicatie van een duidelijke waardepropositie nieuwe klanten aan te trekken.

Leeswijzer

De leeswijzer is toegevoegd om duidelijk zichtbaar te maken hoe de scriptie is opgebouwd.

In het tweede hoofdstuk wordt de probleemformulering besproken. De probleemformulering zal bestaan uit de doelstelling, doelgroep, probleemstelling en de deelvragen. Verder worden de grenzen van het onderzoek, de opdrachtgever en de opdrachtnemer besproken. Hoofdstuk drie bestaat uit het theoretisch kader. In dit hoofdstuk zullen modellen aan de hand van wetenschappelijk onderzoek worden verklaard. Verder bevat dit hoofdstuk antwoord op de afgeleide vraag en zal er een conceptueel model worden gekozen. Tot slot zijn de hypothesen en de operationalisatie opgesteld. In hoofdstuk vier komen de gebruikte methodes aan bod. In dit hoofdstuk wordt duidelijk gemaakt welke acties er zijn uitgevoerd met een verantwoording hierop.

In hoofdstuk vijf/zes worden de resultaten van het onderzoek getoond. Aan de hand van de resultaten kunnen er conclusies worden opgesteld die terug te vinden zijn in hoofdstuk 7. Tot slot komen in hoofdstuk 8 de aanbevelingen aanbod en in hoofdstuk 9 de implementatie. Het onderzoeksrapport wordt afgesloten met een literatuurlijst.

2. Probleemformulering

In dit hoofdstuk wordt er ingegaan op de probleemformulering, bestaande uit de doelstelling, probleemstelling, onderzoeksdoelgroep en worden de deelvragen benoemd die leidend zijn voor het onderzoek. Tot slot worden de grenzen van het onderzoek, planning en de opdrachtgever en de opdrachtnemer besproken.

2.1 Doelstelling

Het doel van het onderzoek is het doen van aanbevelingen aan het management van Rebel Lease voor het beleid ter verbetering van het aantal leasecontracten. Dit gebeurt door inzicht te geven in het verschil tussen de gewenste en feitelijke situatie met betrekking tot de invloed van klantbehoeften en het concurrerend aanbod op de formulering van de waardepropositie.

2.2 Probleemstelling

De onderstaande probleemstelling zal de rode draad vormen in dit onderzoeksplan.

Hoe kan Rebel Lease zijn waardepropositie beter laten aansluiten bij de klantbehoeften?

2.3 Deelvragen

De onderstaande deelvragen zijn gebaseerd op de bovenstaande probleemstelling en zullen fungeren als hulpmiddel bij het beantwoorden van de probleemstelling.

- 1. Hoe is de huidige waardepropositie van Rebel Lease geformuleerd?**
 - a. Welke marketingstrategie hanteert Rebel Lease?
- 2. Hoe presteren de verschillende leasevarianten van Rebel Lease?**
 - a. In welke mate is het assortiment van Rebel Lease voldoende om concurrerend te opereren?
- 3. Wie zijn de belangrijkste concurrenten van Rebel Lease op het gebied van auto lease?**
 - a. Wat maakt het een concurrent voor Rebel Lease?
 - b. Welke waardepropositie hanteert de concurrentie van Rebel Lease?
 - c. In wat verschilt het aanbod van de concurrentie met Rebel Lease?
- 4. Welke ontwikkelingen zijn er in de auto leasebranche die relevant zijn voor Rebel Lease?**
- 5. Op welke wijze moet Rebel Lease haar product/dienst inrichten om te voldoen aan de wensen en behoeften van de klant?**
 - a. Welke klantbehoeften inzake autolease hebben de huidige klanten van Rebel Lease?
 - b. Welke klantbehoeften inzake autolease hebben de ex klanten van Rebel Lease?
- 6. Wat zijn bouwstenen voor een duidelijke waardepropositie? (Theorie)**

2.4 Onderzoeksdoelgroep

De doelgroep die in dit onderzoek onderzocht wordt, zijn de huidige/ex B2B gebruikers van de leasedienst van Rebel Lease. Tijdens het onderzoek is er gekeken naar de klantbehoefte en of deze overeenkomen met de waardepropositie van Rebel Lease. Verder is er gekeken naar de waardepropositie van de concurrenten en op welke manier zij de klantbehoefte proberen te bedienen. Het is van belang om deze informatie duidelijk in beeld te hebben, aangezien er veel concurrentie plaats vindt in de autoleasebranche.

2.5 Grenzen van het onderzoek

Het onderzoek heeft plaatsgevonden in de periode van september 2019 tot en met februari 2020 bij Rebel Lease. Het onderzoeksgebied bestaat uit de Randstad. In het onderzoek staat alleen informatie over klanten die te maken hebben of hebben gehad met Rebel Lease. In dit onderzoek zijn alleen de B2B klanten meegenomen en niet de B2C klanten.

2.6 Opdrachtgever en opdrachtnemer

De opdrachtgever van dit onderzoek is marketingafdeling van Rebel Lease. Het kantoor van Rebel Lease is gevestigd in Leiderdorp. Trea Donk, werkzaam als Senior Accountmanager, is de bedrijfsbegeleider. De opdrachtnemer van dit onderzoek is Javier Osses. Javier is vijfdejaars Commerciële Economie student aan de Hogeschool Leiden.

3. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk komen er theorieën en modellen aan bod die als hulpmiddel dienen bij het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag. De modellen die aan bod komen hebben betrekking op de begrippen waardepropositie/klantwaarde. Na het betoog wordt er afgesloten met 1 conceptueel model, hypothesen en een operationalisatie.

3.1 Afgeleide vraag

De onderstaande probleemstelling zal de rode draad vormen in dit onderzoeksplan.

Hoe kan Rebel Lease zijn waardepropositie beter laten aansluiten bij de klantbehoeften?

De afgeleide vraag die hierbij hoort is als volgt:

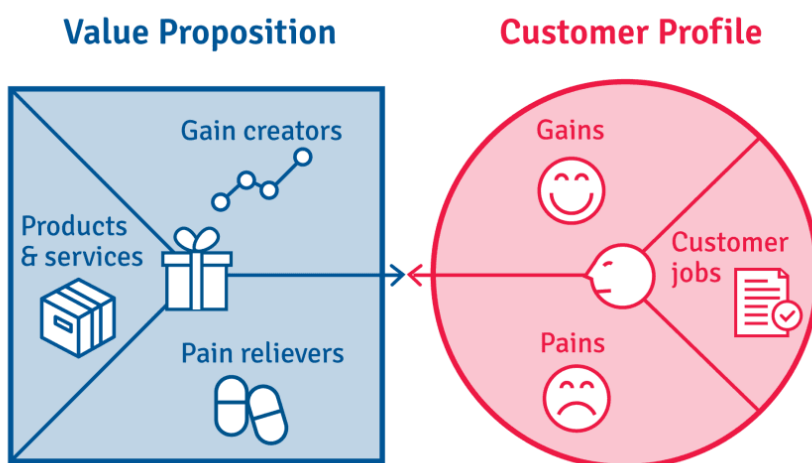
In hoeverre wordt klantwaarde door externe dan wel interne factoren bepaald?

3.2 Betoog

Om de centrale vraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden, is er uitvoerig onderzoek gedaan naar het onderwerp 'waardepropositie' en 'klantwaarde'. Uit onderzoek is gebleken dat er meerdere modellen en theorieën aansluiten bij deze onderwerpen.

3.2.1 The Value Proposition Canvas

Het Value Proposition Canvas model is een model van Osterwalder & Pigneur (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014). Bij het Business Model Canvas model wordt er gekeken naar de totale bedrijfsvoering. Aan de hand van het model kan een bedrijf een product ontwikkelen dat volledig is afgestemd op de behoefte van de klant. De Value Proposition Canvas is een onderdeel van het Business Model Canvas model en helpt een product of dienst te positioneren rondom wat de klant waardeert en nodig heeft. De Value Proposition Canvas is ontwikkeld om de kloof tussen de markt en het product te dichten. Het model bestaat uit twee delen: de 'waardepropositie' en de 'klantsegmenten'. Het model wordt vaak gebruikt wanneer een product- of serviceaanbod vernieuwd of verfijnd moet worden. Het voordeel van het model is dat je op een systematische manier leert begrijpen wat de klant wilt en het ontwikkelt een product/dienstaanbod dat perfect aansluit op de klantbehoeften. Doordat de klantinformatie aansluit op de wensen en behoeften, kunnen er effectieve businessmodellen worden ontworpen.



Figuur 1 Value Proposition Canvas (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014)

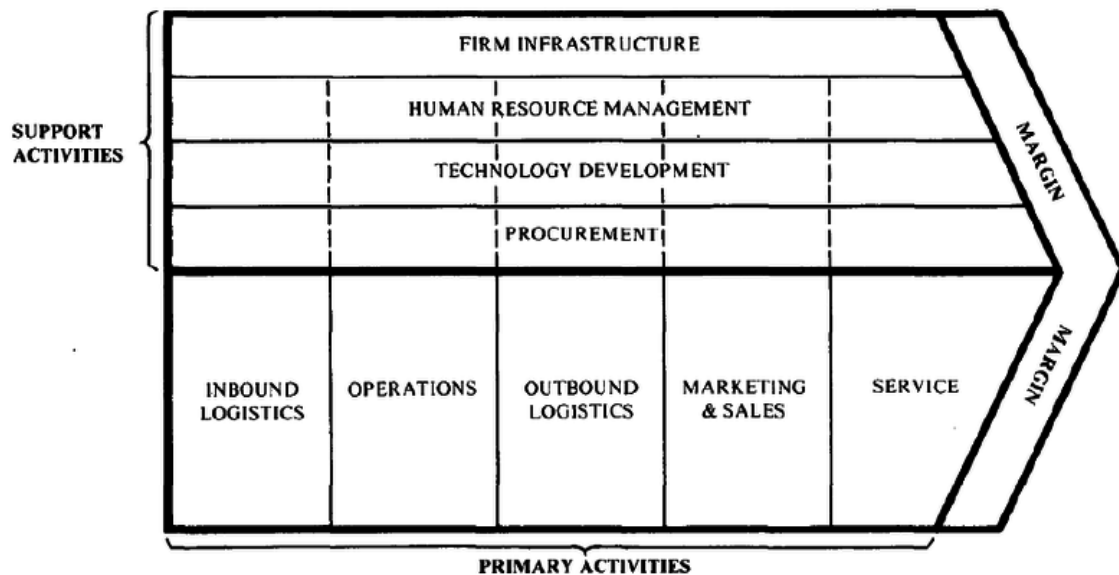
Zoals in figuur 1 te zien is bestaat het model uit twee delen: de waardepropositie en de klantsegmenten. De waardepropositie bestaat uit: producten & diensten, voordeelverschaffers en de pijnverzachters. In het kort is het een overzicht van de diensten en producten die je aanbiedt aan de klant. Bij de pijnverzachters wordt gedetailleerd verteld op welke manier je product of dienst een pijnpunt van de klant weet op te lossen. Het onderdeel voordeelverschaffers gaat over hoe het product of de service voordeel voor de klant realiseert. De rechterkant van het model bestaat uit, de voordelen, pijnpunten en de klanttaken. Aan de rechterkant wordt gekeken naar de klant. Welke voordelen en resultaten willen de klanten realiseren en wanneer zijn je klanten tevreden? Waar ergeren je klanten zich aan en waar zijn ze bang voor? Naast de voordelen en de pijnpunten wordt er nog gekeken naar de klanttaken. Bij de klanttaken is het van belang om erachter te

komen welke problemen klanten willen oplossen en wat klanten willen realiseren. Na het juist invullen van de Value Proposition Canvas, ontstaat er een aansluiting tussen beide kanten van het model waaruit vervolgens de waardepropositie ontstaat (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014).

Het model kent ook nadelen. Bij de product propositie kant wordt te weinig nadruk gelegd op marketing, branding en overtuigingstechnieken. Aan de klant zijde is het psychologische onderzoek te oppervlakkig. Hierdoor is er geen tot weinig inlevingsvermogen in klanten en levert het onvoldoende nieuwe inzichten op (Thomson, 2013).

2.2.2 Porter's Value Chain

De value chain van Porter geeft aan wat het concurrentievoordeel van de organisatie is. De value chain van Porter staat ook wel bekend als de waardeketen van Porter. Het doel van de value chain is om alle activiteiten van de organisatie in kaart te brengen, hieruit wordt vervolgens gekeken waar er waarde kan worden toegevoegd om een concurrentievoordeel te creëren. Een concurrentievoordeel zorgt voor meerwaarde, wat uiteindelijk een hogere winstgevendheid tot gevolg heeft. De value chain omschrijft alle activiteiten die ervoor nodig zijn om een product te ontwikkelen, ontwerpen, produceren, distribueren. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen primaire en secundaire activiteiten. In plaats van afdelingen of boekhoudkundige kostensoorten richt de analyse van Porter zich meer op activiteiten en systemen met als uitgangspunt de klanten (van den Bosch, 1997).



Figuur 2 Value Chain Porter (Porter M., 2001)

De primaire activiteiten staan aan de onderkant van de waardeketen van Porter. De waardeketen van Porter geeft de volgende vijf primaire activiteiten weer:

1. Ingaande logistiek
2. Operaties
3. Uitgaande logistiek
4. Marketing en verkoop
5. Service

De primaire activiteiten zijn de activiteiten die direct zijn verbonden bij het waarde toevoegingsproces. Bij elke categorie is het mogelijk om een concurrentievoordeel te creëren. De secundaire activiteiten bevinden zich aan de bovenkant van de waardeketen, dat zijn de activiteiten die de primaire activiteiten ondersteunen. De secundaire activiteiten zorgen ervoor dat de primaire activiteiten efficiënt en effectief verlopen. De waardeketen van Porter geeft de volgende vier secundaire activiteiten weer:

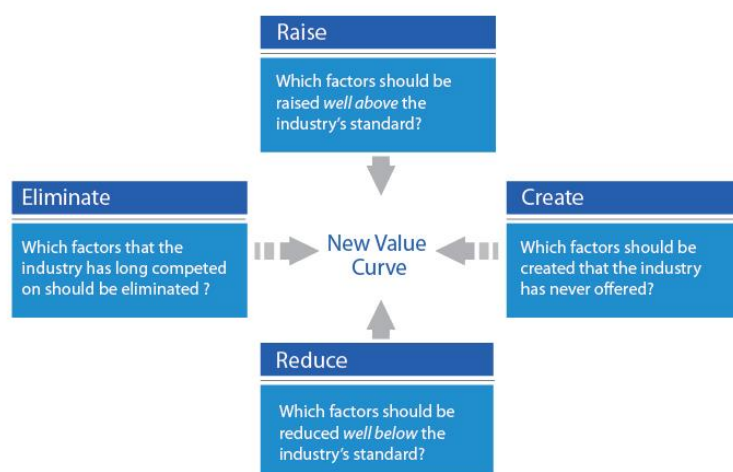
1. Verwerving
2. Technologische ontwikkeling
3. Human Resource Management
4. Infrastructuur

Het model kent ook verschillende kritieken. Volgens Barney kunnen kosten en differentiatie niet als leiders worden beschouwd (Mekic & Mekic, 2014). Bijvoorbeeld kijkend naar monopolistische bedrijven, die genereren volgens Barney veel geld zonder dat ze gebruik maken van de Porters-strategieën. Dat gebeurt vanwege het feit dat deze bedrijven constant worden ondersteund door de staat. Verder geeft McGrath aan dat bedrijven steeds beter worden in het uitzoeken wat mensen echt nodig hebben (Mekic & Mekic, 2014). Hierdoor is volgens haar een duurzaam concurrentievermogen niet alleen ineffectief, maar eerder contraproductief. Tot slot geeft Denning aan dat de manier waarop Porter de weg naar concurrentievoordeel heeft uitgelegd te summier is (Mekic & Mekic, 2014). Porter heeft in 500 pagina's de term concurrentievoordeel gebruikt maar nergens is goed uitgelegd wat concurrentievoordeel exact inhoudt.

3.2.3 Blue Ocean Strategy

De Blue Ocean Strategy is een strategische organisatiebenadering die is ontwikkeld door Mauborgne & Mauborgne (Chan Kim & Maugborne, Blue Ocean Strategy, 2004). De strategie gaat ervanuit dat bedrijven zich moeten gaan richten op een onbespeelde markt in plaats van de concurrentiestrijd aan te willen gaan. De strijd aangaan met de concurrentie kan erg moeilijk zijn, waardoor het lastig kan zijn om winstgevend te worden. De Blue Ocean Strategy helpt bedrijven bij het zoeken van innovaties waarmee er een concurrentievoordeel verschaft wordt. Dit concurrentievoordeel wordt verschaft door onderscheidend vermogen te creëren. In een nieuwe en onbenutte markt is er weinig concurrentie waardoor het makkelijker is om onderscheidend vermogen te creëren. De Blue Ocean Strategy canvas helpt bij het in kaart brengen van de sterke en zwakke punten van de concurrentie. Aan de hand van deze informatie kan er een strategie gekozen worden waardoor een bedrijf onderscheidend wordt. Chan Kim & Mauborgne zijn van mening dat een bedrijf het meest succesvol is zodra het bedrijf de prijs laag kan houden en je meer kwaliteit weet aan te bieden dan de concurrent. Voor de concurrentie is het dan moeilijk die markt te betreden, de concurrenten moeten dan meer kwaliteit leveren voor dezelfde prijs of een nog lagere prijs.

De Blue Ocean staat voor de onbekende markten waar nog geen concurrentie plaatsvindt. Tegenover de Blue Ocean Strategy staat de Red Ocean Strategy. De Red Ocean zijn alle bestaande markten waar veel concurrentie plaatsvindt. Door de hevige concurrentie is er minder uniek aanbod en hierdoor is het moeilijk je te onderscheiden. De kleur rood staat voor de bloederige strijd die je in deze markt met de concurrentie hebt. Ondanks de vele concurrentie is het niet onmogelijk om je als bedrijf te onderscheiden in de Red Ocean, toch is het volgens Mauborgne & Chan Kim makkelijker om succesvol te worden in een Blue Ocean. (Chan Kim & Maugborne, Blue Ocean Strategy, 2004)



Figuur 3 Four Actions Framework (Chan Kim & Mauborgne, 2019)

Aan de hand van figuur 3 kun je tot een verschuiving in je aanbod richting komen, verder helpt het ook bij het creëren van nieuwe ideeën. Het raamwerk stelt vier belangrijke vragen die je helpen bij het opstellen van een nieuwe waardecurve of strategisch profiel.

Verder hebben Chan Kim & Mauborgne een stappenplan ontwikkeld waarmee je tot een Blue Ocean kan komen (Chan Kim & Maugborne, Blue Ocean Strategy, 2004). Het stappenplan is als volgt:

1. Herdefinieer de marktgrenzen

Laat de huidige klantbehoefte even los en kijk wat de echte klantbehoeften zijn. Het kan namelijk zijn dat de klantbehoeften in de jaren zijn veranderd.

2. Kijk naar het brede perspectief, niet naar cijfers

Stap uit de comfortzone en ga opzoek naar nieuwe mogelijkheden.

3. Kijk verder dan de bestaande vraag

Naast de huidige klanten moet er ook gefocust worden op potentiële klanten.

4. Het idee moet bijzondere waarden hebben

Het idee moet iets toevoegen aan de organisatie wat er nog niet was. Verder moet het realistisch en haalbaar zijn.

5. Overwin de voornaamste organisatorische hindernissen

Een nieuw plan uitvoeren kan lastig zijn. Zorg er daarom voor dat de juiste mensen in de organisatie betrokken worden.

6. Vergeet de uitvoering niet optimaal te benutten

Een goed idee is pas een goed idee wanneer het goed wordt uitgevoerd. Voer het idee professioneel uit voor het beste resultaat.

Om een Blue Ocean zo goed mogelijk uit te voeren, is het van belang om eerst te kijken naar de huidige bedrijfsvoering. De succesfactoren kunnen bijdragen aan de uiteindelijke strategie. Aan de hand van marktonderzoek wordt er gekeken in welke branche er nog ruimte voor verbetering is. Daarnaast wordt er gekeken op welke wijze de concurrentie te werk gaat, aangezien dat helpt bij de Blue Ocean. Marktonderzoek en concurrentieanalyse zijn een goede basis voor het bepalen of de Blue Ocean vrij is.

Naast dat de Blue Ocean Strategy veel support heeft, zijn er ook beperkingen aan het model. Blue Ocean Strategy vertelt iets over hoe het mogelijk is om een goede onderneming te starten. Door middel van een zes stappenplan is het de bedoeling dat er via de hoofdwegen eenvoudig een goede toekomst wordt bereikt. Toch is het volgens Caeldries niet zo makkelijk. Caeldries vindt dat er gebrek aan detail is, waardoor het de bruikbaarheid reduceert. Het volledige proces is te eenvoudig in kaart gebracht. Caeldries is van mening dat de aangeboden richtlijnen te veel ernstige tekortkomingen vertonen. Hierdoor is het moeilijk om het in de werkelijkheid uit te voeren zoals het beschreven staat (Caeldries, 2007).

3.2.4 SIVA-Model

Het SIVA-model is een model dat is ontworpen door Chekitan Dev & Don Schultz (Dev & Schultz, 2016). Het SIVA-model is een modernisering van het wel bekende 4 P's model van Kotler. SIVA staat voor solutions, information, value en acces. Binnen het SIVA-model is klantgerichtheid het kernbegrip. De klant staat centraal, er wordt gekeken naar wat de producten en diensten bieden en of deze problemen worden opgelost vanuit de optiek van de klant. Kortom; het gaat erom op welke manier een marketeer waarde kan creëren. Het traditionele marketingmodel wordt omgedraaid en relevant gemaakt voor een interactieve markt.



Figuur 4 SIVA-Model (Dev & Schultz, 2016)

In figuur 4 is te zien dat het SIVA-model uit vier componenten bestaat. Deze vier componenten hebben invloed op de klant.

1. Solutions

De solutions zijn letterlijk vertaald de oplossingen. Hier wordt gekeken naar wat klanten nodig hebben of wat hun pijnpunten zijn. Deze informatie wordt verzameld aan de hand van online en offlineonderzoek. Klanten zoeken geen producten die marketeers proberen te verkopen, in tegenstelling zoeken klanten producten die een zogenaamd probleem oplossen. Als onderneming moet er klantgericht gedacht worden om het toegankelijker te maken voor de klant.

2. Information

Het is van belang dat de juiste informatie met de klant wordt gecommuniceerd. Communiceer niet alleen de productdetails maar communiceer de waargenomen problemen van klanten en daarop de oplossingen. Zorg ervoor dat de sterke kanten van het bedrijf onderbouwd kunnen worden met feitelijke informatie, op die manier zullen klanten je sneller accepteren.

3. Value

Het gaat niet om de prijs van het product of de dienst, maar in hoeverre het de klant wat oplevert. Dit is de meerwaarde die een organisatie dient te creëren. De klant let op de totale kosten en koopt een product pas als het meer waarde oplevert dan de totale investering. In plaats van over de prijs van een product te praten, is het veel belangrijker om te weten welke waarde het oplevert voor de klant.

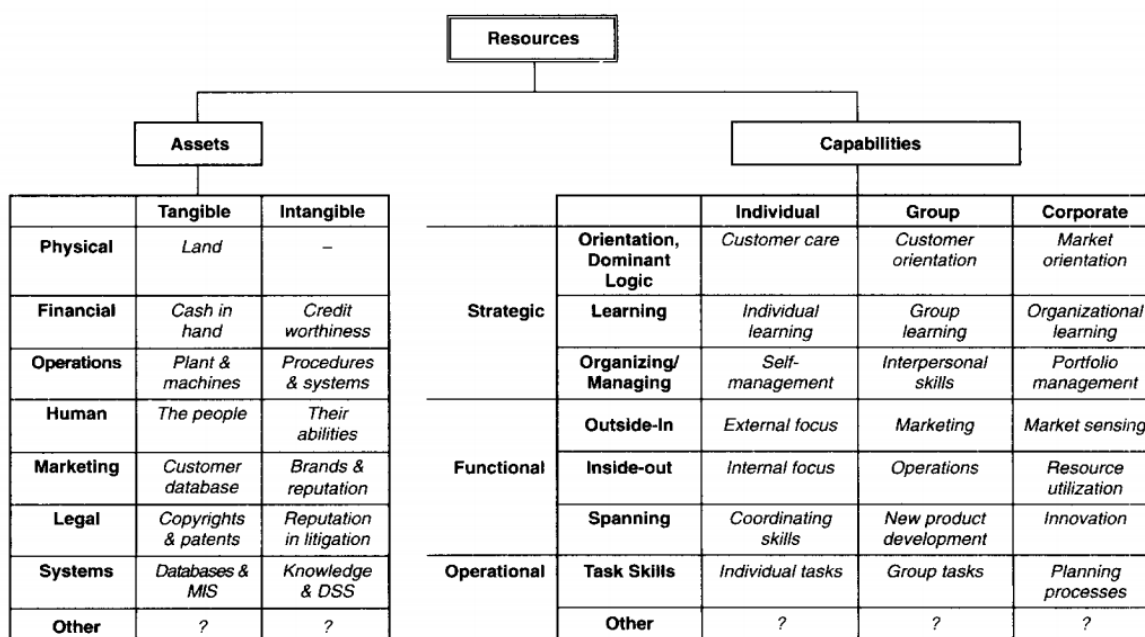
4. Acces

De plek waar een bedrijf zich vestigt is veel minder belangrijk geworden. Het gaat erom dat de klant toegang heeft tot de waarde in de vorm, locatie of winkel die past bij de behoeften van de klant. De service is uiterst belangrijk geworden, speel in op de klantbehoeften er probeer die zo goed mogelijk te bedienen.

Waarde wordt niet meer gecreëerd door de marketeer maar het is de klant die de waarde definieert. Het is de taak voor de marketeer te begrijpen welke waarde de klant zoekt en die waarde wordt opgeleverd. SIVA kijkt op een klantgerichte manier naar de markt.

3.2.5 Resource-Based View

De resource-based view is een strategie voor het behalen van een concurrentievoordeel dat door Barney is ontwikkeld (Barney, 1991). Het idee achter deze theorie is dat er niet gekeken wordt naar de competitieve zakelijke omgeving of een niche om een concurrentievoordeel te creëren. Daarentegen wordt er gekeken naar de potentie en de middelen die al beschikbaar zijn binnen het bedrijf. Volgens RBV is het makkelijker nieuwe kansen te benutten met beschikbare middelen en competenties in plaats van nieuwe vaardigheden toe te passen.



(Items in Italics are examples only, and are not intended to be exhaustive)

Figuur 5 Resource-Based View (Broderick & Möller, 1998)

Assets staat voor hoofdtypen middelen, de middelen zijn onderverdeeld in materiële middelen en immateriële middelen. Materiële middelen zijn fysiek, denk hierbij aan kapitaal, producten en land. Immateriële middelen verwijst naar concepten die geen fysieke waarde hebben maar toch eigendom van de organisatie zijn. Het zijn bronnen die binnen de organisatie blijven en een belangrijke bron zijn voor een concurrentievoordeel (Broderick & Möller, 1998).

Capabilities staan voor de capaciteiten van een organisatie en dat zijn fundamentele bouwstenen voor het ontwikkelen van kerncompetenties. Kerncompetenties zijn essentieel voor een bedrijf omdat ze tot een concurrentievoordeel kunnen leiden. Kerncompetenties kunnen ervoor zorgen dat andere capaciteiten zich gaan ontwikkelen wat helpt bij de organisatorische capaciteiten (Broderick & Möller, 1998).

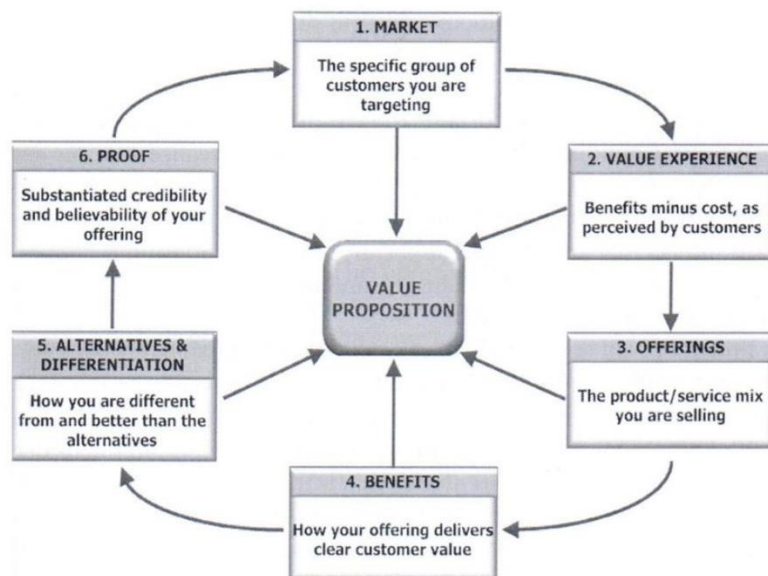
Om erachter te komen of een bron tot een duurzaam concurrentievoordeel kan leiden zijn er een aantal stappen die genomen moeten worden (Barney, 1991).

1. Identificeer de potentiële bronnen van het bedrijf
2. Evalueer aan de hand van VRIN-criteria:
 - a. **Valuable:** waardevol voor het bedrijf. De bron zorgt voor efficiëntie en effectiviteit.
 - b. **Rare:** ze moeten zeldzaam zijn en niet beschikbaar zijn voor andere partijen.
 - c. **Imperfectly imitable:** lastig na te bootsen door anderen.
 - d. **Non-substitutable:** niet vervangbaar door een andere bron.
3. Blijf ontwikkelen en creëer middelen aan de hand van het duurzame concurrentievoordeel.

RVB is een strategie die ook nadelen kent. Priem en Butler zijn van mening dat deze theorie niet gebruikt kan worden in een dynamische omgeving maar alleen in een statische omgeving (Butler & Priem, 2001). De huidige zakelijke markt is, in plaats van statisch, juist dynamisch, hierdoor wordt deze theorie minder bruikbaar. Verder biedt de theorie een beperkte focus op de mogelijkheden waardoor de vervolgstap lastig om te nemen is (Butler & Priem, 2001).

3.2.6 Value Proposition Builder

De Value Proposition Builder model is ontworpen door Barnes, Blake en Pinder om het proces van de ontwikkeling van een waardepropositie aan te geven (Barnes, Blake, & Pinder, 2009). Het model helpt werknemers in een bedrijf om waarden te identificeren, te kristalliseren en te implementeren. Het model begint met marktonderzoek en eindigt met de creatie van een waarde voorstel over het product of de dienst. Het waarde voorstel dient vervolgens juist gecommuniceerd te worden met de doelgroep.



Figuur 6 Value Proposition Builder (Barnes, Blake, & Pinder, 2009)

Het model bestaat uit 6 verschillende bouwstenen die gezamenlijk invloed hebben op de formulering van een waardepropositie. Het model richt zich op kwaliteiten van een bedrijf, maar focust zich ook op de doelgroep en de concurrentie. De inzichten zorgen voor een waardepropositie die waarde toevoegt aan het bedrijf. De bouwstenen zijn als volgt:

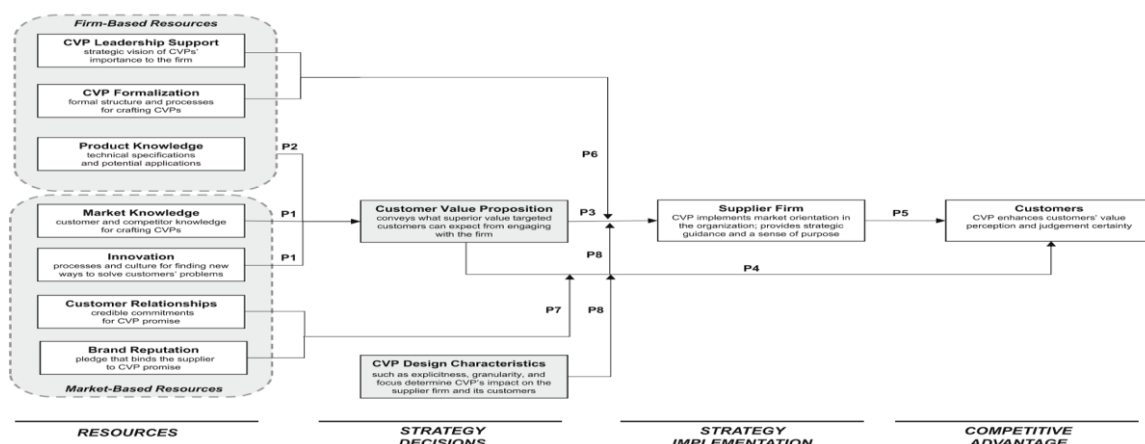
1. Market

Het model begint met een marktanalyse. De marktanalyse is van belang om erachter te komen wat de behoefte van de klant (doelgroep) zijn. Wat zijn de pijnpunten van de klant en welke risico's vermeid de klant liever?

2. Value experience
De tweede bouwsteen is waarde-ervaring. Beschrijf welke klantwaarde de doelgroep heeft leer de klantwaarden begrijpen.
3. Offerings
De derde bouwsteen focust zich op het aanbod. Er wordt gekeken naar het aanbod en welke waarde het voor de klant heeft.
4. Benefits
Er wordt gekeken welke voordelen het aangeboden product biedt. Er wordt gekeken vanuit de klantwaarde en het aanbod van het bedrijf.
5. Alternatives & differentiation
Zijn er alternatieven voor uw organisatie en zo ja welke? Waarom bent u beter dan die alternatieven? (Concurrentieanalyse)
6. Proof
De laatste bouwsteen is gericht op de formulering van de waardepropositie. De formulering moet geloofwaardig en betrouwbaar zijn voor het beste resultaat.

3.2.7 Framework for understanding CVPs' strategic importance

Het framework voor het begrijpen van het belang van een waardepropositie is ontworpen door Payne, Frow en Eggert (Eggert, Frow, & Payne, 2017). Het model brengt in kaart wat de concurrentievoordelen en de excellerende prestaties van een bedrijf zijn. De waardepropositie is cruciaal om een concurrentievoordeel te behalen, om die reden staat de waardepropositie centraal in dit model. De prestaties van een bedrijf zijn gebaseerd op de middelen die het bedrijf bezit. In het model worden deze middelen 'Resources' genoemd. De 'Resources' benadrukken vier markt-gebaseerde middelen: kennis, innovatie, relaties en merken. Volgens het model hebben kennis en innovatie een directe invloed op de waardepropositie. Na 'Resources' leidt het model je naar de 'Strategy Decisions'. Strategiebeslissingen kunnen direct een concurrentievoordeel opleveren, bedrijven moeten daarom goede keuzes maken welke middelen zij gaan inzetten en waar deze ingezet gaan worden. Afhankelijk van de beschikbare middelen bepaalt de waardepropositie welke superieure waarde zij gaan bieden aan welk klantensegment. Na de strategiebeslissingen moet de strategie geïmplementeerd worden. De waardepropositie heeft invloed op de strategie implementatie. De waardepropositie motiveert het management om de belofte van klantwaarde beter na te komen. De waardepropositie heeft invloed op de marktoriëntatie van leveranciersbedrijven, de houding en het gedrag van werknemers. Als laatste beweren Payne, Frow en Eggert dat een waardepropositie invloed heeft op hoe klanten naar een bedrijf kijken (Eggert, Frow, & Payne, 2017). Duidelijk aangeven wat de voordelen van een bedrijf zijn, heeft een positieve invloed op de klanttevredenheid. De waardepropositie vergroot het concurrentievoordeel van de onderneming en dat heeft invloed op de perceptie van de klanten.

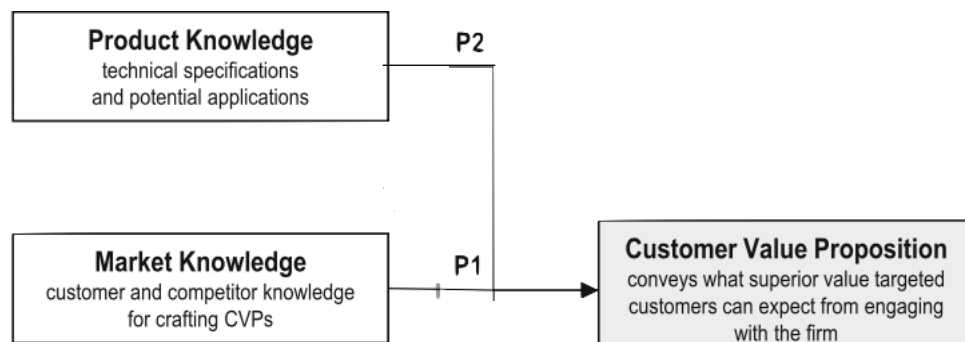


Figuur 7 Consequences of the customer value proposition (Eggert, Frow, & Payne, 2017)

Het model focust zich op de consequenties van een waardepropositie. Het model is bruikbaar omdat het aangeeft wat invloed heeft op de formulering van een waardepropositie, daarnaast geeft het ook aan waar een waardepropositie invloed op heeft.

3.3 Conceptueel model

Het framework for understanding CVPs' strategic importance wordt in dit onderzoek centraal gesteld. In het model staat de invloed van een waardepropositie en de formulering van een waardepropositie centraal. In dit onderzoek staat de formulering van een waardepropositie centraal, om die reden is er gekozen om dit gedeelte uit het framework for understanding CVPs' strategic importance te behandelen.



Figuur 8 Formulering waardepropositie (Eggert, Frow, & Payne, 2017)

Het framework for understanding CVP's strategic importance geeft aan dat productkennis en marktkennis invloed hebben op de formulering van de waardepropositie. Er is gekozen voor dit conceptueel model omdat het een brug vormt tussen de hoofdvraag en de deelvragen. Daarnaast helpt het bij de formulering van de waardepropositie voor Rebel Lease.

3.4 Conclusie

In het theoretisch kader zijn meerdere modellen en theorieën besproken. Deze modellen en theorieën zijn gekozen omdat ze inzicht geven bij het beantwoorden van de afgeleide vraag. In dit theoretisch kader is er gekozen voor een inside-out en een outside-in benadering. De inside-out modellen focussen zich op de kwaliteiten en vaardigheden die al in het bedrijf zitten. De outside-in modellen focussen zich op de behoeften van de klant en op welke manier een bedrijf hierop kan inspelen. Om klantwaarde te creëren, wordt er gekeken vanuit de klant, vanuit het bedrijf en vanuit mogelijke kansen. De gekozen modellen en theorieën helpen bij het kijken vanuit deze perspectieven. De Resource-Based View en Porter's Value Chain kijken hoe een bedrijf klantwaarde kan bewerkstelligen. Beide modellen gaan ervanuit dat klantwaarde wordt verschaft aan de hand van aanwezige kwaliteiten en vaardigheden. Het SIVA-model en de Value Proposition Canvas zijn daarentegen gekozen omdat het meer vanuit de klant beredeneert. De klant staat centraal en er wordt gekeken naar de dienst vanuit de optiek van de klant. De Value Proposition Canvas en Value proposition builder helpen een product of dienst te positioneren rondom wat de klant waardeert en nodig heeft. De Blue Ocean Strategy is heel anders maar hierdoor bruikbaar. De strategie gaat ervanuit dat bedrijven zich moeten gaan richten op een onbespeelde markt in plaats van de concurrentiestrijd aan te willen gaan. In een nieuwe en onbenutte markt is er weinig concurrentie waardoor het makkelijker is om klantwaarde te creëren. Samen zorgen deze modellen/theorieën voor verschillende invalshoeken om klantwaarde te creëren, klantwaarde heeft grote invloed op de formulering van een duidelijke waardepropositie (Norton & Kaplan, 2000).

De waardepropositie vertelt hoe problemen van de klant worden opgelost, wat de voordelen zijn van het product en waarom de klant juist dit product en niet dat van de concurrentie zou moeten kopen (Norton & Kaplan, 2000). In het kort vat het samen wat het concurrentievoordeel van jouw bedrijf is. Het framework for understanding CVP's strategic importance brengt de bouwstenen en de invloed van een waardepropositie in kaart. Aan de hand van de verschillende invalshoeken voor klantwaarde en het framework for understanding CVP's strategic importance kan een duidelijke waardepropositie worden geformuleerd. Een waardepropositie komt tot stand op basis van wat de markt vraagt en wat het bedrijf kan aanbieden.

3.5 Hypothesen

De hypothesen zijn opgesteld op basis van het kritische literatuuroverzicht en het conceptueel model. De hypothesen hebben betrekking op de formulering van de waardepropositie. De volgende hypothesen zullen worden getoetst:

H1: Marktkennis heeft een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie.

H2: Productkennis heeft een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie.

3.6 Operationalisatie

De hypothesen zullen worden getoetst aan de hand van kwalitatief onderzoek. Het kwalitatieve onderzoek bestaat uit 13 diepte-interviews. Door middel van diepte-interviews zullen de klantbehoeften van de respondenten worden achterhaald. De resultaten van dit onderzoek zullen van belang zijn voor de optimalisatie van het aantal leasecontracten. Deze gegevens leiden ook tot informatie die inzicht geeft in de beantwoording van de probleemstelling.

Na het onderzoek zal er worden vastgesteld welke hypothese(s) er worden aangenomen of verworpen. Door het aannemen of verwerpen van de hypothese(s) kan er een advies worden gegeven over de waardepropositie ten aanzien van de klantbehoeften.

De volgende hypothesen zijn opgesteld aan de hand van het conceptueel model. Aan de hand van de onderzoeksdoelgroep zullen de hypothesen worden getoetst.

H1: Marktkennis heeft een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie.

Marktkennis valt onder te verdelen in klantenkennis en concurrentenkennis. De hypothese wordt aangenomen als de meerderheid van de respondenten aangeeft waarde te hechten aan marktkennis gerelateerde aspecten.

H2: Productkennis heeft een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie.

Productkennis valt onder te verdelen in geleverde product/dienst specificaties en verwachte product/dienst specificaties. De hypothese wordt aangenomen als de meerderheid van de respondenten aangeeft waarde te hechten aan de geleverde en verwachte specificaties.

Als de gegeven antwoorden grotendeels productkennis/marktkennis aspecten bevatten, worden de hypothesen aangenomen. Om goede resultaten te krijgen, vraagt de onderzoeker door op basis van de antwoorden die de respondenten geven. Het doel van doorvragen is het nog beter achterhalen van wat de achterliggende gedachten zijn van de respondenten.

4. Methodische verantwoording

In dit hoofdstuk wordt duidelijk gemaakt op welke wijze het onderzoek uitgevoerd wordt. Eerst wordt er gekeken op welke wijze de deelvragen worden uitgewerkt. Aan de hand van de uitwerking van de deelvragen zal de hoofdvraag beantwoord worden.

4.1 Deskresearch

Om het onderzoek te starten zal er eerst deskresearch worden uitgevoerd. Bij deskresearch wordt er gebruik gemaakt van bestaande gegevens in de vorm van algemene literatuur, databases en dergelijke. Het is verboden om nieuwe gegevens te genereren, bestaande gegevens worden geanalyseerd en kunnen vervolgens gebruikt worden voor een nieuw onderzoek (Fischer & Julsing, 2015). De volgende deelvragen worden beantwoord aan de hand van deskresearch:

- *Hoe is de huidige waardepropositie van Rebel Lease geformuleerd?*
- *Hoe presteren de verschillende leasevarianten van Rebel Lease?*
- *Wie zijn de belangrijkste concurrenten van Rebel Lease op het gebied van auto lease?*
- *Welke ontwikkelingen zijn er in de auto leasebranche die relevant zijn voor Rebel Lease?*
- *Wat zijn bouwstenen voor een duidelijke waardepropositie?*

4.1.1 Bronnen

Om antwoord te krijgen op de deskresearch deelvragen is gebruik gemaakt van bestaande literatuur, databases en artikelen. Deze relevante informatie is verzameld via Google Scholar, hbo-kennisbank, HL Vinden, ScienceDirect en EBSCOhost. Daarnaast is er ook gebruik gemaakt van bestaande rapportages die Rebel Lease zelf heeft opgesteld, zoals een marketingplan. Deze inzichten hebben bijgedragen aan het beantwoorden van de afgeleide vraag en de probleemformulering van het onderzoek.

4.2 Fieldresearch

Bij fieldresearch worden er zelf gegevens verzameld door eigen onderzoek. Het onderzoek zal bijdragen bij de beantwoording van de hoofdvraag. Er zijn verschillende vormen van fieldresearch, zoals kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek wordt afgenomen bij een kleine populatie, dat komt omdat bij kwalitatief onderzoek veel meer de diepte in wordt gegaan, denk hierbij aan interviews. Bij kwantitatief onderzoek is de onderzoekspopulatie vele malen groter, de reden hiervoor is omdat er oppervlakkiger onderzoek wordt gedaan. Een goede manier om kwantitatief onderzoek te verrichten is door gebruik te maken van enquêtes (Fischer & Julsing, 2015). De volgende deelvraag wordt beantwoord aan de hand van fieldresearch:

- *Op welke wijze moet Rebel Lease haar product/dienst inrichten om te voldoen aan de wensen en behoeften van de klant?*

4.2.1 Methodiek kwalitatief onderzoek

De diepte-interviews zijn uitgevoerd in de periode van 15 november tot 12 december 2019. De diepte-interviews zijn afgenomen bij de respondenten op locatie of via skype. Alle interviews zijn persoonlijk uitgevoerd en opgenomen met de laptop. De diepte-interviews duurden tussen de 20-40 minuten. Er is gebruik gemaakt van een kwalitatieve vragenlijst, te zien in bijlage 4 & 5. De 2 vragenlijsten verschillen omdat er verschillende doelgroepen geïnterviewd zijn.

De vragen zijn gebaseerd op het Framework for understanding CVP's strategic importance & de value proposition canvas. De gesprekken met de respondenten zijn open benaderd en aangepast aan de input die gegeven werd door de respondenten. Er is gebruik gemaakt van de gesprekstechniek luisteren, samenvatten en doorvragen. Onderwerpen zijn duidelijk uitgelegd zodat er geen verwarring tussen beide partijen ontstond.

Verder is er bij de diepte-interviews een vorm van card sorting toegepast. Tijdens de interviews zijn er verschillende waardeproposities voorgelegd, de respondenten moesten deze waardeproposities ordenen van goed naar slecht. Het is een bruikbare techniek om achter meningen en behoeften van de respondenten te komen. De respondent was vrij in zijn antwoorden waardoor er bruikbare informatie werd voorgelegd. De respondenten die via Skype zijn benaderd hebben de card sorting via de camera uitgevoerd. De techniek heeft geholpen bij het beantwoorden van de probleemstelling.

4.2.2 Werving en selectie van respondenten

De onderzoeksdoelgroep bestaat uit huidige/ex klanten van Rebel Lease. Deze doelgroepen zijn onderverdeeld in drie categorieën.

Type onderzoek	Doel	Belangrijkste vraag(en)	Wie?
Kwalitatief onderzoek	Achterhalen wat de voornaamste redenen van vertrek of overstap zijn.	Op welke wijze moet Rebel Lease haar product/dienst inrichten om te voldoen aan de wensen en behoeften van de klant?	Huidige B2B klanten van Rebel Lease ➤ 3 kleine huidige klanten ➤ 3 middelgrote klanten ➤ 3 grote klanten Ex B2B klanten van Rebel Lease ➤ 3 klein vertrokken klanten ➤ 3 Grote vertrokken klanten ➤ 3 Kleine vertrokken klanten

Tabel 2 Onderzoeksdoelgroep oorspronkelijk

Er is besloten om 3 diepte-interviews te houden per categorie. Dit betekent dat er in totaal 18 diepte-interviews uitgevoerd worden voor dit onderzoek. De interviews geven inzicht in de wensen en behoeften van de respondenten. Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen, is er rekening gehouden met de volgende selectiecriteria:

- De respondent is huidige/ex klant van Rebel Lease;
- De respondent heeft het contract afgesloten en heeft enige ervaring met Rebel Lease;
- De respondent is bereid eerlijk antwoord te geven.

De resultaten zijn gezamenlijk geanalyseerd, alleen de vragen die van elkaar verschillen, zijn apart geanalyseerd.

Tijdens het onderzoek is er afgeweken van het oorspronkelijke onderzoek concept. Door omstandigheden gaf Rebel Lease geen toestemming om iedere potentiële respondent te interviewen. Het onderzoek onder ex-klanten kon hierdoor niet volledig uitgevoerd worden. De onderzoeker had hierdoor de mogelijkheid om slechts 7 potentiële ex-klanten een aanvraag te sturen, van de 7 aanvragen wilde er enkel 2 meewerken. Het komt de betrouwbaarheid van het onderzoek niet ten goede, desondanks worden de resultaten wel verwerkt. De werkelijke onderzoeksdoelgroep is hierdoor als volgt geworden:

Type onderzoek	Doel	Belangrijkste vraag(en)	Wie?
Kwalitatief onderzoek	Achterhalen wat de voornaamste redenen van vertrek of overstap zijn.	Op welke wijze moet Rebel Lease haar product/dienst inrichten om te voldoen aan de wensen en behoeften van de klant?	Huidige B2B klanten van Rebel Lease ➤ 4 kleine huidige klanten ➤ 3 middelgrote klanten ➤ 4 grote klanten Ex B2B klanten van Rebel Lease ➤ 2 klein vertrokken klanten

Tabel 3 Werkelijke Onderzoeksdoelgroep

4.3 Procedure dataverwerking

In deze paragraaf wordt er beschreven hoe de verkregen interviewantwoorden worden verwerkt tot resultaten in dit onderzoek.

4.3.1 Verwerking van de interviewgegevens

De afgenomen interviews worden opgenomen met een laptop. De opgenomen interviews worden vervolgens via een tekstverwerker getranscribeerd. Dit is woordelijk gedaan waardoor taalfouten en woordkeuzes letterlijk worden overgenomen. De transcripties zijn te vinden in bijlage 10. De interviews zijn vervolgens intensief gelezen om een duidelijk beeld per interview te krijgen.

4.3.2 Analyseprocedure

Om een duidelijk overzicht te krijgen van de vergaarde data, is het nodig om de data te analyseren. Door data te analyseren is het mogelijk om een rode draad te trekken door de gegeven antwoorden. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een datamatrix. Een datamatrix is een schematische weergave waarin duidelijk te zien is welke antwoorden er per vraag uit zijn gekomen. De analyse leidt tot een deelconclusie per onderwerp, alle deelconclusies leiden vervolgens tot de beantwoording van de centrale vraag.

4.4 Kwaliteitscriteria

In de paragraaf wordt de betrouwbaarheid en de validiteit van de meetinstrumenten getoetst.

4.4.1 Betrouwbaarheid

Om aan te tonen dat een onderzoeksrapport betrouwbaar is, wordt er gekeken in hoeverre een onderzoek gebaseerd is op toevallige fouten en hoe herhaalbaar het is. Het is een betrouwbaar onderzoeksrapport zodra de resultaten van het onderzoek hetzelfde zijn ongeacht tijdstip, onderzoeker of respondenten. (Verhoeven, 2010)

Het kwalitatieve onderzoek is uitgezet aan de hand van diepte-interviews. Er zijn in totaal 13 diepte-interviews uitgevoerd. Dit aantal wordt gezien als een betrouwbaar aantal, uitspraken mogen gedaan worden over de populatie (Baarda, et al., 2018). De resultaten komen grotendeels met elkaar overeen, dit betekent dat de resultaten als betrouwbaar beschouwd kunnen worden. De resultaten van de ex-klanten zijn minder betrouwbaar. Door omstandigheden is het niet mogelijk om meer dan 2 interviews onder deze doelgroep af te nemen. Het aantal interviews onder ex-klanten komt de betrouwbaarheid niet ten goede, desondanks worden de resultaten meegenomen.

De interviews zijn ter plekke afgenomen of via Skype. Op deze manier was het mogelijk om uitgebreid en in alle eerlijkheid het interview af te nemen. De onderzoeker is de gesprekken met een open houding in gegaan en suggestieve vragen zijn zo veel mogelijk vermeden. Verder is de vragenlijst opgesteld aan de hand van een standaard vragenlijst. De interviews zijn met telefoon en laptop opgenomen, op deze manier kon er

letterlijk worden getranscribeerd. Al deze aspecten komen de betrouwbaarheid van het onderzoek ten goede.

4.4.2 Validiteit

Bij validiteit wordt er gekeken in hoeverre de gebruikte meetinstrumenten en de onderzoeksgroep vrij zijn van systematische fouten. Oftewel: er wordt gekeken in hoeverre er onderzocht is wat er onderzocht diende te worden. (Verhoeven, 2010)

Validiteit kan worden onderscheiden in interne en externe validiteit. Interne validiteit heeft betrekking op de kwaliteit van het onderzoek. Voorafgaand aan het onderzoek is er uitvoerig literatuuronderzoek gedaan, wat de interne validiteit ten goede is gekomen. Vanuit het literatuuronderzoek zijn de vragenlijsten opgesteld, de vragenlijsten zijn gebaseerd op een standaard vragenlijst. In overleg met de opdrachtgever en de scriptiebegeleider is de vragenlijst uiteindelijk opgesteld zoals in bijlage 4 & 5 te zien is. De input van de opdrachtgever en de scriptiebegeleider hebben bijgedragen aan de interne validiteit van het onderzoek.

Bij externe validiteit wordt er gekeken hoe generaliseerbaar de onderzoeksresultaten zijn. De respondenten zijn geselecteerd op vooraf gestelde criteria. De resultaten komen overeen met elkaar en zijn hierdoor generaliseerbaar voor de klanten van Rebel Lease. Het onderzoek is extern valide omdat het de mening van de doelgroep valide weergeeft. De respondenten zijn binnen de categorieën willekeurig gekozen zodat een sturing van de resultaten onmogelijk was.

5. Resultaten Deskresearch

In dit hoofdstuk worden de deskresearch resultaten besproken. De resultaten fungeren als het startpunt voor de aanbevelingen die gemaakt worden. De resultaten geven antwoord op de deskresearch deelvragen die helpen bij het beantwoorden van de hoofdvraag.

De volgende deelvragen worden aan de hand van deskresearch beantwoord:

- Hoe is de huidige waardepropositie van Rebel Lease geformuleerd
- Hoe presteren de verschillende leasevarianten van Rebel Lease?
- Wie zijn de belangrijkste concurrenten van Rebel Lease op het gebied van auto lease?
- Welke ontwikkelingen zijn er in de auto leasebranche die relevant zijn voor Rebel Lease?
- Wat zijn bouwstenen voor een duidelijke waardepropositie?

5.1 Huidige waardepropositie

Aan de hand van deskresearch is gebleken dat Rebel Lease niet op de hoogte is van het belang van een duidelijke waardepropositie. In het strategische marketingplan, dat te zien is in bijlage 3, heeft Rebel Lease het niet over een waardepropositie. Alhoewel Rebel Lease niet specifiek een waardepropositie formuleert, geeft het bedrijf wel bij aankomst op de website een waardepropositie aan. De waardepropositie is als volgt: ***Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaat Rebel Lease graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld.***

Rebel Lease geeft daarnaast vier onderscheidende voordelen aan, die voordelen zijn als volgt:

- Voor iedere looptijd
- Ondernemers onder elkaar
- Persoonlijke aanpak
- Oplossingsgericht

De waardepropositie en de onderscheidende voordelen moeten het onderscheidende vermogen ten opzichte van de concurrentie verhogen. Daarnaast verhoogt het marktaandeel en omzetten omdat het de klant overtuigt bij jou te kopen.

5.1.1 Marketingstrategie

Aan de hand van bijlage 3 zijn deze resultaten geformuleerd. Het opgestelde marketingplan van Rebel Lease bevat grotendeels het antwoord op deze vraag. Er wordt naar de missie, visie, doelgroep, doelstelling, marketingmix en de strategie gekeken.

Missie

De missie van Rebel Lease is als volgt geformuleerd: *‘De beste mobiliteitsoplossingen bieden die kunnen meebewegen met de ontwikkelingen van de klanten. Persoonlijk contact, flexibele contracten en transparante tarieven zijn hierbij erg belangrijk.’*

Visie

De visie van Rebel Lease is als volgt geformuleerd: *‘Rebel Lease wil maatwerk mobiliteitsoplossingen bieden aan ondernemende mensen die zichzelf telkens opnieuw vinden. Mensen die, net als wij, een gezonde toekomst voor ogen hebben en daar hard voor werken.’*

Doelgroep

De doelgroep keuze is als volgt geformuleerd: *‘Rebel Lease wil zich profileren als een ‘Local Hero’ waarbij het uitgangspunt is dat ieder bedrijf in iedere fase welkom is. We richten ons met name op de (startende) ZZP’ers, klein zakelijke markt en midden en klein bedrijven.’*

Marketingmix

Bij het opstellen van een marketingstrategie is het van belang om te weten uit welke instrumenten de marketingmix bestaat. Een marketingstrategie wordt vaak ingevuld door middel van de marketingmix.

○ Product

‘Rebel Lease selecteert jong gebruikte auto’s vanuit de huurvloot. Deze auto’s zijn gunstig in te zetten omdat de kop eraf is. Daarbij bieden we contracten met een minimale looptijd van 12 maanden aan. Deze contracten zijn vervolgens te verlengen met 12 maanden tot de maximale looptijd. Op voorhand leggen we de tarieven voor alle periodes vast. Wanneer een auto tussentijds verlengd wordt, wordt het nieuwe (lagere) tarief met terugwerkende kracht berekend. Er volgt dus een creditnota voor de lessee. Deze constructie levert voor beide partijen (lessee en lessor) voordelen op. De voordelen voor de lessee zijn: geen langdurige contracten (flexibiliteit), financieel voordeel bij verlengen. De

voordelen voor de lessor: minder financieel risico (klant betaalt immers in eerste instantie een hoger tarief) en grotere kans op verlenging van het contract door financiële prikkel.'

Rebel Lease biedt naast jong gebruikte bedrijfsauto's en personenauto's, ook nieuwe auto's aan. In de marketingmix van Rebel Lease wordt veel nadruk gelegd op de jong gebruikte auto's. Rebel Lease bezit naast occasions ook veel nieuwe auto's, die ze minder concurrerend kunnen inzetten door omvang van het bedrijf. De nieuwe auto's worden aangeboden aan de hand van optionale lease of flex leasecontracten.

De verhouding tussen rijdende personenauto's en bedrijfsauto's is: 310 personenauto's om 34 bedrijfsauto's op de weg (zie bijlage 6). Rebel Lease focust zich mede hierdoor grotendeels op personenauto's. De strategie is ook afgestemd op personenauto's.

- **Prijs**
'Omdat de klant niet bij iedere leasemaatschappij terecht kan wordt het aanbod schaars. Hierdoor is prijs minder een issue. Dit vraagt dus niet om de scherpste prijs. Door gebruik te maken van jonge occasions is het prijsniveau alsnog zeer redelijk te noemen. Een jong gebruikte auto van 18 maanden 'oud' zal ongeveer hetzelfde mogen kosten als een vergelijkbaar nieuw model bij een internetaanbieder zonder flexibele voorwaarden en contracten. Naarmate het contract verder verlengd wordt loopt de prijs af.'
- **Plaats**
'Verkoop vindt voornamelijk plaats via de eigen sales (zo'n 90%). Daarnaast zijn er een aantal garagebedrijven waar een samenwerkingsverband mee is. Deze garages kunnen namens Rebel Lease het eerste contact leggen en offertes uitbrengen. Tot slot is Rebel Lease ook een samenwerking aangegaan met Area071, dit is een bedrijfsverzamelgebouw waar met name startende ondernemers hun onderdak vinden. Area071 is gevestigd op hetzelfde industriegebied als dat van Rebel Lease. Dit zou ertoe moeten leiden dat de klanten van Area071 terecht kunnen bij Rebel Lease indien zij willen gaan leasen. Deze samenwerking levert de huidige partner van Area071 gemiddeld 5 leasecontracten per jaar op.'
- **Promotie**
'Rebel Lease gaat gebruik maken van een externe partij (Savvy-Social Leadwerving) die gespecialiseerd is in het bereiken van onze doelgroep op LinkedIn. Savvy zal d.m.v. gerichte advertenties op LinkedIn leads gaan werven. De advertenties (Rebel Deals) worden gemaakt door het externe marketingcommunicatiebureau i.o.m. de commercieel manager van Rebel Lease. De afspraak met Savvy is dat zij per maand 15 kwalitatief goede offerte aanvragen verzorgen. We kwalificeren een offerte aanvraag als goed wanneer 1 op de 4 een order oplevert. Alle Rebel Deals zullen ook op de website van Rebel Lease geplaatst worden. Tot slot is er maandelijks de gelegenheid om in de nieuwsbrief van Supershortlease 1 Rebel deal te promoten, dit wordt verstuurd naar meer dan 500 klanten van Supershortlease.'
- **Personeel**
'Het gehele offerte/verkoop traject wordt gedaan door het eigen personeel. Onze klanten verwachten een goed onderbouwd advies. Persoonlijk contact met iemand die ze vertrouwen vinden ze heel erg belangrijk. Ze willen niet zelf het internet hoeven af te speuren voor de 'beste' deal. Als er iets is bellen ze direct met 'hun' contactpersoon. Het personeel moet mandaat hebben en zelfstandig kunnen opereren.'

Strategie

Uitgaande van de hierboven genoemde informatie, is de volgende strategie bepaald. In de concurrerende leasemarkt probeert Rebel Lease zich te onderscheiden door zich voornamelijk te richten op (startende) ZZP'ers, de klein zakelijke markt en midden en klein bedrijven. Deze doelgroep kan door laag startkapitaal meestal niet bij alle leasemaatschappijen terecht. Rebel Lease speelt hierop in door flexibele contracten aan te bieden om deze ondernemers tegemoet te komen. Aan de hand van excellente service en klantaandacht focust Rebel Lease zich op het tot stand brengen van langdurige relaties. Het doel van Rebel Lease is om de beste mobiliteitsoplossing te bieden, die kan meebewegen met de ontwikkelingen van de klant. De combinatie van het beschikbare wagenpark, verschillende leasevarianten en het juiste personeel zorgt ervoor dat er altijd een oplossing voor de doelgroep aanwezig is.

5.2 Financiële prestaties

In deze paragraaf komt naar voren hoe Rebel Lease financieel presteert. Aan de hand van cijfers uit bijlage 2 is er een duidelijk beeld geschetst over de financiële situatie. Rebel Lease heeft niet alle financiële data beschikbaar gesteld. Het financiële overzicht is daarom gemaakt aan de hand van de omzetten, lopende en aflopende contracten. Het is niet mogelijk om een overzicht te geven per leasevariant omdat Rebel Lease zijn gegevens niet op die manier bijhoudt. De leasevarianten zijn samengevoegd in één bestand met als toevoeging dat de inkomsten per contract niet inzichtelijk zijn voor de onderzoeker. Aan de hand van bijlage 2 is goed te zien dat het qua omzetten redelijk goed gaat met Rebel Lease. Toch is er te zien dat er in de eerste jaren een enorme stijging was en dat de omzetgroei nu begint te verminderen. Over de nettowinst zegt het overigens niks omdat er nog enorm veel kosten af moeten. Het gemiddelde bedrag per ingezette auto stijgt geleidelijk, wat betekent dat er steeds meer duurdere klassen worden ingezet. Het huidige wagenpark groeit maar zal door aflopende contracten afnemen. Het huidige wagenpark ziet er als volgt uit:

- 2016: 95 auto's
- 2017: 199 auto's
- 2018: 292 auto's
- 2019: 344 auto's
- Verwachting 2020: 343 auto's

Om te blijven groeien is het van belang dat Rebel Lease de aflopende contracten probeert te verlengen.

5.2.1 Assortiment aanbod

Om te kijken of het assortiment van Rebel Lease voldoende is om concurrerend te opereren, wordt er eerst gekeken waar het assortiment uit bestaat. Het assortiment bestaat uit het beschikbare wagenpark en de leasevarianten die Rebel Lease aanbiedt. De leasevarianten worden meegenomen, want het zorgt voor onderscheidend vermogen. Rebel Lease doet aan Operational lease, Occasion lease en Flex lease. Operational lease zijn nieuwe auto's waarbij alle kosten die voortkomen uit het gebruik van de auto in het leasecontract worden opgenomen. Het is de meest uitgebreide vorm van leasen. De klant betaalt een vast bedrag per maand waardoor de klant niet voor verrassingen komt te staan. Occasion lease zijn jonge auto's waarvan de kop eraf is. Het voordeel van een Occasion Lease is dat de prijs aantrekkelijker is, de auto's zien er nieuw uit maar in theorie zijn ze dat niet meer. Flex lease is aantrekkelijk wanneer de rijder van tevoren niet weet hoe lang hij de auto benodigd. Elk jaar dat de rijder de auto verlengt dalen de leasekosten. Na vier jaar zijn de totale kosten net zo hoog als wanneer je een vast leasecontract voor vier jaar afsluit. Flex leasen is mogelijk met occasions en met nieuwe auto's. Het voordeel met deze verschillende leasevarianten, is dat er een passend contract voor iedere klant opgesteld kan worden.

Het wagenpark van Rebel Lease bestaat uit occasions en nieuwe auto's. Naast personenauto's biedt Rebel Lease ook bedrijfswagens aan. In bijlage 6 is te zien welke auto's er op dit moment rijden. Rebel Lease biedt in principe bijna alle klassenauto's aan; van Tesla's tot en met de basic Citroën C1. De combinatie van de verschillende leasevarianten en het enorme aanbod personenauto's/bedrijfswagens zorgt ervoor dat Rebel Lease een assortiment heeft om concurrerend te opereren.

5.3 Concurrentie Rebel Lease

Een overzicht krijgen van de concurrentie is belangrijk omdat Rebel Lease in een erg concurrerende markt opereert.

5.3.1 Concurrentieanalyse

Rebel Lease opereert in een concurrerende markt waardoor het van belang is dat er een duidelijk beeld geschetst wordt van de concurrentie. Ondanks de vele leasebedrijven is niet elk leasebedrijf een concurrent van Rebel Lease. Om te bepalen wie de concurrenten van Rebel Lease zijn, is er gekeken naar activiteiten, plaats, prijs, omvang van het bedrijf en lost orders. Er wordt naar de genoemde aspecten gekeken omdat Rebel Lease liever niet concurreert met de grootste spelers op de markt, aangezien het lastig is om die strijd te winnen. Ondanks het feit dat Rebel Lease niet met de grootste partijen wil concurreren, kiezen toch veel potentiële klanten voor de grootste leasebedrijven. Dat is de reden dat de grootste leasebedrijven toch als concurrent gezien moeten worden. Top 3 leasemaatschappijen van het moment zijn: Leaseplan, Volkswagen Pon FS en Athlon Car lease (Dickmann, 2018). Deze 3 maatschappijen zijn gekozen omdat zij een groot deel van de leasebranche in handen hebben.

Het is lastig om een keuze te maken met wie Rebel Lease de concurrentiestrijd wel wil aangaan, de reden hiervoor: er zijn gigantisch veel kleinere leasebedrijven die ongeveer hetzelfde bieden als Rebel Lease. Aan

de hand van lost orders en field research is er een concurrentieveld geschetst. De volgende 3 leasemaatschappijen wil Rebel Lease de concurrentiestrijd mee aangaan: Autoleaseteam, That's Lease en Multilease. In de tabel 4 hieronder wordt aangegeven waarom het concurrenten van Rebel Lease zijn.

Autoleaseteam	- o Gevestigd op hetzelfde industrieterrein als Rebel Lease - o Flexibel, voor starters en probeert echt betrokken te zijn bij haar klanten
That's Lease	- o Enorm flexibel en transparant - o Service is enorm belangrijk en zij zoeken naar de beste oplossing
Multilease	- o Garantie op persoonlijk advies en service - o Duidelijke offertes zonder verassingen

Tabel 4 Overzicht concurrenten Rebel Lease

In tabel 4 is duidelijk te zien dat de gekozen concurrenten veel focus leggen op de service net zoals Rebel Lease. Daarnaast zijn de drie concurrenten gevestigd in Leiden en omstreken, hierdoor is er ook concurrentie op het gebied van de regionale klanten.

5.3.2 Waardeproposities concurrentie

In paragraaf 5.3.1 is te zien dat er een onderscheid is gemaakt tussen de grootste 3 leasemaatschappijen en de leasemaatschappijen waar Rebel Lease de concurrentiestrijd mee aangaat. De grootste 3 leasemaatschappijen worden meegenomen omdat er veel te leren valt van dit soort bedrijven. Aan de hand van informatie op de websites zijn de volgende waardeproposities geformuleerd.

Leaseplan	Slogan: Any car, anytime, anywhere Hiermee geeft Leaseplan in het kort aan dat zij er voor iedereen zijn met de gewenste auto. <i>'Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next.'</i> (Leaseplan, 2019)
Volkswagen Pon FS	Slogan: Rijden en blijven rijden Volkswagen Pon Es geeft aan dat zij een totaalpakket aanbieden. Van de auto rijden tot het blijven rijden bij mogelijk onderhoud. <i>'Voor iedereen hebben wij het ideale mobiliteitsplaatje. Dat maakt ons anders dan anderen.'</i> (Volkswagen Pon Financial Services, 2019)
Athlon Car Lease	Slogan: Getting you there Athlon belooft dat zij jou onder elke omstandigheden krijgen op locatie waar jij wilt komen. <i>'We willen mobiel zijn en blijven. Dankzij innovaties, lef en creativiteit verandert de manier waarop we ons verplaatsen. Hierdoor kunnen we de CO2-uitstoot verminderen, files aanpakken en kosten besparen. Bij Athlon willen we vooroplopen in die ontwikkeling.'</i> (Athlon, 2019)
AutoLeaseTeam	Slogan: Zakelijk of privé leasen zoals jij dat wilt <i>'Natuurlijk zijn we niet de enige aanbieder van leaseauto's, maar we zijn wel een van de weinige aanbieders die er een punt van maakt om echt betrokken te zijn bij haar klanten.'</i> (Autoleaseteam, 2019)
That's Lease	<i>'We zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van!'</i> (That's Lease, 2019)
Multilease	<i>'Multilease is een onafhankelijke universele leasemaatschappij, gespecialiseerd in het leasen van voertuigen in alle mogelijke contract varianten. Korte communicatielijnen en een flexibele instelling kenmerken onze onderneming.'</i> (Multilease, 2019)

Tabel 5 Waardeproposities concurrentie Rebel Lease

In tabel 5 is mooi te zien dat de waardepropositie vertelt hoe problemen van de klant worden opgelost, wat de voordelen zijn van het product en waarom de klant juist dit product en niet dat van de concurrent moet kopen.

5.3.3 Concurrentieaanbod

In een concurrerende markt is het van belang om je te onderscheiden. Differentiëren kan op verschillende manieren, denk aan product, prijs, marketing en service. Binnen de leasebranche is het lastig om je te onderscheiden op product. Het product is een auto en dat wordt ingekocht door de leasebedrijven, het ingekochte materiaal is ook beschikbaar voor de concurrenten. De grotere leasebedrijven zoals Leaseplan hebben een groter wagenpark waardoor zij exact de auto kunnen aanbieden die de klant voor ogen heeft. De kleinere leasebedrijven zijn kieskeuriger welke auto's zij inkopen omdat zij zich niet zo'n groot wagenpark kunnen permitteren. De kleinere leasebedrijven proberen daarom zo veel mogelijk auto's te kopen waar veel vraag naar is, daarnaast worden er ook veel auto's gekocht die met hoge marges ingezet kunnen worden. Grote leasemaatschappijen kunnen scherpe prijzen aanbieden waardoor het lastig is voor de kleine leasemaatschappijen om daarmee te concurreren. De reden hiervoor is dat een Leaseplan in grote hoeveelheden inkoopt wat het mogelijk maakt dat ze de auto's goedkoper kunnen aanbieden. Een nadeel van de grotere leasemaatschappijen is dat er minder persoonlijk contact is, bij de grote leasemaatschappijen ben je 1 van de 1000, bij kleinere leasemaatschappijen is dat minder het geval. Kleine leasemaatschappijen zoals Rebel Lease proberen zich daarom veel meer te onderscheiden op servicegebied.

Kijkend naar de concurrenten waar Rebel Lease zich meer op focust zoals AutoLeaseTeam, That's Lease en Multilease, is te zien dat zij zich proberen te differentiëren door de beste service te leveren. That's Lease springt hier echt in uit, zij proberen alles uit handen te nemen zodat de klant zich alleen hoeft te focussen op het rijden. Allereerst proberen zij samen met jou de best passende auto te vinden die binnen het budget past. Iets wat Rebel Lease ook doet maar bij That's Lease komt daar nog iets bij. That's Lease probeert zo veel mogelijk face 2 face te doen en probeert bij de klant zo veel mogelijk zorgen uit handen te nemen. Bij een kapotte auto of bij een bandenwissel komt That's Lease de auto ophalen om hem vervolgens weer af te leveren zodat de klant dat zelf niet hoeft te doen. Het hoge serviceniveau zorgt er wel voor dat That's Lease iets duurder dan Rebel Lease is.

AutoLeaseTeam focust zich ook op de service en vindt het belangrijk om betrokken te zijn bij haar klanten. Een verschil met Rebel Lease is dat AutoLeaseTeam ook private lease doet, Rebel Lease doet dat niet. Een groot voordeel van Rebel Lease is dat zij een groot wagenpark hebben waardoor zij al binnen 24 uur de klant in de geschikte auto kunnen krijgen. AutoLeaseTeam heeft een veel kleiner wagenpark waardoor vaak de auto eerst nog besteld moet worden, dit kan enkele weken duren.

Multilease is één van de oudste leasebedrijven van Nederland waardoor zij veel ervaring binnen de markt hebben. Daarnaast is Multilease in vergelijking met Rebel Lease stukken groter waardoor zij iets aantrekkelijkere prijzen kunnen aanbieden. Multilease belooft dat zij er altijd voor de klanten zijn, dat is werkelijk zo om de reden dat zij 24/7 bereikbaar zijn. Toch kun je bij Multilease voor onderhoud alleen maar terecht bij de merkdealers. Rebel Lease biedt dezelfde service inclusief onderhoud bij een Kwik Fit in de buurt. Het maakt Rebel Lease op dat vlak een stuk flexibeler. Verder zorgt de omvang van Multilease er ook voor dat er minder tijd voor individuele klanten is. Alhoewel het wel de doelstelling is, wordt er in de realiteit niet altijd rekening mee gehouden.

5.4 Relevante trends & ontwikkelingen

De relevante trends & ontwikkelingen worden vanuit twee niveaus bekeken, meso en macroniveau. De meest relevante ontwikkelingen zullen in deze paragraaf vermeld worden. De overige ontwikkelingen die van invloed zijn op Rebel Lease zijn terug te vinden in bijlage 11.

5.4.1 Mesoniveau

Meso niveau is de directe omgeving van het bedrijf waar je invloed op kan uitoefenen maar waarover je niet de controle hebt. Binnen de automotive branche/ lease branche zijn er een aantal ontwikkelingen en trends te zien die invloed kunnen hebben op Rebel Lease. Er is een onderscheid gemaakt tussen positieve ontwikkelingen/kansen en bedreigende ontwikkelingen.

Positieve ontwikkelingen/kansen

- **Markt voor elektrische voertuigen is enorm stijgende**

Om de grote maatschappelijke problemen op te lossen moest er iets veranderen. Het opraken van fossiele brandstoffen, het tegengaan van de slechte luchtkwaliteit en de klimaatverandering is de doorbraak geweest voor de elektrische voertuigen. Het is een ontwikkeling die zichtbaar maar ook onzichtbaar verschil in Nederland aan het maken is. Zoals in tabel 6 te zien is waren er eind 2016 ruim 110.000 elektrische auto's, in 2019 is dat aantal al gestegen tot ruim 170.000 elektrische

auto's. Een enorme groei die verder zal uitgroeien zodra er een betere en dekkende laadinfrastructuur volgt. Doordat elektrische auto's nog niet dezelfde afstanden kunnen afleggen als benzineauto's zijn veel consumenten bang om over te stappen. Toch zijn de verwachtingen dat in 2030 maar liefst 25% van de bevolking al elektrisch rijdt (Rijpert K., 2019). Het aantal benzineauto's zal niet mee stijgen maar zal verminderen (Rijpert K., 2019). Een ontwikkeling die voor Rebel Lease erg van belang is, deze ontwikkeling gaat namelijk iets doen met de vraag en Rebel Lease moet zijn aanbod hierop aanpassen.

Number of electric vehicles registered in The Netherlands (fleet)²

Type of vehicle /	Number as of	31-12-2016	31-12-2017	31-12-2018	31-08-2019	31-09-2019
Passenger Car – BEV		13,105	21,115	44,984	67,226	74,961
Passenger Car – FCEV		30	41	50	147	162
Passenger Car – PHEV		98,903	98,217	97,702	96,219	96,194
Subtotal		112,038	119,373	142,736	163,592	171,317

Tabel 6 Geregistreerde elektrische auto's in Nederland (RVO, 2019)

Bedreigingen

o *Gedeeld autogebruik groet explosief*

Een andere zichtbare trend in de markt is autogebruik, in plaats van autobezit. Autodelen is enorm in populariteit gegroeid. Tien jaar geleden waren er nog ongeveer 1600 deelauto's in Nederland, begin 2018 is dat aantal in Nederland gegroeid tot 41.000 deelauto's (Consultancy.nl, 2019). Er zijn verschillende partijen in Nederland die een bedreiging voor Rebel Lease kunnen worden. Car2Go en Greenweels zijn voorbeelden van bedrijven die de automarkt lichtelijk op zijn kop aan het zetten zijn. Bedrijven in de autodeelmarkt bieden auto's aan die bedoeld zijn om gedeeld te worden. Hierdoor kunnen de kosten laag gehouden worden en betaal je alleen wanneer je een auto nodig hebt. Een gevolg van de opkomst van deelauto's is dat er minder auto's geleased of gekocht worden, hierdoor vormt het een bedreiging voor Rebel Lease (Consultancy.nl, 2019).

o *Teruggang in verkoop en lease van diesels*

Een zichtbare ontwikkeling in de automarkt is de teruggang in verkoop en lease van dieselauto's. In 2018 was nog 15% van de nieuw gekochte auto's een diesel, nu in 2019 is dat percentage gedaald tot 10% (Carros, 2019). De teruggang heeft te maken met het slechte imago van een dieselauto. Dieselauto's stoten veel NOx uit en dit is erg schadelijk voor het milieu. Door de hoge NOx uitstoot is de bijtelling van dieselauto's enorm hoog. Een dieselauto heeft een bijtelling van 22%, een elektrische auto heeft daarentegen maar een bijtelling van 4%. De hoge kosten en de NOx uitstoot zorgen mede voor een teruggang in verkoop en lease van diesels.

5.4.2 Macroniveau

De macro omgeving omvat factoren waar een organisatie geen invloed op kan uitvoeren. Toch zijn het factoren die een grote invloed kunnen hebben op het succes van een organisatie. De trends en ontwikkelingen op macroniveau worden uitgewerkt aan de hand van een DESTEP-analyse.

Ecologische ontwikkelingen

Het klimaat in Nederland is aan het veranderen. Prognoses geven aan dat de gemiddelde temperatuur de komende jaren zal blijven stijgen (BZK, 2019). Deze verandering heeft gevolgen voor het milieu in Nederland. Het is een probleem waar tegenwoordig veel aandacht naar uitgaat. Zo proberen mensen minder plastic te gebruiken of minder in de auto te zitten om zo de CO2-uitstoot te verminderen (Brüggenwirth, 2018). Daarnaast proberen bedrijven ook steeds meer rekening te houden met de klimaatverandering door duurzaam te ondernemen. Hetzelfde gebeurt met consumenten, die vinden duurzame bedrijven steeds belangrijker en aantrekkelijker (Brüggenwirth, 2018).

Politiek juridische ontwikkelingen

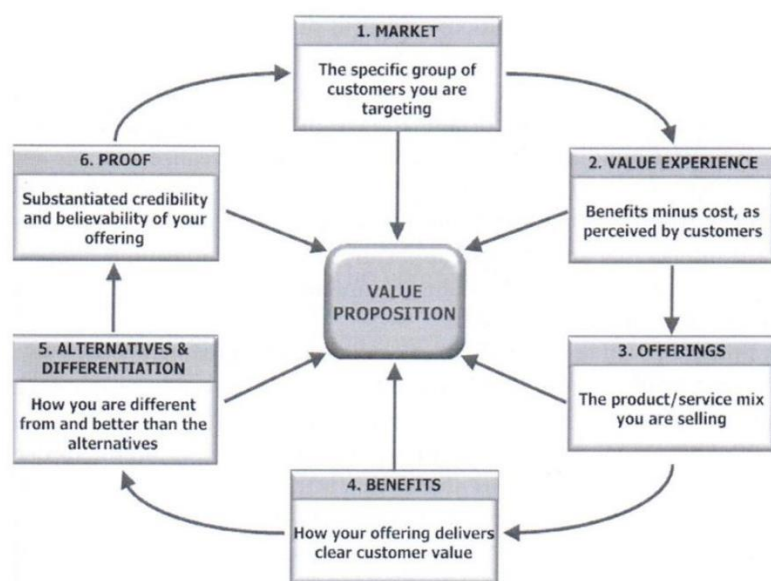
Zoals bij de ecologische ontwikkelingen is beschreven, is het klimaat enorm aan het veranderen. Die veranderingen zijn de politiek niet ontgaan en dat is de reden dat de politiek diverse regels opstelt om de CO2-uitstoot te reduceren. Een belangrijke regel die veel invloed heeft op de autobranche; is de wegenbelasting. Hoe meer CO2 een auto uitstoot, hoe meer belasting er betaald moet worden. Een zuinigere auto is hierdoor vele male voordeliger (Milieu Centraal, 2019). Om elektrisch rijden te stimuleren, biedt de overheid financiële ondersteuning aan elektrische rijders (RVO, 2019). Elektrische rijders kunnen profiteren van belastingvoordelen en subsidies. Ondanks dat Rebel lease weinig invloed heeft op de

belastinghoogtes, is het wel van belang om het in het achterhoofd te houden bij de aankoop van nieuwe auto's.

De rest van de DESTEP-analyse is terug te vinden in bijlage 11.

5.5 Bouwstenen waardepropositie

Om erachter te komen wat de bouwstenen voor een duidelijke waardepropositie zijn, wordt er eerst gekeken wat een waardepropositie inhoudt. In bijlage 1 wordt duidelijk geformuleerd wat een waardepropositie is. Een waardepropositie vertelt hoe problemen van de klant worden opgelost, wat de voordelen zijn van het product en waarom de klant juist dit product en niet dat van de concurrentie zou moeten kopen (Norton & Kaplan, 2000). De totstandkoming van de waardepropositie gebeurt aan de hand van verschillende aspecten, dit worden de bouwstenen van een waardepropositie genoemd. Een goede waardepropositie zorgt voor aandacht, kansen en samenwerkingen (Barnes, Blake, & Pinder, 2009). Om een waardepropositie te formuleren die deze voordelen biedt, zijn er volgens Barnes, Blake en Pinder zes bouwstenen die invloed hebben op de formulering van een sterke waardepropositie.



Figuur 9 Value Proposition Builder (Barnes, Blake, & Pinder, 2009)

De eerste bouwsteen voor het creëren van een waardepropositie is de markt. Om een aansluitende waardepropositie te formuleren, is het van belang om de juiste klanten te identificeren. Diepgaande marktkennis zorgt ervoor dat de klanten beter begrepen worden, deze inzichten leiden tot kansen. Klanten zijn eerder bereid een product/dienst te kopen zodra een bedrijf inspeelt op de waarde van zijn klanten (Barnes, Blake, & Pinder, 2009).

Waarde ervaring is de tweede bouwsteen voor het creëren van een waardepropositie. Bij de formulering van een duidelijke waardepropositie is de ervaring van de klant uiterst belangrijk. De klant bepaalt of een product/dienst voldoet aan de criteria die voor de klanten van belang zijn. Biedt het product of de dienst meer waarde dan dat het kost? Het begrijpen van klantervaringen gebeurt aan de hand van enquêtes en interviews. De vergaarde informatie helpt bij de ontwikkeling van de waardepropositie (Barnes, Blake, & Pinder, 2009).

De derde bouwsteen legt de focus op het aanbod. Bedrijven dienen een goed beeld te hebben van wat voor product of dienst zij op de markt zetten. Het aanbod wordt vaak aan de hand van de marketingmix geïdentificeerd. Productkennis maakt het formuleren van de waardepropositie makkelijker (Barnes, Blake, & Pinder, 2009).

De vierde bouwsteen legt zijn focus op de voordelen die het product of de dienst bezorgt. Een klant wil de best mogelijke ervaring, hierom kiest de klant voor het bedrijf dat het beste aansluit bij zijn of haar waarde. Het communiceren van de juiste voordelen zorgt voor een concurrentievoordeel. De voordelen meenemen

in de waardepropositie, maakt dat de klant eerder voor jouw bedrijf kiest dan dat van de concurrent (Barnes, Blake, & Pinder, 2009).

Bouwsteen vijf richt zich op de concurrentie. In een concurrerende markt is het mogelijk dat er meerdere bedrijven zijn die gelijke voordelen beloven (points of parity). Rekening houden met de concurrentie helpt bij het differentiëren. Inzicht in de concurrentie helpt bij het vinden van kansen (points of difference). De kansen moeten optimaal benut worden voor het ultieme resultaat. Een 'point of difference' is in een concurrerende markt een sterke USP. Om deze reden mag bij de formulering van de waardepropositie de concurrentie niet vergeten worden (Barnes, Blake, & Pinder, 2009).

De laatste bouwsteen is geloofwaardigheid. Bij het formuleren van een duidelijke waardepropositie is het van belang om reëel te blijven. Beloftes maken die niet of maar half nagekomen kunnen worden, maakt een waardepropositie zwak. Het maken van beloftes schept verwachtingen. De verwachtingen hebben invloed op de ervaring van de consument over het product of de dienst. Wees in de formulering duidelijk en betrouwbaar voor het ultieme resultaat (Barnes, Blake, & Pinder, 2009).

Aan de hand van de bouwstenen wordt het makkelijker om een duidelijke waardepropositie te formuleren. Een succesformule is het niet, eigen input blijft enorm belangrijk. Maar de bouwstenen zorgen voor een structuur waarmee de duidelijke waardepropositie behaald kan worden.

6. Resultaten Fieldresearch

In dit hoofdstuk worden de fieldresearch resultaten besproken. De resultaten fungeren als het startpunt voor de aanbevelingen die gemaakt worden. De resultaten geven antwoord op de fieldresearch deelvraag die helpt bij het beantwoorden van de hoofdvraag.

De volgende deelvraag wordt aan de hand van fieldresearch beantwoord:

- Op welke wijze moet Rebel Lease haar product/dienst inrichten om te voldoen aan de wensen en behoeften van de klant?

6.1 Bevindingen fieldresearch

De fieldresearch is uitgevoerd aan de hand van 13 diepte-interviews. In bijlage 9 zijn de resultaten van de diepte-interviews te zien. Klanten verkiezen auto leasen boven een auto kopen om verschillende redenen. Een auto kopen is vaak te duur en daarnaast zorgt auto leasen voor gemak en zekerheid. Op de vraag: aan welke aspecten dient een goed leasebedrijf te voldoen?, is er een duidelijke lijn te zien.

De meest voorkomende aspecten zijn:

Betaalbare prijs 12x
 Persoonlijk contact/communicatie/service 11x
 Flexibiliteit 3x

De respondenten geven aan dat de prijs uitermate belangrijk is. Daarop volgt de service en de flexibiliteit van het leasebedrijf. Het verkeerd inzetten van deze aspecten zorgt ervoor dat klanten ontevreden worden en zelfs dreigen te vertrekken.

De meest voorkomende aspecten om te vertrekken zijn:

Slechte service 9x
 Prijsstijging 6x
 Inflexibel 3x

De bovenstaande aspecten zijn door hun relevantie belangrijk om rekening mee te houden. Het grootste nadeel aan leasen is volgens respondenten, de kosten en de contractverplichtingen. Het zijn nadelen waar een leasebedrijf in tegemoet moet zien te komen.

'Ja heel simpel gezegd, kijk leasen betaal je gewoon meer geld. Dus financieel gezien is dat een nadeel. Kijk het was voor mij als jonge ondernemer, met een jong bedrijf, best eng om een leasecontract voor 4 of 5 jaar te ondertekenen. Want dan zit je daar weer lang aan vast.'

Een zwakte volgens ex/huidige klanten waar Rebel Lease dan ook veel klanten op verliest, zijn de kosten.

Zwaktes Rebel Lease

Prijs 4x
 Overig 3x
 Niks 4x

Opvallend is dat er naast de prijs geen herhaaldelijk specifieke aspecten zijn die respondenten als vervelend ervaren. De respondenten waaronder ook de vertrokken klanten zijn uiterst te spreken over de ervaring met Rebel Lease. Geen respondent heeft uitgesproken ontevreden te zijn over de samenwerking met Rebel Lease.

Krachten Rebel Lease

Flexibiliteit/leasevormen 7x
 Meedenkend/klantgericht/persoonlijk 6x
 Korte lijntjes 2x
 Occasions 2x

De krachten van Rebel Lease zorgen ervoor dat de klanten uiterst tevreden zijn en dat ook de hele leaseperiode blijven.

'Ze kunnen toch altijd wel datgene voor jou doen wat jij wilt. Ze kunnen jou zeker helpen met de dingen die je verwacht, ze zorgen dat jouw verwachtingen kloppen. Dus dat je zeg maar een acht verwacht maar ze leveren altijd een 9 of 10. Het zijn 2 dingen, ze verkopen geen onzin, maar ze maken het ook meer dan waar.'

Het hoge serviceniveau zorgt ervoor dat klanten bereid zijn iets meer te betalen dan bij de concurrenten. Hoewel dit maar tot op zekere hoogte is, de prijs en het serviceniveau moeten wel in verhouding blijven.

Kijkend naar de formulering van de waardepropositie valt er nog wat te winnen voor Rebel Lease. Klanten van Rebel Lease verkiezen de waardepropositie van That's Lease boven die van Rebel Lease. De waardepropositie van That's Lease spreekt aan omdat het duidelijk, helder, transparant en simpel is. De waardepropositie van Rebel Lease is daarentegen te wollig, onduidelijk en te makkelijk zelf te interpreteren.

'Ja op avontuur, doe even normaal. Een auto is een auto en er hangt contract aan, een tankpas en rijden. Ik ken het bedrijf en ze bieden het wel inderdaad. Maar dat komt omdat ik uit ervaring spreek. Maar anders zou ik het net zoals ik net al zei veel 'Bla Bla' vinden.'

Er zijn ook respondenten die de waardepropositie van Rebel Lease wel de beste vinden. De waardepropositie spreekt volgens hen goed tot de verbeelding en de 'kleine partij' spreekt aan. Ondanks de positieve woorden kan het volgens een positieve respondent nog beter.

'Het is misschien overdreven maar ze doen zichzelf echt tekort.'

Volgens de respondenten zijn de volgende aspecten interessant om te vermelden in een waardepropositie voor Rebel Lease.

Aspecten die Rebel Lease moet verwerken in hun waardepropositie

Meedenkend/persoonlijk/zoeken naar oplossingen 9x

Transparant/concreet/duidelijk 3x

Flexibel 2x

Het is interessant omdat Rebel Lease het kan leveren, maar ook omdat de respondenten het als dusdanig belangrijk ervaren dat het voor samenwerkingen zorgt.

'Ik zei al eerder van wij hebben er lang over gedaan om zo'n leasecontract aan te gaan. Omdat wij zoiets hebben dan zit je voor 5 jaar vast, en wat nou dat we geen werk meer hebben dan zit je daar nog aan vast. Dus toen ja toen hadden ze zoiets van na normaal gesproken is het contract voor 5 jaar, en dan staan er ook boeteclausules op zodra je je contract opzegt. En ik zei toen al van na dat willen wij niet. Toen zeiden ze van wij gaan gewoon een realistisch bedrag doorbereken zodra je weg gaat. Wij gaan je niet extra straffen zodra je eerder weg wilt, dan doen wij dat gewoon in alle eerlijkheid. Toen hadden wij zoiets van het gaat ons niks schelen maar het feit dat het kon vond ik wel oke, zeg maar. Want het was zo een beetje ons struikelblok geweest om het niet te gaan doen en daar kwam zij in tegemoet.'

6.2 Klantbehoeften huidige klanten

Om erachter te komen welke klantbehoeften de huidige klanten van Rebel Lease omtrent autolease hebben, zijn er bij 11 respondenten interviews afgenomen. De resultaten zijn te zien in bijlage 9. Er is gekeken welke aspecten de respondenten belangrijk vinden en welke aspecten als onprettig worden ervaren. De huidige klanten van Rebel Lease geven aan dat zij de volgende klantbehoeften hebben:

Klantbehoeften huidige klanten

Persoonlijk contact/ duidelijke communicatie/ goede service 10x

Betaalbare prijs 10x

Flexibiliteit 2x

De huidige klanten van Rebel Lease hechten veel waarde aan goede service. Persoonlijk contact en duidelijke communicatie zijn hierin van groots belang. De huidige klanten van Rebel Lease willen persoonlijk behandeld worden en het gevoel krijgen dat zij er echt toe doen. Ondanks dat een goede service

belangrijk is, moet het ook betaalbaar zijn. Te hoge prijzen kunnen voor overstap of vertrek zorgen onder huidige klanten.

Redenen om te vertrekken bij Rebel Lease

Prijsstijging 6x

Serviceniveau verslechterd 5x

Huidige klanten van Rebel Lease verlangen naar een leasebedrijf waarbij er met de klant wordt meegedacht en dat tegen een redelijk concurrerende prijs. De primaire behoefte van 'verplaatsen' wordt op deze manier prettig ingevuld.

6.3 Klantbehoeften ex klanten

De fieldresearch onder ex-klanten is uitgevoerd aan de hand van 2 diepte-interviews. In bijlage 9 zijn de resultaten van de diepte-interviews te zien. Door omstandigheden was het niet mogelijk om meer ex-klanten te interviewen. Het komt de betrouwbaarheid van deze resultaten niet ten goede, desondanks worden de resultaten wel verwerkt.

De ex-klanten van Rebel Lease geven aan ondanks het vertrek enorm tevreden te zijn over Rebel Lease. Ondanks de hoge tevredenheid was er in de leaseperiode één struikelblok, de prijs. Beide respondenten geven zelfs aan dat het een zwakte was.

'Rebel Lease heeft het gewoon keurig gedaan. Ik heb wat dat betreft helemaal niks aan te merken hoe zij hun leaseproduct uitvoeren. Ze doen het keurig, service was prima. Er zat niks gek niks raars in, alleen voor mij waren ze voor nieuwe offertes niet concurrerend genoeg met de overige bedrijven.'

Het feit dat de ex-klanten de prijs enorm belangrijk vinden, heeft ook voor vertrekken gezorgd. Grotere leasemaatschappijen kunnen concurrerendere prijzen aanbieden dan Rebel Lease.

'Je moet je voorstellen stel dat er 3 10'tjes per maand verschil in zit, doe dat maar keer 48 auto's.'

De ex-klanten zijn door de flexibiliteit die Rebel Lease kon bieden met het bedrijf gaan samenwerken. Naar mate die flexibiliteit minder noodzakelijk werd, hebben de ex-klanten de keuze gemaakt om over te stappen naar een goedkopere partij. Het serviceniveau is voor deze groep minder belangrijk dan de maandelijkse kosten.

7. Conclusies

In hoofdstuk 7 worden conclusies uitgelicht over de resultaten die in de voorgaande hoofdstukken zijn beschreven. De conclusies zullen net als de opbouw van deze hoofdstukken per deelvraag/subject behandeld worden. Tot slot worden conclusies uit de hypothesen getrokken.

7.1 Deelvragen

7.1.1 Huidige strategie

Hoe is de huidige waardepropositie van Rebel Lease geformuleerd?

De huidige waardepropositie van Rebel Lease is als volgt geformuleerd: *Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaat Rebel Lease graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld.*

Daarnaast geeft Rebel Lease vier onderscheidende voordelen aan, die voordelen zijn als volgt:

- Voor iedere looptijd
- Ondernemers onder elkaar
- Persoonlijke aanpak
- Oplossingsgericht

Welke marketingstrategie hanteert Rebel Lease?

In de concurrerende leasemarkt probeert Rebel Lease zich te onderscheiden door zich voornamelijk te richten op (startende) ZZP'ers, de klein zakelijke markt, midden en klein bedrijven. Deze doelgroep kan door laag startkapitaal meestal niet bij alle leasemaatschappijen terecht. Rebel Lease speelt hierop in door flexibele contracten aan te bieden om deze ondernemers tegemoet te komen. Aan de hand van excellente service en klantaandacht focust Rebel Lease zich op het tot stand brengen van langdurige relaties. Het doel van Rebel Lease is om de beste mobiliteitsoplossing te bieden die kan meebewegen met de ontwikkelingen van de klant. De combinatie van het beschikbare wagenpark, verschillende leasevarianten en het juiste personeel zorgt ervoor dat er altijd een oplossing voor de doelgroep aanwezig is.

De marketingstrategie wordt gevoed door de missie en visie die Rebel Lease geformuleerd heeft.

Missie

'De beste mobiliteitsoplossingen bieden die kunnen meebewegen met de ontwikkelingen van de klanten. Persoonlijk contact, flexibele contracten en transparante tarieven zijn hierbij erg belangrijk.'

Visie

'Rebel Lease wil maatwerk mobiliteitsoplossingen bieden aan ondernemende mensen die zichzelf telkens opnieuw vinden. Mensen die, net als wij, een gezonde toekomst voor ogen hebben en daar hard voor werken.'

7.1.2 Financiële prestaties

Hoe presteren de verschillende leasevarianten van Rebel Lease?

Een antwoord op hoe de verschillende leasevarianten presteren, is er niet. Het is niet mogelijk om een overzicht te geven per leasevariant omdat Rebel Lease zijn gegevens niet op die manier bijhoudt. De leasevarianten zijn samengevoegd in één bestand, met als toevoeging dat de inkomsten per contract niet inzichtelijk zijn voor de onderzoeker.

Aan de hand van de beschikbare omzetinformatie kan gezegd worden dat het goed gaat met het bedrijf. Sinds de start in 2015 heeft Rebel Lease jaarlijks zijn omzet zien te verhogen. Het laatste jaar is er wel een daling qua groei zichtbaar die mede komt door de stijgende retour van voertuigen. Ondanks de dalende groei stijgt de prijs per ingezette auto, dat wil zeggen dat er steeds duurdere klassen worden ingezet. Overigens zeggen de omzetcijfers niks over de nettowinst. Om tot de nettowinst te komen moeten er nog kosten af die niet beschikbaar zijn voor de onderzoeker.

In welke mate is het assortiment van Rebel Lease voldoende om concurrerend te opereren?

Het assortiment dat Rebel Lease aanbiedt, bestaat uit het beschikbare wagenpark en de leasevarianten. De leasevarianten worden meegenomen omdat het voor onderscheidend vermogen zorgt. Rebel Lease beschikt over een concurrerend wagenpark omdat het bijna alle klassen voertuigen levert. Het wagenpark bestaat uit personenauto's en bedrijfswagens in alle soorten klassen.

De leasevarianten die Rebel Lease aanbiedt zijn:

- ❖ Operational lease
 - Vast maandbedrag
 - Zorgen worden uit handen genomen
- ❖ Occasion lease
 - Jong gebruikte voertuigen
 - Aantrekkelijke prijs
- ❖ Flex lease
 - Flexibel contract
 - Contractverlening zorgt voor een prijsverlaging

De combinatie van de verschillende leasevarianten en het enorme aanbod personenauto's/bedrijfswagens maakt dat Rebel Lease een assortiment heeft om concurrerend te opereren.

7.1.3 Concurrentie

Wie zijn de belangrijkste concurrenten van Rebel Lease op het gebied van auto lease?

Aan de hand van de volgende sub-deelvragen kon deze deelvraag beantwoord worden. De belangrijkste concurrenten zijn Autoleaseteam, That's Lease en Multilease. Dit zijn de belangrijkste concurrenten omdat het vergelijkbare bedrijven zijn met hetzelfde verzorgingsgebied. De drie grootste leasemaatschappijen worden ook als belangrijke concurrenten gezien. Door de aantrekkelijke prijzen die de grote partijen kunnen bieden, verkiezen veel potentiële klanten de grote leasemaatschappijen boven de kleinere partijen, net als Rebel Lease.

Wat maakt het een concurrent voor Rebel Lease?

Ondanks de vele leasebedrijven is niet elk leasebedrijf een concurrent voor Rebel Lease. Rebel Lease wil liever niet concurreren met de grootste spelers op de markt aangezien het lastig is om die strijd te winnen. Desondanks kiezen veel potentiële klanten/ex klanten van Rebel Lease voor de grootste leasebedrijven, dit maakt dat de grootste leasebedrijven toch als concurrentie gezien moeten worden.

De drie grootste leasemaatschappijen van Nederland zijn:

1. Leaseplan
2. Volkswagen Pon FS
3. Athlon Car lease

De concurrenten waar Rebel Lease mee wil concurreren, zijn aan de hand van verschillende aspecten geselecteerd. De aspecten zijn als volgt: activiteiten, plaats, prijs, omvang en er is gekeken naar lost orders. Bedrijven met dezelfde aspecten als Rebel Lease proberen een gelijke doelgroep aan te spreken, hierom worden ze gezien als concurrenten.

De volgende drie leasemaatschappijen bezitten sterke vergelijkbare aspecten:

1. Autoleaseteam
2. That's Lease
3. Multilease

Welke waardepropositie hanteert de concurrentie van Rebel Lease?

Zie tabel 5.

In wat verschilt het aanbod van de concurrentie met Rebel Lease?

De grootste drie leasemaatschappijen kunnen door omvang betere prijzen aanbieden dan Rebel Lease. De grootste leasemaatschappijen kopen met meer tegelijkertijd in waardoor zij in aanmerking komen voor staffelkortingen. De grote omvang van deze leasemaatschappijen zorgt er echter wel voor dat er minder gefocust kan worden op individuele klanten. Rebel Lease bestaat uit veel minder klanten, dit maakt het mogelijk om betere service te verlenen.

Autoleaseteam, That's Lease en Multilease focussen zich net als Rebel Lease op service. That's Lease neemt in principe alle zorgen uit handen, Rebel Lease is het meest te vergelijken met dit bedrijf. Rebel Lease biedt alleen een iets minder uitgebreide service, hierdoor is Rebel Lease wel in veel gevallen goedkoper. Autoleaseteam bevindt zich op hetzelfde bedrijventerrein als Rebel Lease. Naast de goede service biedt Autoleaseteam ook private lease aan, Rebel Lease doet dat niet. Een voordeel ten opzichte van Autoleaseteam is dat Rebel Lease een groter wagenpark heeft. Rebel Lease werkt nauw samen met HuurMij

en SuperShortLease, waardoor ze vaak al binnen 24 uur de auto op maat kunnen leveren. Als laatste, Multilease is groter qua omvang waardoor zij in de meeste gevallen betere prijzen kunnen aanbieden. De omvang zorgt daarentegen voor mindere service. Rebel Lease is kleiner en hierdoor beter betrokken bij de klanten.

7.1.4 Relevante trends & ontwikkelingen

Welke ontwikkelingen zijn er in de auto leasebranche die relevant zijn voor Rebel Lease?

De relevantste ontwikkeling die invloed hebben op Rebel Lease hebben ieder te maken met de klimaatveranderingen. Het klimaat verandert en de auto-industrie heeft een groot aandeel aan de hoge CO2-uitstoot. Om de uitstoot zo veel mogelijk te reduceren, worden er veel maatregelen genomen. De overheid heft hoge belastingen op auto's die te veel CO2-uitstoot genereren. De aantrekkelijkheid van dieselauto's nemen hierdoor af, de elektrische auto's worden daarentegen aantrekkelijker door de lagere belastingen. Door de ontwikkelingen verandert de vraag, Rebel Lease moet zijn aanbod hierop aanpassen voor het beste resultaat.

7.1.5 Klantbehoeften

Op welke wijze moet Rebel Lease haar product/dienst inrichten om te voldoen aan de wensen en behoeften van de klant?

Aan de hand van de volgende sub-deelvragen kon deze deelvraag beantwoord worden. De huidige klanten van Rebel Lease zijn zeer tevreden over hoe Rebel Lease zijn dienst momenteel inricht. De ex-klanten waren ook tevreden over de inrichting, alleen het prijsniveau verschilt te veel met hun behoeftes. Door omvang kan Rebel Lease nog niet met de prijzen van de grotere leasemaatschappijen concurreren. De doelgroep die Rebel Lease wil bedienen, hecht meer waarde aan het serviceniveau dan het prijsniveau, alhoewel dit tot op zekere hoogte is. Om te voldoen aan de wensen en behoefte van de klant moet Rebel Lease doorgaan met waar hij mee bezig is. Persoonlijk contact, duidelijke communicatie en flexibiliteit zijn aspecten die Rebel Lease kan bieden, die tevens enorm worden gewaardeerd door de klanten.

Welke klantbehoeften inzake autolease hebben de huidige klanten van Rebel Lease?

Huidige klanten van Rebel Lease verlangen naar een leasebedrijf waarbij er met de klant wordt meegedacht en dat tegen een redelijk concurrerende prijs. Persoonlijk contact, duidelijke communicatie en flexibiliteit zijn aspecten waar veel waarde aan wordt gehecht.

Welke klantbehoeften inzake autolease hebben de ex klanten van Rebel Lease?

Ex-klanten van Rebel Lease verlangen naar een leasebedrijf dat concurrerend geprijsd is. Het serviceniveau is voor deze groep minder belangrijk dan de maandelijkse kosten.

7.1.5.1 Overige bevindingen

Kijkend naar de formulering van de waardepropositie valt er nog wat te winnen voor Rebel Lease. Klanten van Rebel Lease verkiezen de waardepropositie van That's Lease boven die van Rebel Lease. De waardepropositie van That's Lease spreekt aan omdat het duidelijk, helder, transparant en simpel is. De waardepropositie van Rebel Lease is daarentegen te wollig, onduidelijk en te makkelijk zelf te interpreteren. Volgens de respondenten zijn de volgende aspecten interessant om te vermelden in een waardepropositie voor Rebel Lease.

Aspecten die Rebel Lease moet verwerken in hun waardepropositie

Meedenkend/persoonlijk/zoeken naar oplossingen 9x
 Transparant/concreet/duidelijk 3x
 Flexibel 2x

De krachten van Rebel Lease zorgen ervoor dat de klanten uiterst tevreden zijn en dat ook de hele leaseperiode blijven.

Krachten Rebel Lease

Flexibiliteit/leasevormen 7x
 Meedenkend/klantgericht/persoonlijk 6x
 Korte lijntjes 2x
 Occasions 2x

7.1.6 Bouwstenen waardepropositie

Wat zijn bouwstenen voor een duidelijke waardepropositie?

Een duidelijke waardepropositie wordt geformuleerd aan de hand van 6 bouwstenen.

1. Marktkennis
2. Waarde ervaring klanten
3. Productkennis
4. Klantvoordelen
5. Concurrentie inzicht
6. Geloofwaardigheid

Het combineren van de bouwstenen op de juiste manier zorgt voor een duidelijke waardepropositie.

7.2 Conclusie probleemstelling

Nu de deelvragen zijn beantwoord, wordt er antwoord gegeven op de probleemstelling:

Hoe kan Rebel Lease zijn waardepropositie beter laten aansluiten bij de klantbehoeften?

Uit onderzoek is gebleken dat de waardepropositie van Rebel Lease niet volledig aansluit met de klantbehoeften. De waardepropositie is te wollig, te onduidelijk en te makkelijk zelf te interpreteren. Volgens de bouwstenen van een waardepropositie moet een waardepropositie geloofwaardig zijn. Op dit moment is de waardepropositie van Rebel Lease dat nog niet. Klanten hechten waarde aan aspecten als meedenkend, persoonlijk contact, transparant en flexibiliteit. Rebel Lease biedt deze aspecten maar vergeet dat concreet te vermelden in de waardepropositie. Inzicht in de bouwstenen voor een duidelijke waardepropositie heeft Rebel Lease, alleen de juiste combinatie mist. Om een betere aansluiting met de klanten te krijgen, dient de waardepropositie geherformuleerd te worden. Bij de herformulering van de waardepropositie moet Rebel Lease zijn kwaliteiten (flexibiliteit, klantgerichtheid en persoonlijk) duidelijk verwerken. Naast dat het onderscheidende kwaliteiten van Rebel Lease zijn, zijn het ook de kwaliteiten waar de klant naar verlangt. De combinatie van productkennis en marktkennis zorgt voor een waardepropositie die aansluit bij de klantbehoeften. De aansluitende waardepropositie voegt waarde toe die Rebel Lease uniek maakt in de concurrerende leasewereld.

7.3 Conclusie hypothesen

In hoofdstuk twee zijn twee hypothesen opgesteld. Deze hypothesen worden in deze paragraaf beantwoord.

Hypothese 1:

Marktkennis heeft een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie.

Uit onderzoek is gebleken dat marktkennis invloed heeft op de formulering van de waardepropositie. Om deze reden wordt deze hypothesen aangenomen.

Hypothese 2:

Productkennis heeft een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie.

Uit onderzoek is gebleken dat productkennis invloed heeft op de formulering van de waardepropositie. Om deze reden worden deze hypothesen aangenomen.

Beide hypothesen hebben een positieve invloed op de formulering van de waardepropositie. Productkennis is van groot belang omdat het belangrijk is een goed beeld te hebben wat voor product of dienst er op de markt wordt gezet. Respondenten geven verschillende aspecten aan die op het belang van de productkennis duiden. De specificaties zorgen er mede voor dat de klanten voor een desbetreffend bedrijf kiezen. Marktkennis zorgt ervoor dat de doelgroep beter begrepen wordt. Daarnaast geeft het ook inzicht in de concurrentie. Productkennis en marktkennis leveren nuttige informatie die van belang is bij de formulering van een duidelijke waardepropositie.

8. Aanbevelingen

De aanbevelingen van het onderzoek worden in dit hoofdstuk opgesteld. De aanbevelingen zijn ontstaan uit de conclusies die de onderzoeker uit de onderzoeksresultaten getrokken heeft. De aanbevelingen zijn naar volgorde van prioriteit geordend.

Aanbeveling Rebel Lease

Rebel Lease levert een goede dienst, waar de doelgroep ontzettend tevreden over is. Het is zaak om de potentiële klanten kennis te laten maken met deze kwaliteiten. Er liggen kansen op de manier hoe Rebel Lease de potentiële klanten probeert aan te spreken. Door de hevige concurrentie is duidelijke communicatie met de doelgroep van belang. Communiceer waar je voor staat en maak het niet mooier dan dat het is.

8.1 Herformuleren waardepropositie

(Zeer hoge prioriteit)

Uit het kwalitatieve onderzoek is gebleken dat de doelgroep van Rebel Lease veel waarde hecht aan een aantal kwaliteiten die Rebel lease biedt. Het is belangrijk dat een aantal van deze aspecten benadrukt gaat worden in de waardepropositie als Rebel Lease de doelstelling wil behalen. De aspecten moeten duidelijk, helder, transparant en simpel geformuleerd worden. Op deze manier zijn interpretatiefouten niet meer mogelijk. De aansluitende waardepropositie voegt waarde toe die tot een duurzaam concurrentievoordeel leidt. De volgende aspecten dienen verwerkt te worden in de waardepropositie:

- Flexibele contracten
- Persoonlijk contact
- Zoeken naar de beste oplossing
- Transparant/duidelijke communicatie
- Kleine club

Voorbeelden:

Rebel Lease, zoals jij het wilt.

Rebel Lease is een kleine club die altijd de beste oplossing op maat zoekt. Persoonlijk contact, transparantie en flexibiliteit zijn hierin uiterst belangrijk voor ons.

Rebel Lease. Onmogelijk bestaat niet.

Rebel Lease is een kleine club die transparant leasen mogelijk maakt. Wij zijn helder, persoonlijk en enorm flexibel. Bij Rebel Lease kom je nooit voor verrassingen te staan.

Rebel Lease. Een leasemaatschappij als geen andere.

Leasen bij Rebel Lease is anders. Wij zijn een kleine club zich onderscheidt op het gebied van persoonlijk contact, flexibele contracten en transparantie. Samen werken wij aan een toekomst waar beide partijen profijt van hebben.

Rebel Lease maakt het waar

Rebel Lease is de leasemaatschappij die flexibele contracten, korte lijntjes en de op maat gemaakte oplossing garandeert. Helder, transparant en zonder verrassingen, dat is Rebel Lease.

De herformulering van de waardepropositie gaat ervoor zorgen dat er duidelijkheid ontstaat bij de doelgroep. De duidelijkheid zal voor verbetering van het aantal leasecontracten gaan zorgen.

8.2 Aantrekkelijke optie in contracten verwerken

(Hoge prioriteit)

Rebel Lease staat bij de klanten bekend om de goede service en de flexibele contracten. Bij Rebel Lease kan je voor een gunstige periode een auto leasen. De gunstige contracten zorgen er tevens ook voor dat klanten minder lange contracten hoeven af te sluiten. Hierdoor krijgen contractanten eerder de kans om over te stappen. Een langer contract zorgt voor meerdere jaren inkomsten, dat maakt lange contracten enorm aantrekkelijk. Voor klanten zijn langere contracten minder aantrekkelijk, Rebel Lease speelt hier momenteel goed op in door de klant te stimuleren bij het afsluiten van langere contracten. Ieder contract wordt opgesteld met een aantal voordelige opties. De opties stimuleren de klant het contract te verlengen. Een verlenging zorgt bijvoorbeeld voor kredietkorting voor de contractant.

Om nieuwe klanten aan te trekken, wordt er aanbevolen om een soortgelijke constructie te hanteren. Een sterke manier om potentiële klanten kennis te laten maken met Rebel Lease, is doormiddel van mond-tot-mondreclame. Er is geen betere reclame voor je bedrijf dan een aanbeveling van een klant. Klanten zijn volgens onderzoek enorm tevreden over Rebel Lease, maar de huidige klanten moeten wel gestimuleerd worden om goede mond-tot-mondreclame te verspreiden. De volgende optie moet de klant stimuleren goede mond-tot-mondreclame te verspreiden:

- Als uw aanbeveling tot de afsluiting van een nieuw contract leidt, krijgt u x% korting op uw huidige contract.

Ondanks dat Rebel Lease minder winst zal gaan maken op de desbetreffende klant, zorgt het wel voor een nieuw contract dat veel meer waard is. De optie stimuleert klanten te praten over Rebel Lease, het zorgt voor bekendheid en dat resulteert in nieuwe samenwerkingen.

8.3 Focus op occasions & elektrische auto's

(Normale prioriteit)

Uit het kwalitatieve onderzoek is gebleken dat een concurrerende prijs een enorm belangrijk aspect is bij de keuze voor een leasemaatschappij. Rebel Lease kan door omvang niet mee met de prijs van de grootste leasemaatschappijen. Veel potentiële klanten kiezen hierdoor voor de grotere leasemaatschappijen, alhoewel de service daar aanzienlijk minder is. Rebel Lease heeft door de huurvloot van HuurMij veel toegang tot occasions. Rebel Lease moet zich om deze reden extra gaan focussen op de occasions. De afschrijvingen van occasions zijn lager en dat maakt occasions aantrekkelijk. De combinatie van jong gebruikte auto's met de service die Rebel Lease levert, gaat voor de afsluiting van nieuwe leasecontracten zorgen. De focus op een nieuwe markt zorgt voor minder concurrentie waardoor het eenvoudiger wordt de juiste doelgroep aan te spreken. De occasionmarkt is enorm groeiende waardoor de markt erg aantrekkelijk is. Rebel Lease blijft nog steeds nieuwe auto's aanbieden, alleen de focus moet op occasions gelegd worden.

Voordelen voor Rebel Lease:

- Minder concurrentie
- Concurrerendere prijzen aanbieden
- Vertrouwde Rebel Lease service
- Vanuit eigen krachten werken

Voordelen voor de klant:

- Gunstige prijzen
- Zo goed als nieuwe auto
- Lagere afschrijvingen

Een relevante ontwikkeling die invloed heeft op de autobranche is de klimaatverandering. De politiek heeft de bijtellingen voor voertuigen bijgesteld om de hoge CO₂-uitstoot te reduceren. Alle CO₂-uitstotende voertuigen moeten 22% bijtelling betalen, de elektrische auto daarentegen slechts 4%. Het rijden van een elektrische auto is hierdoor veel aantrekkelijker dan een benzine/diesel auto. Naast dat elektrisch rijden aantrekkelijker is, groeit de elektrische auto ook enorm in populariteit. Hierom wordt er naast de focus op occasions ook aanbevolen om meer te focussen op elektrische voertuigen. De bijtelling is lager en dat maakt de voertuigen aantrekkelijker.

Wegens de complexiteit van de aanbeveling dient de aanbeveling nader onderzocht te worden door Rebel Lease.

9. Implementatie

In dit hoofdstuk wordt er beschreven hoe de aanbevelingen in de praktijk uitgevoerd dienen te worden. Per aanbeveling staat beschreven welke acties er ondernomen moeten worden, wie hier verantwoordelijk voor is en wat de kosten hiervoor zijn.

9.1 Implementatie aanbeveling 1

Aanbeveling 1: Herformuleren waardepropositie

Wat:

- ❖ Waardepropositie herformuleren door de volgende aspecten te combineren:
 - Flexibele contracten
 - Persoonlijk contact
 - Zoeken naar de beste oplossing
 - Transparant/duidelijke communicatie
 - Kleine club
- ❖ Waardepropositie communiceren op de website en de social mediakanalen.

Wie: Ivo Dietz zal hier verantwoordelijk voor zijn. Ivo is commercieel manager en moet samen met zijn team een passende herformulering bewerkstelligen. De herformulering kan ook uitbesteed worden, alleen komen er dan wel extra kosten bij kijken. De herformulering dient afgerond te zijn voor: 1 maart 2020.

Marco Dijkxhoorn zal verantwoordelijk zijn voor de communicatie op de website en via de social mediakanalen. Marco Dijkxhoorn is de web- & systeembeheerder. De communicatie dient binnen 1 week na oplevering van de herformulering gecommuniceerd te zijn.

Kosten:

Activiteit	Kosten	Tijdsduur
Herformulering door Rebel Lease	€75* x 5 uur= €375	1 weken (5 uur effectief)
Herformulering door marketingbureau	€500-€1000	1 week (5 uur effectief)
Communicatie via website + sociale media	€75* x 2 uur= €150	2 uur

Tabel 7 Kosten 'herformulering waardepropositie'

*Gemiddeld salaris accountmanager (Indeed, 2020): €3000 per maand
 €3000/40 uur=€75 per uur

Gemiddelde kosten marketingbureau (Conversie Partner, 2020): €100 euro per uur

Overzicht in het kort:

	Herformulering waardepropositie
Wat	Waardepropositie wijzigen & communiceren aan de hand van de klantbehoeften
Wie	Commercieel manager en web- & systeembeheerder
Wanneer	Afgerond voor 1 maart 2020
Kosten	Eigen team: €525 Marketingbureau: €500-€1000
Baten	Een waardepropositie die aansluit bij de klantbehoeften, aansluiting gaat voor verbetering van het aantal leasecontracten zorgen
Risico's en weerstanden	Weinig risico's
Waarborgen	Commercieel manager

Tabel 8 Implementatiematrix 'herformulering waardepropositie'

9.2 Implementatie aanbeveling 2

Aanbeveling 2: Aantrekkelijke optie in contract verwerken

Wat:

- ❖ Optie communiceren met de huidige contractanten (mails, telefonisch contact)
- ❖ Optie verwerken in nieuwe contracten
- ❖ Kortingspercentage bepalen

Wie: Ivo Dietz zal verantwoordelijk zijn voor de informerende mail richting de huidige klanten. De accountmanagers ondersteunen Ivo in dit proces. Verder dient de optie bij afsluiting van een nieuw contract gecommuniceerd te worden door de desbetreffende werknemer. Als laatste moet het Rebel Lease team gezamenlijk een kortingspercentage vaststellen. Vanaf 1 maart 2020 dient Rebel Lease de wijzing te hebben doorgevoerd.

Kosten:

Activiteit	Kosten	Tijdsduur
Communicatie huidige klanten	€75* x 7 uur= €525	1 week (7 uur effectief)
Communicatie potentiële klanten	Geen extra kosten	-
Kortingspercentage vaststellen	€75* x 3 uur= €225	1 week (3 uur effectief)
Optie in contract verwerken	Geen extra kosten	-

Tabel 9 Kosten 'aantrekkelijke optie in contract verwerken'

*Gemiddeld salaris accountmanager (Indeet, 2020): €3000 per maand
 €3000/40 uur=€75 per uur

Overzicht in het kort:

	Aantrekkelijke optie in contract verwerken
Wat	Optie in contract verwerken om interesse te wekken bij potentiële klanten. Optie dient gecommuniceerd te worden met de huidige klanten
Wie	Commercieel manager en accountmanagers
Wanneer	Vanaf 1 maart 2020 moet het doorgevoerd zijn
Kosten	€750+(kortingspercentage huidige contractant)
Baten	Positieve mond-tot-mondreclame (marketing) Nieuwe contractanten
Risico's en weerstanden	Enthousiasme huidige klanten valt tegen, resultaat zal hierdoor tegenvallen
Waarborgen	Commercieel manager

Tabel 10 Implementatiematrix 'aantrekkelijke optie in contract verwerken'

9.3 Implementatie aanbeveling 3

Aanbeveling 3: Focus op occasions & elektrische auto's

Wat:

- ❖ Afzet beter afstemmen op occasions & elektrische auto's
 - Aantrekkelijke occasions uit HuurMij huurvloot selecteren
 - Aantrekkelijke elektrische voertuigen aanschaffen
- ❖ Marketingcommunicatie afstemmen op aanbod
- ❖ Occasionaanbod communiceren met klant
- ❖ Elektrisch wagenpark communiceren met klant

Wie: de aanbeveling is redelijk complex waardoor er meerdere werknemers verantwoordelijk zijn. De selectie van occasions en elektrische voertuigen moet uitgevoerd worden door Edwin Windhorst. Edwin is de directeur en is beheerder van het wagenpark, hij koopt de auto's in voor Rebel Lease. Ivo Dietz is verantwoordelijk voor de afstemming van de marketingcommunicatie. De accountmanagers zijn verantwoordelijk voor de communicatie richting de klanten. De accountmanagers zijn hier verantwoordelijk voor omdat zij de contactpersonen van de klanten zijn. Vanaf 1 mei 2020 kan de aanbeveling stap voor stap worden doorgevoerd.

Kosten:

Activiteit	Kosten	Tijdsduur
Selectie HuurMij occasions (occasions zijn al in bezit)	€75* x 15uur=€1125	1 maand (15 uur effectief)
Aanschaf elektrische voertuigen	Prijzen verschillen van €24000 tot €80000+ Er wordt gerekend met de Golf GTE-prijs van: €35000. Golf GTE is één van de populairste elektrische auto's van het moment. €35000 * X (X=aantal auto's) + €75* x 15uur=€1125 +(€35000 * X)	1 maand (15 uur effectief)
Communicatie met klant over aanbod	Geen extra kosten	-
Marketingcommunicatie afstemmen op aanbod	€75* x 10uur= €750	2 weken (10 uur effectief)

Tabel 11 Kosten 'focus op occasions & elektrische auto's'

*Gemiddeld salaris accountmanager (Indeed, 2020): €3000 per maand
€3000/40 uur=€75 per uur

Overzicht in het kort:

	Focus op occasions & elektrische auto's
Wat	Focus op occasions aanbieden omdat Rebel Lease dan concurrerendere prijzen kan bieden. Focus op elektrische auto's door de voordelige bijtellingen.
Wie	Wagenpark beheerder, commercieel manager en accountmanagers
Wanneer	Vanaf 1 mei 2020 stap voor stap doorvoeren
Kosten	€3000+(€35000 * X)
Baten	Concurrerendere prijzen kunnen aanbieden Aantrekkelijk autoaanbod voor klanten in combinatie met sterke service
Risico's en weerstanden	Vraag groeit niet mee met het aanbod
Waarborgen	Wagenpark beheerder en commercieel manager

Tabel 12 Implementatiematrix 'focus op occasions & elektrische auto's'

De financiële baten zijn door het tekort aan alle financiële data niet te definiëren. Inkomsten per klant worden bepaald aan de hand van verschillende variabelen:

- Gekozen auto(s)
- Duur contract
- Eventuele extra opties
- Onderhoud

Door de vele variabelen zijn de baten per klant slechts te berekenen na de afsluiting van een nieuw contract.

Bibliografie

- Athlon. (2019). *Mobiliteit met een missie*. Opgeroepen op oktober 16, 2019, van <https://www.athlon.com/nl/over-ons/wie-zijn-wij/missie-en-visie>
- Autoleaseteam. (2019). *Wie zijn wij?* Opgeroepen op oktober 16, 2019, van <https://www.autoleaseteam.nl/wie-zijn-wij/>
- Baarda, B., Bakker, E., Fisher, T., Julsing, M., Peters, V., van der Velden, T., & Boullart, A. (2018). Basisboek kwalitatief onderzoek. Noordhoff Uitgevers.
- Baaz. (2019). *Vijf trends binnen de automotive branche*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://www.baaz.nl/vijf-trends-binnen-de-automotive-branche>
- Bagchi, S., & Tulsie, B. (2000, October). e-business Models: Integrating Learning from Strategy Development Experiences and Empirical Research. *20th Annual International Conference of the Strategic Management Society*, pp. 15-18.
- Barnes, C., Blake, H., & Pinder, D. (2009). Creating and delivering your value proposition: Managing customer experience for profit. Kogan Page Publishers .
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management* 17.1, 99-120.
- Brüggenwirth, B. (2018). *De vijf MVO-marketing trends voor 2018*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://www.duurzaam-ondernemen.nl/bart-bruggenwirth-vijf-mvo-marketing-trends-2018/>
- Broderick, J., & Möller, K. (1998). Competitive positioning and the resource-based view of the firm. *Journal of Strategic Marketing*, 97-115.
- Butler, J., & Priem, R. (2001). Is The Resource-Based View a Useful Perspective for Strategic Management Research? *The Academy of Management Review*, 22-40.
- BZK. (2019). *Trends en ontwikkelingen*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://kennisopenbaarbestuur.nl/thema/trends-en-ontwikkelingen/>
- Caeldries, F. (2007). Blue Ocean Strategy: een kritische lezing. *Management Executive*, 38.
- Carros. (2019). *Dieselauto in het slop: 'één op tien nieuwverkochte modellen is nog een oliestoker'*. Opgeroepen op December 27, 2019, van <https://www.carros.nl/nieuws/dieselauto-in-het-slop-een-op-tien-nieuwverkochte-modellen-is-nog-een-oliestoker>
- CBS. (2017). *Lange vakanties buitenland; organisatie en vervoer, 2002-2016*. Opgeroepen op oktober 15, 2019, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/71088ned/table?fromstatweb>
- CBS. (2019). *Koopkrachtontwikkeling personen; huishoudenskernmerken*. Opgeroepen op oktober 11, 2019, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83781NED/line?ts=1570799526736>
- CBS. (2019). *Opnieuw sterke economische groei*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://longreads.cbs.nl/trends19/economie/trends/>
- Chan Kim, W., & Mauborgne, R. (2019). *BLUE OCEAN STRATEGIE & SHIFT TOOLS*. Opgeroepen op september 28, 2019, van Blue Ocean: <https://www.blueoceanstrategy.com/tools/four-actions-framework/>
- Chan Kim, W., & Maugborne, R. (2004, oktober). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, pp. 1-10.
- Consultancy.nl. (2019). *Leasebranche moet zich voorbereiden op de toekomst*. Opgeroepen op oktober 11, 2019, van <https://www.consultancy.nl/nieuws/23666/leasebranche-moet-zich-voorbereiden-op-de-toekomst>
- Conversie Partner. (2020). *Wat kost online marketing?* Opgeroepen op januari 14, 2020, van <https://conversiepartners.nl/blog/online-marketing/wat-kost-online-marketing/>
- Dev, C., & Schultz, D. (2016). Flipping the Value Creation Model. *Journal of Creating Value*, 155-159.
- Dickmann, C. (2018). *Sterke concentratie autoleasemarkt, 73% in handen top-10*. Leiden: Aumacon.
- Eggert, A., Frow, P., & Payne, A. (2017). The customer value proposition: evolution, development, and application in marketing. *Academy of Marketing Science*, 467-489.
- Fischer, T., & Julsing, M. (2015). Onderzoeksvaardigheden. Noordhoff Uitgevers.
- Hooijdonk, R. (2018). *Deze 25 tech-trends leiden de digitale transformatie in 2019*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://richardvanhooijdonk.com/blog/deze-25-tech-trends-leiden-de-digitale-transformatie-in-2019/>
- Indeed. (2020, januari). *Salarissen voor Accountmanager (m/v) in Nederland*. Opgeroepen op januari 14, 2020, van <https://www.indeed.nl/salaries/accountmanager-Salaries>
- Jobber, D., & Chadwick, F. (2012). Principles and practice of Marketing. UK: McGraw Hill Education .
- Kambil, A. (1997). Re-Inventing Value Propositions. *Working Paper*, p. 19.
- Khalid, H. M. (1999). Unconcerning customer needs for web-based DIY product design . *TQM and Human Factors- towards succesful integration*, pp. 343-348.

- Leaseplan. (2019). *Leaseplan Nederland*. Opgeroepen op oktober 16, 2019, van <https://www.leaseplan.com/nl-nl/over-ons/over-leaseplan/>
- Mekic, E., & Mekic, E. (2014). Supports and Critiques on Porter's Competitive Strategy and Competitive Advantage. *Regional Economic Development* 24.
- Milieu Centraal. (2019). *Voordeel zuinige auto: BPM, wegenbelasting en bijtelling*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://www.energielabel.nl/autos/voordeel-zuinige-auto-bpm-wegenbelasting-en-bijtelling/>
- Multilease. (2019). *Missie en visie*. Opgeroepen op oktober 16, 2019, van <https://www.multilease.nl/over-ons/missie-visie>
- Norton, D., & Kaplan, R. (2000, September). Having Trouble with Your Strategy? Then Map It. *Harvard Business Review*, pp. 167-176.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Vakmedianet.
- Porter, M. (1996, November). What is Strategy. *Harvard Business Review*, pp. 61-78.
- Porter, M. (2001). The value chain and competitive advantage. *Understanding Business Processes*.
- Rijpert. (2018). *Mobiliteitsupdate februari 2018*. Opgeroepen op oktober 11, 2019, van <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/mobiliteit/update-februari-2018/>
- Rijpert, K. (2018). *Mobiliteitsupdate juni 2018*. Opgeroepen op oktober 10, 2019, van <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/mobiliteit/mobiliteitsupdate-juni-2018/>
- Rijpert, K. (2019). *Wordt de elektrische auto een succes of een flop?* Opgeroepen op oktober 10, 2019, van <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/mobiliteit/elektrische-auto/>
- RVO. (2019). *Financiële ondersteuning elektrisch rijden*. Opgeroepen op oktober 12, 2019, van <https://www.rvo.nl/onderwerpen/duurzaam-ondernemen/energie-en-milieu-innovaties/elektrisch-rijden/financi%C3%A4le-ondersteuning>
- RVO. (2019). *Statistics Electric Vehicles in the Netherlands*. Den Haag: Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.
- Sheehan, N., & Brunci-Bossio, V. (2015). Strategic value curve analysis: Diagnosing and improving customer value propositions. *Business Horizons*, pp. 317-324.
- SRA. (2018). *Handel in en reparatie van auto's, motorfietsen en aanhangers*. Nieuwegein: SRA.
- That's Lease. (2019). *Waarom That's Lease?* Opgeroepen op oktober 16, 2019, van <https://thatslease.nl/waarom-thats-lease/>
- Thomson, P. (2013). *Value Proposition Canvas*. Opgeroepen op September 20, 2019, van <https://www.peterjthomson.com/2013/11/value-proposition-canvas/>
- van den Bosch, F. (1997). Wat is de strategie: zoeken naar unieke resources of het scheppen van een uniek value chain configuratie? *Nijenrode management review*, pp. 37-43.
- van Eck, J., van Dam, F., de Groot, C., & de Jong, A. (2013). *Demografische ontwikkelingen 2010-2040*. Den Haag: PBL.
- Verhoeven, N. (2010). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Den Haag: Boom Lemma.
- VNA. (2019). *Private Lease in cijfers 2018*. Bunnik: Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen.
- VNG. (2015). *Overzicht trends en ontwikkelingen: Een outside-in analyse van de belangrijkste bewegingen in het sociaal domein*. Opgehaald van <https://vng.nl/files/vng/20150707-vtsd-scenario.pdf>
- Volkswagen Financial Services. (2019). *Waar wij voor staan*. Opgeroepen op oktober 16, 2019, van <https://www.vwvfs.nl/over-ons/waar-wij-voor-staan>

Bijlage 1: Begrippenlijst

Toelichting begrippen

Definities kunnen soms tot andere interpretaties leiden. Om te waarborgen dat er geen interpretatieverschillen ontstaan bij dit onderzoeksrapport, worden in deze paragraaf begrippen benoemd.

Waardepropositie

De definitie van waardepropositie luidt:

Value propositions are the statements of benefits that are delivered by the firm to its external constituencies, such as customers (e.g., lower prices, wider product choices, faster delivery) and also to its internal constituencies, such as employees and shareholders. (Bagchi & Tulsikie, 2000)

We describe it as the definition of how items of value, such as products and services as well as complementary value-added services, are packaged and offered to fulfil customer needs. (Kambil, 1997)

A customer value proposition is a succinct description of the value the firm promises to consistently deliver to its customers. Developing a customer value proposition starts with an analysis of customers' needs, competitors' offerings, and the firms's strengths. (Sheehan & Brunci-Bossio, 2015)

The value proposition as "the company's strategy for the customer by describing the unique mix of product, price, service, relationship, and image that a company offers its targeted group of customers. The value proposition should communicate what the company expects to do for its customers better or differently than its competitors." It is the core of any business strategy. (Norton & Kaplan, 2000)

Not having a focused value proposition but trying to be all things to all customers confuses employees in their day-to-day operations because they have to make decisions without a clear framework. It creates a company that does not go into any direction at all and that gets surpassed on all sides by competitors who do focus and provide customers with a more appealing value proposition. (Porter M., 1996)

Hierboven staan enkele definities van het begrip waardepropositie. Globaal vertaald is het de belofte over de waarde die van een product of dienstverlening mag worden verwacht. De propositie vertelt hoe problemen van de klant worden opgelost, wat de voordelen zijn van het product en waarom de klant juist dit product en niet dat van de concurrentie zou moeten kopen. Een waardepropositie is de kern van iedere bedrijfsstrategie. (Norton & Kaplan, 2000) Verder geeft Porter aan dat een onduidelijke waardepropositie invloed heeft op de dagelijkse keuzes van de werknemers, een bedrijf zonder waardepropositie weet zich geen richting te geven waardoor de goed georganiseerde concurrentie een gigantische voorsprong heeft. (Porter M., 1996)

Klantbehoeften

De definitie van klantbehoeften luidt:

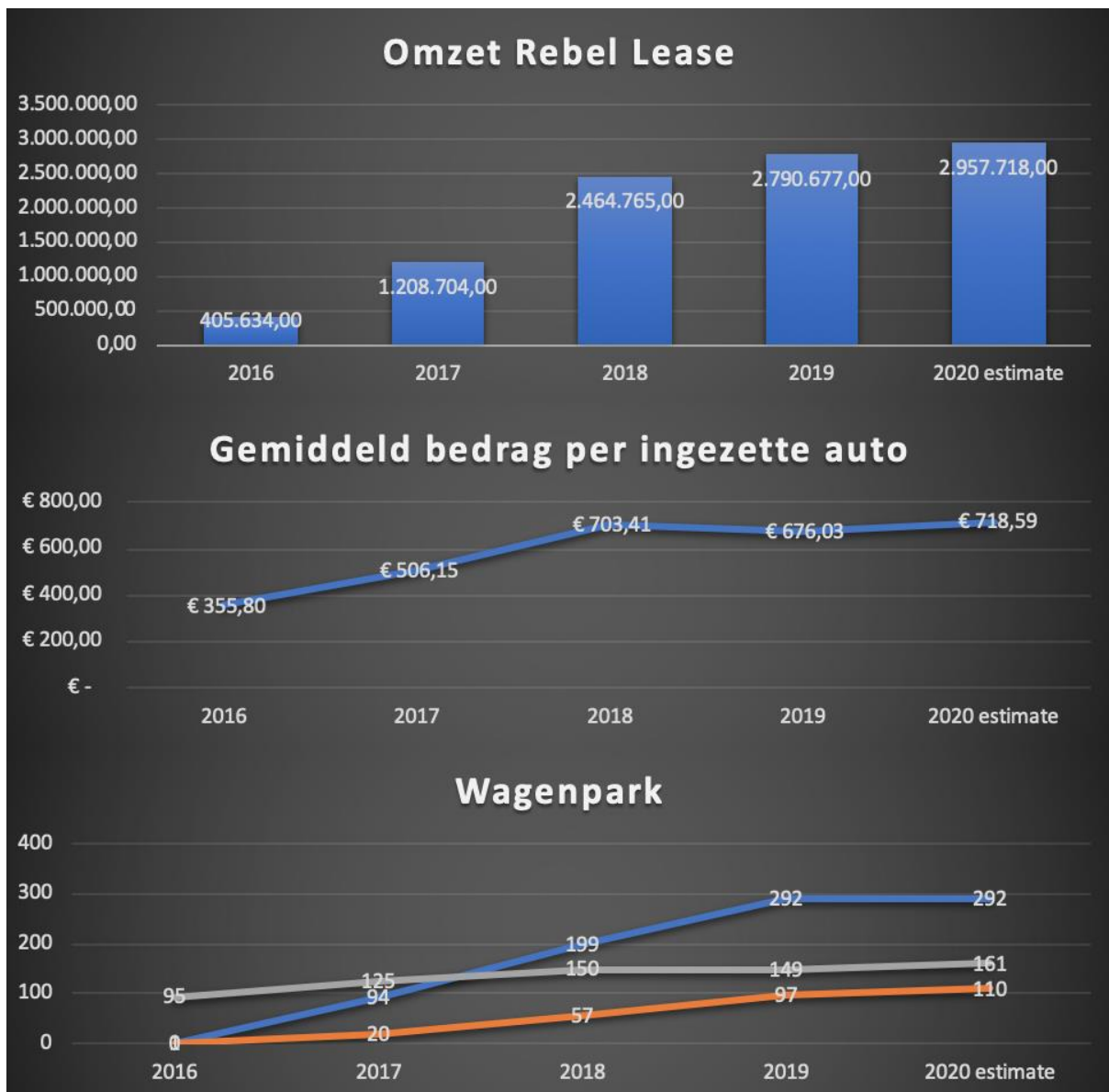
Ideally companies that develop products should understand customer needs so that they can develop products that will sell. Customer needs may address several issues, including utility, functionality, aesthetics, prestige, usability, and pleasure. Information about the needs of the customer for various product characteristics is essential for generating and developing usable products, as these may be gauged from different consumer groups. (Khalid, 1999)

Implementing an effective marketing strategy concept by offering qualified goods and services of the company will meet and exceeds the expectations of customer needs better than other competitors. Understanding the customer needs, wants, increases customer satisfaction as well as motivates the customer to be loyal. (Jobber & Chadwick, 2012)

Hierboven staat aangegeven dat klantbehoeften van belang zijn bij de verkoop van een product/dienst. Het is van belang om te weten wat de consument wil om op die manier goed op de doelgroep te kunnen inspelen. Het begrijpen van de behoeften van de klant zorgt voor klanttevredenheid en uiteindelijk loyaliteit.

Bijlage 2: Cijfers Rebel Lease

Omschrijving / Jaar	2016	2017	2018	2019	2020 estimate
Omzet	405.634,00	1.208.704,00	2.464.765,00	2.790.677,00	2.957.718,00
Groei %	100%	298%	204%	113%	120%
Wagenpark ultimo jaar					
	2016	2017	2018	2019	2020 estimate
Wagenpark begin	0	94	199	292	292
Inzetten	95	125	150	149	161
Retouren	1	20	57	97	110
Wagenpark eind	94	199	292	344	343
	2016	€ 405.634,00			
	2017	€ 1.208.704,00			
	2018	€ 2.464.765,00			
	2019	€ 2.790.677,00			



Om erachter te komen hoeveel Rebel Lease auto's op de weg rijden is de volgende formule gemaakt: . De uitkomsten per jaar zijn als volgt:

- 2016: 95 auto's
- 2017: 199 auto's
- 2018: 292 auto's
- 2019: 344 auto's
- Verwachting 2020: 343 auto's

Bijlage 3: Marketingplan Rebel Lease

Strategisch Marketingplan Rebel Lease BV



Inhoudsopgave

1. Strategisch Kader.....	2
2. Marktanalyse.....	3
a. Interne analyse.....	3
i. Structuur.....	3
ii. Systemen.....	3
iii. Strategie.....	4
iv. Stijl.....	4
v. Staf.....	4
vi. Skills.....	4
vii. Shared Values.....	5
b. Externe analyse d.m.v. Porter.....	5
i. Nieuwe concurrenten.....	5
ii. Afnemers.....	5
iii. Substituten.....	5
iv. Leveranciers.....	5
v. Huidige concurrenten.....	6
c. Externe analyse d.m.v. STEP.....	6
i. Sociaal-Cultureel.....	6
ii. Technologisch.....	6
iii. Economisch.....	7
iv. Politiek.....	7
3. Confrontatiematrix.....	8
4. Kernprobleem.....	8
5. GAP Analyse.....	8
6. Strategische opties.....	9
7. MarketingMix.....	9
a. Product.....	9
b. Prijs.....	10
c. Plaats.....	10
d. Promotie.....	10
e. Personeel.....	10
8. Bijlage SWOT.....	11
9. Bijlage Confrontatie matrix.....	12

1.Strategisch Kader

Visie Rebel Lease

Rebel Lease wil maatwerk mobiliteitsoplossingen bieden aan ondernemende mensen die zichzelf telkens opnieuw uitvinden. Mensen die, net als wij, een gezonde toekomst voor ogen hebben en daar hard voor werken.

- De voorgelegde mobiliteitsvraagstukken beantwoorden wij met slimme mogelijkheden, toegespitst op de fase waarin het bedrijf of de persoon zich op dat moment bevindt.
- Wij streven naar toegankelijkheid voor iedere ondernemer.

Missie Rebel Lease

Rebel Lease biedt de beste oplossingen die kunnen meebewegen met de ontwikkelingen van de klanten; groei en krimp.

- Persoonlijk contact is de pijler waarop Rebel Lease gebouwd is; wij weten wat er bij de klant speelt.
- Wij leveren flexibele contracten tegen eerlijk en transparante tarieven.

Doelstelling: Huidige stand 198 contracten in 22 maanden. Doel is doorgroeien naar 500 contracten binnen 60 maanden.

Marktdefinitie

Aan de hand van het Abell Model hebben we de marktdefinitie bepaald. Deze ziet er als volgt uit.

Afnemers: ZZP'ers, KZM en MKB bedrijven in de opstartfase 0 tot 3 jaar.

Behoeften: Voordelige mobiliteit, soepele acceptatie voorwaarden inzake kredietwaardigheid.

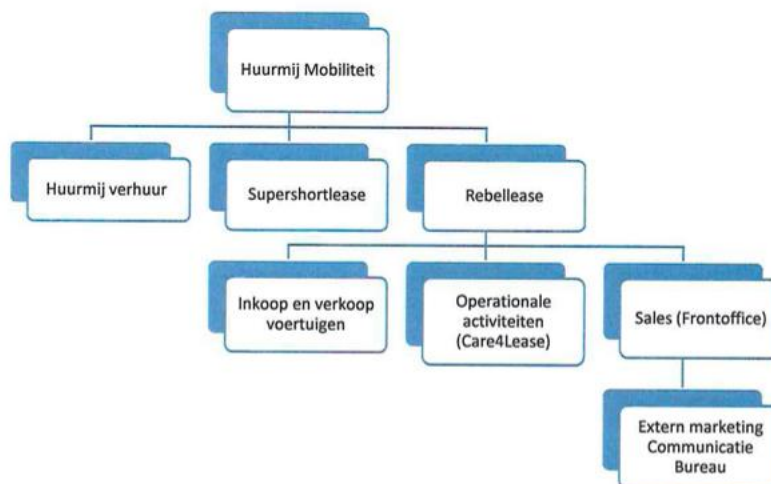
Technologieën: Korte en flexibele contracten, Herinzet jong gebruikte auto's.

2. Marktanalyse

2a. Interne Analyse

Om de interne analyse te maken hebben we het 7S model van Mackinsy gebruikt.

Structuur:



Rebel Lease is in november 2015 opgericht en daarmee de jongste telg binnen Huurmij Mobiliteit. De Sales en In- en verkoop van voertuigen gebeurt door directe medewerkers van Rebel Lease. Voor de marketingcommunicatie wordt gebruik gemaakt van een extern bureau. Dit bureau rapporteert maandelijks aan de commercieel manager van Rebel Lease.

Alle backoffice activiteiten worden door Care4Lease uitgevoerd. Dit gebeurt onder de naam en het logo van Rebel Lease. Care4Lease is een onafhankelijke organisatie die het totale beheer van leasevloten uitvoert voor BOVAG leden met een eigen leasemaatschappij. Care4Lease is gevestigd in Nijmegen en onderdeel van de Bovemij Financieringsmaatschappij. Afhankelijk van de grote van de leasevloot rapporteert Care4Lease per kwartaal (of maandelijks) aan Rebel Lease. De Bovemij Financieringsmaatschappij is tevens de financier van de voertuigen van Rebel Lease.

Systemen:

Care4Lease draait volledig op Leasewise. Rebel Lease is daardoor 'verplicht' Leasewise te gebruiken. Het wordt door Rebel Lease gebruikt voor het maken van offertes, invoeren en aanpassen van klantgegevens, maken van hercalculaties en klantrapportages.

Daarnaast biedt Leasewise een inzagefunctie voor debiteuren- en crediteurenbeheer, contractgegevens en onderhouds- en schadehistorie.

Rebel Lease gebruikt PipeDrive als online, opzichzelfstaand CRM Systeem. Van hieruit worden alle acties richting de klanten geregistreerd en opgevolgd.

Rebel Lease heeft een website waarbij het voor de klanten mogelijk is auto's zelf samen te stellen en een offerte aan te vragen. Op dit moment wordt daar nog zelden gebruik van gemaakt. De site wordt nog niet goed bezocht.

Omdat Rebel Lease een relatief kleine speler is, die niet is aangesloten bij een inkoopcombinatie, worden voertuigen meestal stuk voor stuk ingekocht. We maken hierdoor geen aanspraak op bonussen die aantallen gedreven zijn.

Om gebruik te kunnen maken van de financiering van de Bovemij, dient er eigen vermogen te worden ingelegd. Dit 'eigen vermogen' wordt geleend bij externe financiers. Om te kunnen blijven groeien zijn we afhankelijk van externe financiers die willen blijven investeren.

Strategie:

Rebel Lease wil zich profileren als een 'Local Hero' waarbij het uitgangspunt is dat ieder bedrijf in ieder fase welkom is. We richten ons met name op de (startende) ZZP'ers, Klein zakelijke markt en Midden en Klein bedrijven. Prospects uit deze doelgroep willen wij in vroeg stadium kortlopende, flexibele leasecontracten aanbieden tegen concurrerende tarieven. Door slim gebruik te maken van onze jonge huurvloot is dat mogelijk, zonder dat we hierbij (te) grote risico's nemen.

Stijl:

Binnen Huurmij mobiliteit heerst een informele sfeer waarbij de stijl van leidinggeven het beste kan worden omschreven als bottom-up. Van iedere medewerker wordt een grote mate van zelfstandigheid verwacht. Nieuwe personeelsleden moeten qua persoonlijkheid binnen de groep passen. Op de werkvloer heerst een gezond competitiegevoel waarbij samenwerken de boventoon voert. De collega's van Supershortlease en RebelLease hebben onderling zeer goed contact. Tijdens afwezigheid nemen ze elkaars taken waar.

Staff:

Op dit moment is er één directe medewerker van Rebel Lease (de Commercieel Manager) full-time voor Rebel Lease bezig. Één accountmanager werkt 50% voor Supershortlease en 50% voor Rebel Lease. De in- en verkoop van voertuigen wordt verzorgd door één van de directieleden die het grootste gedeelte van zijn tijd aan de andere onderdelen van de Huurmij groep besteed.

De medewerkers van Care4Lease vallen niet onder de verantwoordelijkheden van Rebel Lease. Rebel Lease heeft geen invloed op het aanname beleid van deze indirecte collega's.

Alle eigen medewerkers krijgen jaarlijks de mogelijkheid zich te blijven ontwikkelen door het volgen van trainingen, seminars en opleidingen. Hier wordt door iedereen gebruik van gemaakt.

Care4Lease zorgt voor een scholing van haar eigen medewerkers. Rebel Lease kan gebruik maken van de expertise en ervaring van de medewerkers van Care4Lease indien gewenst.

Skills:

De medewerkers hebben een hoge mate van vakbekwaamheid, ondersteunt door branche specifieke opleidingen.

Rebel Lease heeft een laagdrempelig acceptatiebeleid. Bedrijven in de startup fase kunnen (onder voorwaarden) vaak al terecht voor een leaseauto.

Omdat Rebel Lease toegang heeft tot de verhuurvloot (jonge occasions) van Huurmij mobiliteit is het mogelijk klanten maatwerk te bieden, denk hierbij aan leasecontracten met:

- Een korte looptijd tegen marktconforme tarieven
- Langere looptijd tegen scherpe tarieven
- Flexibele contracten die meegroeien of krimpen met de klant

Rebel Lease organiseert jaarlijks een klantendag. Dit is niet alleen leuk, maar ook een ideale gelegenheid voor onze klanten om te netwerken.

Door middel van een rastercalculatie worden eventuele contractafwijkingen op voorhand vastgelegd. Hierdoor wordt de klant niet verrast met vervelende financiële tegenvallers wanneer de looptijd of kilometrage in werkelijkheid anders is dan contractueel afgesproken.

Shared Values:

De kernwaarden van Rebel Lease zijn: stoer, vakbekwaam, prikkelbaar en positief. Alles wat we doen en bedenken wordt hieraan getoetst. De visie is bekend en ingegeven door de medewerkers van Rebel Lease. Er is sprake van informele, sportieve maar gedreven cultuur. De neuzen staan dezelfde kant op.

2b.Externe analyse Meso Niveau

Voor het maken van de externe analyse microniveau hebben we gebruik gemaakt van het 5 S model van Porter.

Nieuwe concurrenten:

Het gevaar voor toetreding is middelgroot. Er vinden overnames plaats, nieuwe leasemaatschappijen ontstaan, sommige vallen af. Aan de onderkant komen er, vooral vanuit de dealerhoek, meerdere kleinere spelers bij ¹. Daarnaast is er sprake van een opkomend aantal intermediairs welke niet gebonden zijn aan één enkele leasemaatschappij. Deze intermediairs zijn vooral prijs gedreven.

Afnemers:

De macht van de afnemer is in veel gevallen erg groot. Er zijn veel aanbieders, waaronder een aantal grote spelers die actief zijn via het internet. Klanten zijn hierdoor instaat gemakkelijk een offerte op te vragen om te vergelijken. Klanten met meerdere auto's kunnen in de regel zonder probleem bij verschillende maatschappijen hun auto's onder brengen. Pas wanneer de afnemer recent is opgericht en door veel leasemaatschappijen niet kredietwaardig wordt geacht, neemt de macht van de afnemer behoorlijk af.

Substituten:

Het gevaar van substitutie is middelgroot. Er is een trend gaande van bezit naar gebruik². Werkgevers kiezen steeds vaker voor alternatieven voor de leaseauto. Alternatieven hiervoor zijn onder andere: XIMO, E-Bike, mobiliteitsbudget, deelauto, mobiliteitskaart.

Leveranciers:

Rebel lease is afhankelijk van de kortingen van de toeleveranciers. Deze bepaalt onder andere of een concurrerende leasecalculatie kan worden gemaakt. Er is een groot keuzenetwerk om kortingsafspraken uit te onderhandelen. Naast de traditionele toeleveranciers zijn er inmiddels alternatieven in de vorm van het grijze circuit.

De macht van de financiers is groot. Er wordt gebruik gemaakt van de Bovemij als financier. Indien de financier besluit een renteverhoging door te voeren heeft dat direct invloed op het resultaat van de organisatie.

¹Bron: Automotive Leasemaatschappij Top 60 Editie 2017

² bron: Kennisplatform Verkeer en Vervoer, <https://kpvvdashboard-4.blogspot.nl/2015/10/van-bezit-naar-gebruik.html>

Huidige concurrenten:

De Leasebranche bruist, steeds meer maatschappijen transformeren van 'auto-ontzorgers' tot 'aanbieder van mobiliteitstoepassingen' in brede zin.¹

De tien grootste autoleasebedrijven van Nederland hebben hun marktpositie verder versterkt, blijkt uit de nieuwe Aumacon Leasebedrijven Top-50 die op 23 oktober 2017 is gepresenteerd op een lease-bijeenkomst van Automotive Insiders. Samen is de top10 goed voor 77,1 procent van het wagenpark van de gehele Leasebedrijven Top-50.²

De Top 10 van Nederland bestaat uit Leaseplan Nederland, Athlon Car Lease, Alphabet Nederland, Volkswagen Pon Financial Services, International Car Lease Holding, Arval, ALD Automotive, Business Lease Nederland, Terberg Leasing en Hiltermann Lease Groep,

Tex Gunning (CEO Leaseplan) presenteert concrete plannen voor lease- en verhuur van jonge lease-occasions. Hij ziet de markt voor de kwalitatief hoogwaardige occasions van drie tot vier jaar oud groeien. Ze gaan hierbij het internet gebruiken om klanten rechtstreeks te benaderen.³

2c. Externe analyse macroniveau

Hierbij wordt gebruik gemaakt van de STEP-analyse. Deze analyse bestaat uit de volgende onderdelen: Sociaal-Cultureel, Technologie, Economisch en Politiek.

Sociaal-Cultureel

De Nederlandse bevolking vergrijst. De komende jaren gaat de zogenoemde babyboom generatie met pensioen. Daar staat een veel kleinere aanwas van de beroepsbevolking vanuit de jeugd tegenover, met als resultaat dat de beroepsbevolking gaat dalen. Dat heeft tot gevolg: minder leaseauto's. Verder is het een trend dat jongeren steeds mobieler worden en daarbij geen eigen auto willen bezitten. Flexibele mobiliteitsoplossingen zullen daarom in de toekomst steeds belangrijker gaan worden. (Bron: CBS)

Technologisch

De afgelopen jaren is de ontwikkeling van auto's met alternatieve aandrijfsystemen in een stroomversnelling terecht gekomen. Belangrijk is daarnaast ook de doorontwikkeling van conventionele benzinemotoren. Niet alleen de beweging richting MVO dwingt autofabrikanten tot productie van zuinigere auto's. Vooral commerciële, financiële en wettelijke aspecten leiden tot een strijd als het gaat om het verlagen van brandstofverbruik en CO2 uitstoot. Niet alleen op het gebied van aandrijfsystemen vindt snelle verandering plaats. Ook als het gaat om telematica zijn auto's volop in ontwikkeling. In een wereld die steeds meer online gaat mogen auto's niet achter blijven. De autobranche zou wel eens aan de vooravond kunnen staan van een revolutie, veel invloedrijker nog dan de overgang naar alternatieve aandrijfsystemen.⁴

¹Bron: Automotive Leasemaatschappij Top 60 Editie 2017

² <http://www.trendsinautoleasing.nl/nieuws/laatste-nieuws/6017056-ruim-driekwart-leasemarkt-in-handen-van-top10/>

³ <https://automotive-management.nl/nieuws/laatste-nieuws/leasing/21141-leaseplan-opent-europees-netwerk-experience-stores-voor-occasions>

⁴Bron: ING Economisch Bureau Assetvisie Autoleasemaatschappijen 'Autolease op weg naar 2020'

Economisch

Het CPB gaat voor 2017 uit van economische groei met een plus van 2,4 procent, waar eerder nog op 2,1 procent groei werd gerekend. Voor volgend jaar wordt 2 procent groei voorzien, wat betekent dat het stevige aantrekken van de economie voorlopig aanhoudt. Bij de vorige raming eind maart voorzag het CPB voor 2018 nog een plus van 1,8 procent.

Zo heeft een aantal factoren de afgelopen jaren geleid tot een behoorlijke groei in het aantal zzp'ers. Ondernemerschap heeft aan populariteit en aanzien gewonnen.¹

De flexibilisering van de arbeidsmarkt gaat in rap tempo door. In het tweede kwartaal van dit jaar steeg het aantal uitzenduren met 4,2 procent. Dat is de snelste stijging in tien jaar.²

Niet alleen het aantal uitzenduren is gestegen. Ook over hun omzet hebben de uitzendbureaus, payrollers en arbeidsbemiddelaars weinig te klagen. In het tweede kwartaal hebben zij 2,0 procent meer omgezet dan in de drie maanden daarvoor, meldt het CBS. Deze stijging is groter dan in het voorgaande kwartaal.

Politiek

Het aantal bijtellingscategorieën voor zakelijke autorijders is vanaf 2017 ingeperkt tot twee. Dat staat vermeld in de zogenoemde 'Autobrief 2.0', waarin de kabinetsplannen voor de autobelasting staan opgeschreven. De meeste leaserijders hebben vanaf 2017 te maken met het hoge bijtellingstarief van 22%. Alleen volledig elektrische auto's vallen nog onder de lage bijtelling van 4%.

Leasebranche én leaserijders zijn positief over Rutte III.

Volgens de Vereniging van Nederlandse Autoleasemaatschappijen (VNA) is tijdens de formatie van Rutte III overduidelijk geluisterd naar de verzoeken en voorstellen van de VNA op het gebied van toekomstige mobiliteit.

Het regeerakkoord benoemt een 'slim en duurzaam vervoerssysteem om Nederland mobiel en bereikbaar te houden'. Ook wordt ingezet op 'innovatieve mobiliteit'.

Ook willen de 4 partijen bij aanleg en onderhoud van infrastructuur rekening houden met zelfrijdende voertuigen. Daarnaast streeft zij ernaar dat uiterlijk 2030 alle nieuwe voertuigen emissieloos zijn. Verder wordt er ook ingezet op pilots met alternatieve vormen van vervoer en betaling, zonder dat dit direct leidt tot een systeem van rekeningrijden.³

¹ Bron: CBS <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/0374E776-5C6D-428E-B7B9-FEADA895CB48/0/009093ZZPersinNederland.pdf>

² Bron: PW <http://www.pwnet.nl/instroom/nieuws/2017/8/25063-10125063>

³ Automobiel management <http://www.automobielmanagement.nl/nieuws/auto-economie-binnenland/nid26968-leasebranche-n-leaserijders-positief-over-rutte-iii.html>

3.Confrontatiematrix

Waardeer iedere combinatie met een 0
(geen kwestie)
1 (issue van geringe waarde)
3 (issue)
5 (belangrijke issue)

		sterkten					zwakten				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
kansen	1 Doorzetten economische groei	5	5	5	3	0	1	1	5	5	0
	2 Flexibilisering arbeidsmarkt	5	5	3	5		1	0	1	0	
	3 Groei markt Occasions lease	3	3	5	1		3	1	5	5	
	4 Het aantal bijtellingstarieven is vanaf 2017 beperkt tot 2. (4% en 22%)	1	3	3	1		5	3	0	0	
	5 0										
bedreigingen	1 Grote spelers domineren	5	5	5	5		5	5	5	1	
	2 Internet als verkoopkanaal	5	5	3	5		5	1	5	5	
	3 Nieuwe mobiliteitsinitiatieven	3	5	0	0		1	1	3	3	
	4 Toename intermediairs	5	5	3	5		5	5	0	0	
	5 0										

4.Kernprobleem

Het Kernprobleem is dat Rebel Lease niet mee kan met het prijsniveau van de grote leasemaatschappijen (top 10). Hierdoor verliezen we offertes puur op prijs. Onze naamsbekendheid is laag. Onze website wordt slecht bezocht. Er komen via de website nauwelijks offerteaanvragen binnen.

5.Gap analyse:

Huidige Situatie

Aantal offerte aanvragen	725 in 22 maanden	33 offerte aanvragen per maand	Doorgerekend naar 60 maanden zouden we 1977 offerte aanvragen kunnen verwachten
Aantal Leasecontracten	198 in 22 maanden	9 contracten per maand	Doorgerekend naar 60 maanden zouden we 540 contracten mogen verwachten
Aantal offertes nodig per contract	3,67 offerte		

In bovenstaande situatie wordt geen rekening gehouden met contracten die aflopen. Dit zullen er naar schatting 350 zijn de komende 3 jaar. Gemiddelde vervangingspercentage hiervan ligt rond de 65%. Van de 350 zullen er dus 35% afvallen wat neer komt op een aantal van 122 contracten. Van de 540 contracten in bovenstaande berekening blijven er 418 over.

De Gap komt hiermee op 82 contracten.

6.Strategische Opties

Optie 1: Inzetten op auto's met lage bijtelling

Doordat RebelLease toegang heeft tot de huurvloot van Huurmij, heeft het de beschikking over aantal auto's met gunstige bijtelling. Deze auto's vallen in de categorie van 7% en 14% bijtelling. Deze auto's zijn redelijk schaars en voor mensen die graag nog fiscaalvoordelig willen rijden zeer interessant.

Optie 2: Inzetten op jonge bedrijven zonder bewezen kredietwaardigheid.

Omdat het economisch goed gaat komen er veel nieuwe ondernemers met goede financiële resultaten en vooruitzichten. Desondanks komen deze jonge ondernemers in de meeste gevallen niet langs de kredietafdeling van een leasemaatschappij. We kunnen deze prospects in een vroeg stadium benaderen en aan ons proberen te binden. Omdat het risico relatief hoog is kunnen we dit doen door de inzet van jong gebruikte auto's. Omdat jonge bedrijven vaak niet langdurig vast willen zitten aan contracten, bieden we de contracten met flexibele looptijd aan.

Optie 3: Inzetten op flexibele contracten

Omdat de flexibilisering van de arbeidsmarkt doorzet zal de vraag naar flexibele leasecontracten ook blijven toenemen. Rebel Lease zou zich kunnen gaan richten op deze markt en flexibele contracten aanbieden die meebewegen met de vraag en het aanbod van de klanten. Een duidelijk afrekenmethode (toeslag en korting) kunnen hier op voorhand het verschil maken.

Aan de hand van het SFA model bepalen we welke van drie strategische opties de beste is:

	Geschikt	Haalbaar	Acceptabel	Totaal
Optie 1	3	2	4	9
Optie 2	5	4	2	11
Optie 3	4	4	2	10

Op basis van SFA model blijkt optie 2 (Inzetten op jonge bedrijven zonder bewezen kredietwaardigheid.) de beste optie. Wanneer we daar de flexibiliteit van optie 3 toevoegen bereiken we een nog bredere doelgroep.

7.MarketingMix

Voor het uitwerken van de optie gebruiken we de 5 P's (Product, Prijs, Plaats, Promotie en Personeel)

Product: InBusiness Flexlease contract

Hiervoor selecteert Rebel Lease jong gebruikte auto's vanuit de huurvloot. Deze auto's zijn gunstig in te zetten omdat 'de kop eraf is'. Daarbij bieden we contracten met een minimale looptijd van 12 maanden aan. Deze contracten zijn vervolgens te verlengen met 12 maanden tot de maximale looptijd. Op voorhand leggen we de tarieven voor alle periodes vast. Wanneer een auto tussentijds verlengd wordt, wordt het nieuwe (lagere) tarief met terugwerkende kracht berekend. Er volgt dus een creditnota voor de lessee. Deze constructie levert voor beide partijen (lessee en lessor) voordelen op. De voordelen voor de lessee zijn: geen langdurige contracten (flexibiliteit), financieel voordeel bij verlengen. De voordelen voor de lessor: Minder financieel risico (klant betaalt immers in eerste instantie een hoger tarief) en grotere kans op verlenging van het contract door financiële prikkel.

Prijs:

Omdat de klant niet bij iedere leasemaatschappij terecht kan wordt het aanbod schaars. Hierdoor is prijs minder een issue. Dit vraagt dus niet om de scherpste prijs. Door gebruik te maken van jonge occasions is het prijsniveau alsnog zeer redelijk te noemen. Een jong gebruikte auto van 18 maanden 'oud' zal ongeveer hetzelfde mogen kosten als een vergelijkbaar nieuw model bij een internetaanbieder zonder flexibele voorwaarden en contracten. Naarmate het contract verder verlengd wordt loopt de prijs af.

Plaats:

Verkoop vindt voornamelijk plaats via de eigen sales (zo'n 90%). Daarnaast zijn er aantal garagebedrijven waar een samenwerkingsverband mee is. Deze garagebedrijven kunnen namens Rebel Lease het eerste contact leggen en offertes uitbrengen. Tot slot zijn er zijn op dit moment gesprekken gaande met Area071. Dit is een bedrijfsverzamelgebouw waar met name startende ondernemers hun onderdak vinden. Area071 is gevestigd op het zelfde industriegebied als dat van Rebel Lease. Er wordt gesproken over een samenwerkingsovereenkomst. Dit zou er toe moeten leiden dat de klanten van Area071 terecht kunnen bij Rebel Lease indien zij willen gaan leasen. Deze samenwerking levert de huidige partner van Area071 gemiddeld 5 leasecontracten per jaar op.

Promotie:

Rebel Lease gaat gebruik maken van een externe partij (Savvy – Social Leadwerving) die gespecialiseerd is in het bereiken van onze doelgroep op LinkedIn. Savvy zal d.m.v. gerichte advertenties op LinkedIn leads gaan werven. De advertenties (Rebel deals) worden gemaakt door het externe marketingcommunicatiebureau i.o.m. de Commercieel Manager van Rebel Lease. De afspraak met Savvy is dat zij per maand 15 kwalitatief goede offerte aanvragen verzorgen. We kwalificeren een offerte aanvraag als goed wanneer 1 op de 4 een order oplevert.

Alle Rebel Deals zullen ook op de website van Rebel Lease geplaatst worden.

Tot slot krijgen we maandelijks de gelegenheid 1 Rebel deal te promoten in de nieuwsbrief van Supershortlease die wordt verstuurd naar meer dan 500 klanten van Supershortlease.

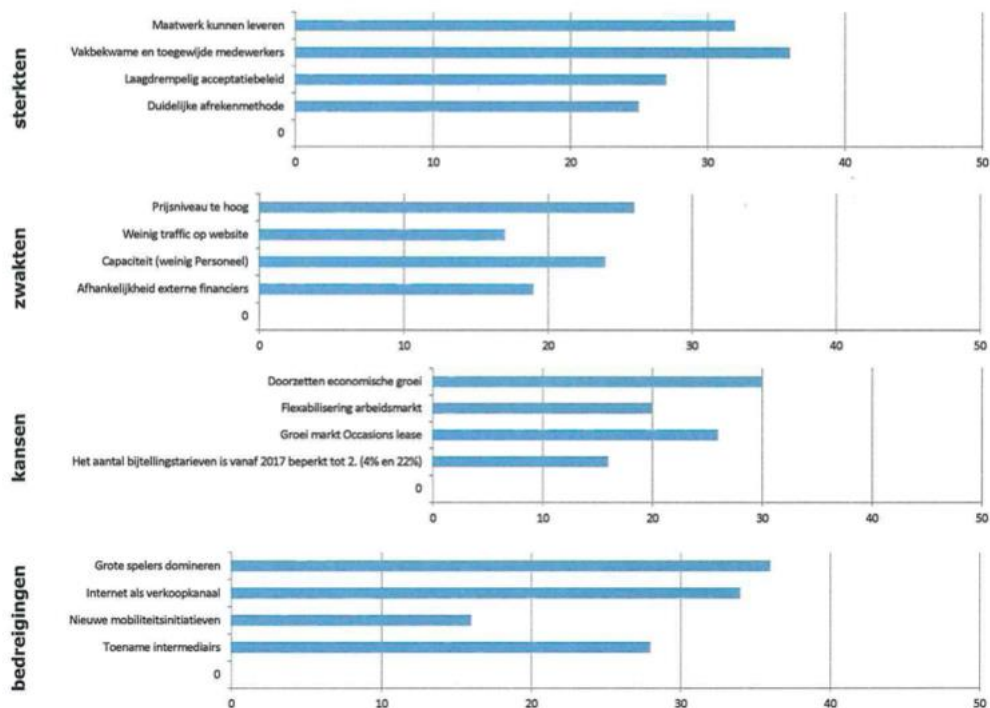
Personeel:

Het gehele offerte/verkoop traject wordt gedaan door het eigen personeel. Onze klanten verwachten een goed onderbouwd advies. Persoonlijk contact met iemand die ze vertrouwen vinden ze heel erg belangrijk. Ze willen niet zelf het internet hoeven af te speuren naar de 'beste' deal. Als er iets is bellen ze direct met 'hun' contactpersoon. Het personeel moet mandaat hebben en zelfstandig kunnen opereren.

SWOT			
Belangrijkste sterkten organisatie		Belangrijkste zwakten organisatie	
1	Maatwerk kunnen leveren	1	Prijsniveau te hoog
2	Vakbekwame en toegewijde medewerkers	2	Weinig traffic op website
3	Laagdrempelig acceptatiebeleid	3	Capaciteit (weinig Personeel)
4	Duidelijke afrekenmethode	4	Afhankelijkheid externe financiers
5		5	

Waardeer iedere combinatie met een 0 (geen kwestie)
1 (issue van geringe waarde)
3 (issue)
5 (belangrijke issue)

		sterkten					zwakten				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		Maatwerk kunnen leveren	Vakbekwame en toegewijde medewerkers	Laagdrempelig acceptatiebeleid	Duidelijke afrekenmethode	0	Prijsniveau te hoog	Weinig traffic op website	Capaciteit (weinig Personeel)	Afhankelijkheid externe financiers	0
kansen	1 Doorzetten economische groei	5	5	5	3		1	1	5	5	
	2 Flexibilisering arbeidsmarkt	5	5	3	5		1	0	1	0	
	3 Groei markt Occasions lease	3	3	5	1		3	1	5	5	
	4 Het aantal bijtellingstarieven is vanaf 2017 beperkt tot 2. (4% en 22%)	1	3	3	1		5	3	0	0	
	5 0										
bedreigingen	1 Grote spelers domineren	5	5	5	5		5	5	5	1	
	2 Internet als verkoopkanaal	5	5	3	5		5	1	5	5	
	3 Nieuwe mobiliteitsinitiatieven	3	5	0	0		1	1	3	3	
	4 Toename intermediairs	5	5	3	5		5	5	0	0	
	5 0										



Bijlage 4: Vragenlijst huidige klanten

Huidige B2B klanten

❖ Introductie

- Javier Osses
- Afstudeerscriptie
- Doel: achterhalen wat de voornaamste redenen van komst/vertrek of overstap waren.
- Alvast bedanken voor de tijd
- Toestemming vragen opnemen van interview

❖ Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Bedrijf
- Functie

Algemene vragen over Leasen

- 1) Wat is de reden voor u geweest om te auto leasen?
 - a) Wat vindt u verder voordelen aan auto leasen?
- 2) Wat vindt u de nadelen aan auto leasen?
- 3) Waar voldoet een goed leasebedrijf aan? (Klantbehoeften)
 - a) Welke aspecten zijn voor u het belangrijkste bij de keuze voor een leasebedrijf? Doorvragen
 - i) Prijs
 - ii) Service
 - (1) Onderhoud
 - (2) Schadeherstel
 - (3) Telefooncontact
 - iii) Auto
 - iv) Enz
- 4) Wat zouden redenen zijn voor vertrek bij een leasebedrijf?

Inzicht krijgen in Rebel Lease

- 5) Hoe bent u terecht gekomen bij Rebel Lease?
- 6) Had u voor Rebel Lease al ervaring gehad met autoleasen?
- 7) Waarom heeft u toen der tijd gekozen om te leasen bij Rebel Lease?
 - a) Wat straalde Rebel Lease uit?
- 8) Wat waren de beloftes die Rebel Lease overbracht?
 - a) In welke mate komt Rebel Lease die beloftes na?
 - b) In hoeverre hebben die beloftes invloed gehad op hoe u de dienst heeft ervaren? (waardeperceptie)
- 9) Komen de verwachtingen van Rebel Lease overeen met de realiteit? Doorvragen
- 10) Wat vindt u een kracht van Rebel Lease?
- 11) Wat vindt u een zwakte van Rebel Lease?
- 12) Wat zou voor u een reden zijn om niet meer te leasen bij Rebel Lease?
 - a) Bent u al in aanraking gekomen met zulke redenen?
- 13) Welke acties moet Rebel lease ondernemen om u te behouden als klant?
 - a) Blijft u bij Rebel lease leasen zoals het er nu voor staat?

Waardepropositie

Een waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden

- 14) Stel u moet een keuze maken uit 1 van de volgende 3 waardeproposities, welke vindt u het aantrekkelijkst? En waarom?
 - a) Welke vindt u het slechts? En waarom?

1. *We zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van! (That's Lease)*



2. *'Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next'. (Leaseplan)*
3. *Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. (Rebel Lease)*

- 15) Zou een duidelijkere waardepropositie invloed hebben op uw keuze?
- 16) Wat zou u terug willen zien in een duidelijke waardepropositie?
 - a) Wat zou u terug willen zien in de waardepropositie van Rebel Lease?

Bijlage 5: Vragenlijst ex klanten

Ex B2B klanten

Doel: Achterhalen wat de voornaamste redenen van komst/vertrek of overstap zijn.

❖ Introductie

- Javier Osses
- Afstudeerscriptie
- Doel: achterhalen wat de voornaamste redenen van komst/vertrek of overstap waren.
- Alvast bedanken voor de tijd
- Toestemming vragen opnemen van interview

❖ Algemeen

- Naam
- Leeftijd
- Bedrijf
- Functie

Algemene vragen over Leasen

- 1) Wat is de reden voor u geweest om te auto leasen?
 - a) Wat vindt u verder voordelen aan auto leasen?
- 2) Wat vindt u de nadelen aan auto leasen?
- 3) Waar voldoet een goed leasebedrijf aan? (Klantbehoeften)
 - a) Welke aspecten zijn voor u het belangrijkste bij de keuze voor een leasebedrijf? Doorvragen
 - i) Prijs
 - ii) Service
 - (1) Onderhoud
 - (2) Schadeherstel
 - (3) Telefooncontact
 - iii) Auto
 - iv) Enz
- 4) Wat zouden redenen zijn voor vertrek bij een leasebedrijf?

Inzicht krijgen in Rebel Lease

- 5) Hoe bent u terecht gekomen bij Rebel Lease?
- 6) Had u voor Rebel Lease al ervaring gehad met autoleasen?
- 7) Waarom heeft u toen der tijd gekozen om te leasen bij Rebel Lease?
 - a) Wat straalde Rebel Lease uit?
- 8) Wat waren de beloftes die Rebel Lease overbracht?
 - a) In welke mate komt Rebel Lease die beloftes na?
 - b) In hoeverre hebben die beloftes invloed gehad op hoe u de dienst heeft ervaren? (waardeperceptie)
- 9) Komen de verwachtingen van Rebel Lease overeen met de realiteit? Doorvragen
- 10) Wat vond u een kracht van Rebel Lease?
- 11) Wat vond u een zwakte van Rebel Lease?
- 12) Waarom leaset u niet meer bij Rebel Lease?
 - a) Wat had Rebel Lease beter kunnen doen in uw leaseperiode(s)?
 - b) Leaset u nu bij een andere partij?
 - i) Zo ja, welke en waarom bij die partij?
- 13) Welke acties moet Rebel lease ondernemen om u terug te krijgen als klant?

Waardepropositie

Een waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden

- 14) Stel u moet een keuze maken uit 1 van de volgende 3 waardeproposities, welke vindt u het aantrekkelijkst? En waarom?
 - a) Welke vindt u het slechts? En waarom?

(1) *We zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van! (That's Lease)*



- (2) *'Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next'. (Leaseplan)*
- (3) *Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. (Rebel Lease)*
- 15) Zou een duidelijkere waardepropositie invloed hebben op uw keuze?
- 16) Wat zou u terug willen zien in een duidelijke waardepropositie?
- a) Wat zou u terug willen zien in de waardepropositie van Rebel Lease?



Bijlage 6: Klantenbestand

In verband met de vertrouwelijke informatie mag deze bijlage niet gepubliceerd worden.



Bijlage 7: Uitnodiging respondenten

Geachte ... ,

Mijn naam is Javier Stefaan Osses en ik ben vierdejaars bachelor-student aan de Hogeschool Leiden. Momenteel ben ik voor mijn studie Commerciële Economie bezig met een scriptie-onderzoek over de waardepropositie van Rebel Lease.

In dit onderzoek probeer ik te achterhalen wat de voornaamste redenen voor komst, vertrek of overstap bij Rebel Lease zijn.

Voor dit onderzoek ben ik momenteel al druk bezig met het analyseren van verschillende documenten (zoals marktonderzoeken en concurrentieanalyses), maar om meer diepgang aan mijn scriptie te geven, is het noodzakelijk om persoonlijke ervaringen van (ex)betrokkenen mee te nemen.

Daarom vroeg ik mij af, of het mogelijk is een afspraak in te plannen zodat u mij iets meer kunt vertellen over de ervaringen bij Rebel Lease. Deze interviews duren meestal niet langer dan 30 minuten en ik kan van tevoren de thema's bekendmaken als dat gewenst wordt.

Dit onderzoek zal overigens op geen enkel openbaar platform terechtkomen en zal alleen worden nagekeken door twee scriptiebegeleiders van Hogeschool Leiden.

Als u verdere vragen heeft, kunt u mij altijd bereiken op dit mailadres of onderstaand telefoonnummer.

Ik hoop spoedig uw antwoord te mogen ontvangen.

Met vriendelijke groet(en),

Javier Stefaan Osses

Contactgegevens:

Email: s1090794@student.hsleiden.nl

javier.osses@hotmail.com

Mobiel: +31634286491

Bijlage 8: Overzicht respondenten

14-11-2019	
15-11-2019	➤ Clear Solutions BV, Respondent 1 13:00, Huidige klant ✓
16-11-2019	-
17-11-2019	-
18-11-2019	➤ WVN Consultancy, Respondent 2 14:00, Ex klant ✓
19-11-2019	➤ Goo Media, Respondent 3 10:00, Ex klant ✓ ➤ Hockey Entertainment, Respondent 4 14:00, Huidige klant ✓
20-11-2019	
21-11-2019	➤ TriaCon BV, Respondent 5 9:30, Huidige klant ✓
22-11-2019	➤ Board Engineering, Respondent 6 09:00, huidige klant ✓ ➤ Eichholtz, Respondent 7 15:00, huidige klant ✓
23-11-2019	-
24-11-2019	-
25-11-2019	
26-11-2019	➤ Sales Company, Respondent 8 13:00, Huidige klant ✓
27-11-2019	➤ Hofmeier, Respondent 9 11:00, Huidige klant ✓
28-11-2019	➤ Archol, Respondent 10 10:00, Huidige klant ✓
29-11-2019	
30-11-2019	-
01-12-2019	-
02-12-2019	
03-12-2019	➤ STERCK! Respondent 11 09:30, Huidige klant ✓
04-12-2019	
05-12-2019	
06-12-2019	
07-12-2019	-
08-12-2019	-
09-12-2019	
10-12-2019	➤ JWA Beheer, Respondent 12 09:00, Huidige klant ✓
11-12-2019	
12-12-2019	➤ De Loonfactor, Respondent 13 09:30, Huidige klant ✓
13-12-2019	

Bijlage 9: Datamatrix fieldresearch resultaten

Algemene Lease vragen		
	Vraag 1	Vraag 1B
Respondent 1	Cashflow en liquiditeit	Zekerheid
Respondent 2	Werkkapitaal vrij houden	Gemak
Respondent 3	Liquiditeit	Gemak
Respondent 4	Eigen bedrijf, niet genoeg geld om auto te kopen	Altijd mobiel, geen onverwachte kosten, zekerheid
Respondent 5	Eigen bedrijf en hadden auto's nodig	
Respondent 6	Auto's nodig, kopen niet in het budget	Weinig risico's, onderhoud wordt geregeld
Respondent 7	Eerst eigen auto's kaptot gereden	Minder eigen risico
Respondent 8	Auto nodig zonder risico	Helemaal gedekt, zekerheid
Respondent 9	Eerst eigen auto's maar kostte te veel tijd	Werkkast weghalen, gemak
Respondent 10	Altijd auto's nodig voor bedrijfs taken	Ontzorgen, huren duurder dan leasen
Respondent 11	Stukje comfort	Gemak
Respondent 12	Voor het eerst elektrische auto, en had weinig verstand van elektrische auto's vandaar voor zekerheid gekozen	Ontzorgen, gemak
Respondent 13	Investering in auto vind ik zonde.	Altijd nieuwe auto, zelf bepalen hoe lang je hem wilt. Betrouwbaarheid.
Respondent 14		
Respondent 15		
Respondent 16		
	Reden Leasen algemeen	Voordelen
	Auto nodig, kopen te duur, 6x	Gemak. 5x
	Werkkapitaal vrij houden. 3x	Zekerheid/ betrouwbaar. 5x
	Auto nodig zonder risico. 3x	Ontzorgen. 4x
	Comfort. 1x	Nieuwste auto rijden. 1x

Vraag 1B		Vraag 2	
Zekerheid		Kosten	Contractverplichtingen
Gemak		Hoop inflexibiliteit	
Gemak	Zekerheid	Kosten	Langdurige contracten
Altijd mobiel, geen onverwachte kosten, zekerheid		Prijs	
		Prijs	
Weinig risico's, onderhoud wordt geregeld		Betaald meer geld	Lange contracten
Minder eigen risico		Alleen de prijs	
Helemaal gedekt, zekerheid		Duurder	
Werklust weghalen, gemak.		Inname protocol, bedrijven die geld proberen te maken ten koste van andere.	
Ontzorgen, huren duurder dan leasen		Afhankeijk van voorwaarden	
Gemak		Geen nadelen	
Ontzorgen.	Gemak	Kosten, als je de financiën hebt ben ik een voorstander van kopen	
Altijd nieuwe auto, zelf bepalen hoe lang je hem wilt	Betrouwbaar	Niet de meest goedkope manier van rijden. Enige nadeel.	
Voordelen		Nadelen	
Gemak. 5x		Prijs/ kosten. 9x	
Zekerheid/ betrouwbaar. 5x		Contractenverplichtingen. 5x	
Ontzorgen. 4x		Inname protocol, bedrijven verdienen geld ten koste van andere. 1x	
Nieuwste auto rijden. 1x		Geen nadelen. 1x	

Vraag 4

Goede communicatie	Service en prijs in verhouding	Comfortabele auto's	Flexibiliteit
Breed aanbod auto's,	Duidelijke propositie	Concurrerend geprijsd	
Ten eerste prijs, 2de Flexibiliteit	3de persoonlijk contact		
Goede service, persoonlijk contact	Te betalen prijs.		
Goede prijs, hoog serviceniveau. Auto lage bijtelling belangrijke factor.			
In de basis zijn ze allemaal hetzelfde, goede service, proactief Niet te duur			
Berijder ontzorgen	Directe lijnen, persoonlijk contact	Prijs binnen het budget	
Meedenken, klantvriendelijk		Goede prijzen	
Goed imameprotocol, goed bereikbaar	Transparant & eerlijk	Betaalbaar	
Persoonlijk, niet te groot. Flexibel			
Scherpe Prijs	stuk service	bereikbaarheid voor het snelle schakelen	
Uiteraard goede service, dienstverlening (hoe goed zij ontzorgen)		Hoge ontzorgingsfactor aanwezig.	Concurrerende prijs
Persoonlijk contact belangrijk (moeten weten wie ik ben)		Duidelijkheid (niet dat ik achteraf voor verrassingen kom te staan)	Hierna volgt voor mij de prijs (behalve als er een heel groot verschil is komt dit als eerste)

Aspecten goed leasebedrijf
Betaalbare prijs. 12x
Flexibel. 3x
Persoonlijk contact/communicatie/ service. 11x
Aanbod auto's. 2x
Duidelijkheid. 3x
Berijder ontzorgen. 2x

Vraag 5

Inflexibel	Slechte communicatie	:
Slecht bereikbaar	Extra kosten bij inlevering auto	
Star zijn, niet flexibel.		
Nalatige service, weinig persoonlijk contact		
Een nummer voelen	Prijs wordt te hoog	te laag service niveau.
Slechte service belangrijkste.		
Als ze gaan piepen, je investeert veel geld wil je niet betalen voor onzin.		
Prijs enorm omhoog		
Collega's voelen zich niet meer prettig in de auto, slecht inlever protocol.		
Verhoging prijs	Minder flexibel	
Financieel net meer haalbaar.	stuk service wegvallen (dingen zijn niet meer mogelijk, betaalt groot bedrag en dan moet het ook goed geregeld zijn, het te veel tijd gaat kosten.)	
Service slecht blijkt te zijn (communicatie stagneert, geen bereikbaarheid, oplossingen niet naar je zin zijn).		
Te hoge prijzen.	Mooie praatjes maar na een maand niet eens meer weten wie ik ben (beschouw ik als hele slechte service).	).
Redenen vertrek leasemaatschappij		
Inflexibel. 3x		
Slechte service. 9x		
Prijsstijging/ extra kosten. 6x		
Onprettige auto ervaring. 1x		

Inzichten Rebel Lease

Vraag 6

Internet, Ivo

Rebel Lease medewerker oud collega, Rebel Lease ondersteunde aantrekkelijke constructie.

Via SuperShortlease binnen gekomen

Doorgekoppeld

Eigenaar kende Ivo

Via HuurMij Superhortlease, zo in contact gekomen met Ivo.

Via Multirent, Leasemaatschappijen uitgenodigd en toen keuze voor Rebel gevallen, That's Lease was ook goed maar net iets duurder.

Via hoofdkantoor in Leiden.

Via HuurMij. Trea.

Huur al vanaf 97 bij HuurMij. Toen bij oprichting Rebel overgestapt de long lease in.

Eerst auto's bij SuperShortlease, zo bij Rebel gekomen. Concept past goed bij ons

Via Fred, een goede vriend van mij. Dus eigenlijk Via Via binnen gekomen.

Toevallig via internet terecht gekomen bij SuperShortlease. Toen uitgenodigd voor een gesprek en het gevoel was meteen goed.

Terecht gekomen bij Rebel

SuperShortlease/ HuurMij. 6x

Via Via. 7x

Vraag 7

Multirent, Tristi en Leaseplan
Leaseplan en Terbergen, door omvang mindere service.
Grote spelers, goedkoper
Topsportlease
Athlon te afstandelijk
Rijdt Tesla bij andere maatschappij, is goedkoper
Multilease, achilleslease
Nee
Multilease, Volkswagen pon wordt nog steeds geleased. Multilease preferred supplier. Dutchlease weggegaan ivm inflexibiliteit.
HuurMij, Supershortlease.
Supershortlease, Jongtimer Lease
Grote spelers, prijs belangrijkste enige waar je op kan vergelijken. Leas prijs belangrijkste factor.
Shortlease Nederland, te duur en kwamen afspraken niet na. Toen verder gaan zoeken.
Anderen Leasemaatschappijen
Concurrenten. 7x
Anderen partijen. 6x
Niks. 1x

Vraag 8	
Straalde jeugdigheid en enthousiasme uit	
Niet naar gekeken, constructie heeft mij over de streep getrokken	Helderheid, flexibiliteit, Ontzorgen
Plezier, klein en flexibel	Na niet per se belofes, moet gewoon in orde zijn.
Flexibiliteit, jong bedrijf	Belofes over omzetting van contract
bevoegenheid, enthousiasme	Flexibel contract, Rebels
Jeugdigheid, Rebels bedrijf anders dan andere.	Contractafspraken
Persoonlijkheid, toegankelijkheid en betrokkenheid	Goede service, Flexibiliteit waardoor ik zaken met ze ben gaan doen
Jong bedrijf	Meedenkend
Persoonlijke wat HuurMij ook had	Niet meegegeven
Jong met veel zin, maar ook eerlijk. Ze gaven aan dat ze misschien last konden hebben van opstartproblemen.	Je neemt een auto, je krijgt een contract. En zodra er iets is wordt het geregeld.
Zagen er vlot uit, naam vond ik grappig.	Flexibel bij eventueel vertrek, eelijk.
Persoonlijk karakter, niet te grote omvang. Rechtstreek contact met de mensen die de beslissingen nemen (goede servicverlening)	wij hebben ons niet laten over halen door belofes. Qua service wel erg tevreden.
Geïnteresseerd in kleine ondernemingen en daarop ingesteld. Flexibele contracten. Helder en duidelijk.	Goede service hebben zij mij wel beloofd
	Flexibiliteit, dat ze met je meedenken (kijken echt wat bij jou past)
Uitstraling Rebel lease	Belofes
Jeugdigheid. 5x	Flexibiliteit. 5x
Flexibiliteit. 3x	Goede service. 4x
Betrokkenheid/ persoonlijk. 2x	Meedenkend. 1x
Enthousiasme. 3x	Contractafspraken. 3x
Eerlijkheid. 2x	Geen belofes. 2x
Constructie. 1x	
Vlot. 1x	
Geïnteresseerd. 1x	

Vraag 9A		Vraag 9B	
Keuring gedaan, niks aan te merken hoe zij hun leaseproduct uitvoeren		Grote invloed, ze overtreffen de beloftes	
Na bij verlening van de auto werd het contract omgezet, waardoor ik voordeliger uit was		Ija toch wel, anders niet bij deze leasepartij gestart	
Rebelse niet perse terug te zien		Grote invloed, door die beloftes lease ik er nog wel is	
Perfect nageleefd		Tevreden, maar ze komen het niet helemaal na in mijn ogen	
Goed, nog steeds positief over de goede service		Blij dat ze afspraken nakomen	
Komen alles na		Ze komen het na, hierdoor erg tevreden	
		Ze maken waar wat ze zeggen wat voor een positief gevoel zorgt.	
Ze maken waar wat ze zeggen		Door HunMij verwachtingen, maar beloftes niet invloed op hoe ik het ervaar.	
Na het is nog niet nodig geweest. Maar wel ooit een keer tijdens een herberekening geld terug gekregen.		Grote invloed, anders waren wij niet met ze in zee gegaan.	
Erg tevreden komen alles keuring		Na niet perse, maar ik ben gewoon tevreden over de service. Altijd wel geweest	
Ija zeker, tot nu toe gering contact gehad maar ging allemaal uitstekend. Ik had er een goed gevoel bij.		Ija zeker, ik ga ervanuit dat als er iets is dat zij altijd zo blijven handelen. Maar het liefst hoop ik dat het jarenlang niet nodig hoeft te zijn.	
Absoluut alles nagelkomen, vorig jaar auto ingeleverd en toen kreeg ik zelfs nog geld terug.		Zeker want ze komen alles na. Zelfs nog beter dan ik had verwacht.	
Welke mate beloftes nagelkomen		Beloftes invloed gehad op dienst ervaaring	
Geen aanmerkingen, komen alles keuring na. 10x		Grote invloed. 9x	
Komen niet alles na. 1x		Matige invloed. 3x	
		Geen invloed	

Vraag 10	Vraag 11
Overtreffen de verwachtingen	Flexibiliteit, overperformen
Alles in orde, geen klachten, verre van.	Constructie die ze hanteerde met mijn gekochte auto
Zeker ze komen hun beloftes goed na, hierdoor goede ervaringen	Super flexibel, niet vast aan langdurige contracten, occasions
Over de service zeker, Rebels mijn vraagtekens	Flexibel, meedenkend
Ja ze komen alles na	Klantgericht, persoonlijk, schadeafhandeling
Zeker en nog beter	Alle vormen van leasen, bedrijvengroep, meedenkend.
Ja dat wel, doen alles wat ik nodig heb	Persoonlijkheid, snel schakelen, meerdere labels.
Ja ze maken precies waar wat ze aangeven	Occasions, bij elke kwifit of dealer afleveren, vervangend vervoer
Alles wat ze zeggen klopt gewoon, ze doen alles om het zo goed mogelijk te regelen.	Persoonlijke aanpak, maatwerk.
Ja zeker absoluut. Ik ben een hele tevreden klant	Flexibiliteit, korte lijntjes, soepele schade afhandeling.
Ja zeker echt goed	Snel schakelen (bereikbaarheid), wordt erg meegedacht
Absoluut komen gewoon alles netjes na	Omvang vind ik krachtig aspect Bij grote leasebedrijven ben je een nummertje
	Flexibel contract
Verwachtingen overeen met Realiteit	Kracht Rebel Lease
Overtreffen. 5x	Flexibiliteit/ leasevormen. 7x
Komen het na. 7x	Occasions. 2x
Komen het niet na	Meedenkend/ klantgericht/ persoonlijk. 6x
	Korte lijntjes. 2x
	Omvang. 1x

Vraag 12		Vraag 13
Automatisering en facturatie onconsistent		Herhaaldelijke fouten, afspraken niet nakomen
Zeker weten de te hoge prijs	*	*
Duurder dan grote spelers	*	
Commerci�ler zijn, naam Rebel	Service verslechterd	
Tijdje slechte schadeapp	Nummerijte van ons maken, prijs enorm verhogen, serviceniveau verlagen	
Kunnen niet elke auto leveren, prijzen soms te hoog	Service verslechterd	
Ik niks, mijn collega's vinden ze soms te klein.	Ik den niet weg te krijgen	
Nog niks ondervonden	Prijs enorm verhogen	
Soms prijs, bij te hoge prijzen sluit ik niks af bij Rebel	Slecht innameprotocol. Hele hoge prijsstijging.	
We moeten soms heel snel beslissen.	Prijs verhoging, minder flexibel	
in mijn beleving heb ik nergens last van	Collega's niet meer blij met de service (schakelen namelijk belangrijk voor ons). Elders veel betere deal kunnen krijgen	
Nee heb ik nog niet ondervonden, communicatie goed, facturatie goed, administratie loopt goed.	Puur financiële reden. Leasen op den duur duurder dan kopen.	
Voor grote organisaties denk ik te klein	Stel Ivo zou weggaan en het verandert ineens allemaal	
Zwaktes Rebel lease	Reden om niet meer te leasen bij Rebel lease	
Prijs. 4x	Serviceniveau verslechterd. 5x	
Naam. 1x	Prijsstijging. 6x	
Auto aanbod. 1x	Minder flexibel. 1x	
Overig. 3x	Afspraken niet nakomen. 1x	
Niks. 4x	Niet weg te krijgen. 1x	
Te klein voor grote organisaties. 1x	Vertrek Ivo. 1x	

Vraag 13B	Vraag 14
Alles gaat perfect	Zo doorgaan
*	*
*	*
Brandstof voorschot beter inschatten	Tevreden, leasetermijn mag iets flexibeler
Aflevering brandstofpasje sneller	Ja enorm tevreden
Hoeft niks anders, alles gaat goed	Intentie om te blijven is er, hecht veel waarde aan de geleverde service
Ooit hadden ze een telefoonbandje, daar was ik minder tevreden over	Doorgaan met wat ze doen
Nee	Zo doorgaan, vorige week nog verlengd
Ja 1x last gehad van prijsstijging door jaarlijkse indexatie. Moet niet te vaak gebeuren.	Zo doorgaan, ik ben meer dan tevreden.
Tot op de dag van vandaag nog niet	Flexibel blijven
Ze hoeven niks te veranderen in mijn ogen	Gewoon doen wat ze nu doen, ik ben hartstikke tevreden over ze
Geen verbeteringen tot nu toe, weinig contact gehad maar dat is juist een goed teken	Na ze kunnen niks doen. Stel ik vind voor dezelfde auto een goede koopdeal heb ik geen leaseauto meer nodig.
Geen	Zoals het er nu voor staat denkt geen haar op mij hoofd om weg te gaan
Verbeteringen leaseperiode Rebel lease	Acties om klant te behouden
Niks. 7x	Doorgaan met wat ze doen. 8x
Verbetering inschatting kosten. 2x	Flexibel blijven. 2x
Geen telefoonbandjes. 1x	Stel ik vind een goede deal voor koop heb ik geen leaseauto meer nodig. 1x
Aflevering brandstofpasje. 1x	

Waardepropositie

Vraag 15

Rebel Lease beste, doen zichzelf alleen te kort met zo'n propositie. Leaseplan slechtste, niks zeggende teksten

That's Lease beste, duidelijk geeft wat je kan verwachten. Leaseplan slechtste, heb ik niks mee. Rebel Lease, iets te wollig, je kan je eigen interpretatie eraan geven.

That's Lease beste, beste oplossing stel ik namelijk enorm op prijs. Leaseplan slechtste, te breed met een slecht marketingverhaal.

Leaseplan beste, sluit goed aan bij deze tijd. Rebel Lease slechtste, mooie woorden maar onduidelijk, je kan er te veel een eigen draai aan geven.

That's Lease beste, helder transparant, straalt kracht uit. Leaseplan slechtste, maakt product wel heel klein door focus duurzaamheid. Rebel Lease, vage omschrijving, zet zichzelf te klein neer.

That's Lease beste, concreet. Leaseplan slechtste, slap gelul.

That's Lease beste, verteld de waarheid. Rebel Lease 2de, leuk maar te mooi verpakt. Leaseplan slechtste, groen gelul, auto's zijn milieuvriendelijk.

Rebel Lease gelijk, spreekt goed tot de verbeelding. That's Lease gelijk, simpeler maar daardoor juist goed. Leaseplan slechtste, hippe woorden bij elkaar en hopen dat het aanslaat.

That's Lease beste, duidelijk helder en transparant. Rebel Lease slechtste, Bla, Bla, op avontuur doe normaal, een auto is een auto. Leaseplan, innovatief en duurzaam leuk, maar voor de toekomst.

Rebel Lease beste, wij zijn ook klein dus ik kan onszelf erin herkennen. That's Lease slechtste, woordje altijd suggereert naar iets wat je toch nooit kan waarmaken.

That's Lease beste, inhoudelijk sterk. Leaseplan slechtste, past niet bij een leasemaatschappij. Rebel Lease 2de, klinkt spannend voor een jonger iemand, maar wij willen gewoon duidelijkheid.

Rebel Lease beste, omvang spreekt aan. Vond ik het meest duidelijk. Leaseplan slechtste, zo'n reclameman die mooie termen verzint.

That's Lease beste, pakkend, helder te begrijpen. Leaseplan slechtste, leasemaatschappij kan niet innovatief zijn, je moet het doen met het wagenaanbod van de fabrikant. Rebel Lease 2de, moet je eerst tot je laten doordringen.

Mening waardeproposities

That's Lease beste. 3x (Positief. Duidelijk, helder & transparant, concreet, simpel)

Rebel Lease beste. 4x (Positief. Doen zichzelf te kort, spreekt goed tot de verbeelding, kleine partij spreekt aan)

Leaseplan beste. 1x (Positief. Sluit goed aan bij deze tijd)

That's Lease slechtste. 1x (Minder. Woordje altijd)

Rebel Lease slechtste. 2x (Minder. Te wollig, zelf te interpreteren, mooie woorden maar onduidelijk, vaag, te mooi verpakt, avontuur liefst vermijden)

Leaseplan slechtste. 10x (Minder. Niks zeggende tekst, marketingverhaal, te veel focus op duurzaamheid, slap gelul, groen gelul, te hippe woorden)

Vraag 16

Ja, eerder geneigd contact te leggen. Vervolgens moet eerste contact goed zijn.

Bij mij niet, ik laat mij volledig leiden door de prijs.

Ja en nee, natuurlijk ga ik niet met bedrijven in zee die niet de juiste beloftes meegeven. Maar ik kijk per contract wat ik nodig heb

Zeker, het helpt bij het overtuigen van de doelgroep

Ja, spreekt doelgroep aan, als je het kan waarmaken is de klant 100% over de brug

Levert een bijdrage, combinatie met eerste klantencontact. Schept wel duidelijkheid.

Ja zeker, alleen als je het waarmaakt. Werkt versterkend

Zeker, het beïnvloedt je onderbewuste keuze.

Ja denk ik wel, transparante waardepropositie zou mij over de streep trekken, leuke uitjes alleen niet.

Ja zeker, bij goed gebruik helpt het. Bij slecht gebruik werkt het averechts.

Ja bij mij wel, net als een boek. Zegt kort waar je voor staat.

Ja natuurlijk kan het helpen, je moet natuurlijk wel iets lezen op de website dat aanspreekt.

Ja zeker, het heeft mij namelijk getriggert.

Duidelijke waardepropositie invloed op uw keuze

Zeker. 10x (Helpt doelgroep overtuigen, levert een bijdrage maar eerste klantencontact moet ook goed zijn, schept duidelijkheid, beïnvloedt onderbewuste keuze)

Ja en nee. 2x (Ik kijk per contract wat ik nodig heb, bij slecht gebruik werkt het averechts)

Nee. 1x (Prijs belangrijkste)

Vraag 17		13*	13A*
Wat lever je, hoe lever je, waarom lever je.			
Termen als transparant	meedenkend, zoeken naar oplossingen.	Konden modellen niet scherp genoeg prijzen	Deden eigenlijk alles
Meedenken, oplossingen bieden		collega werd ontslagen	betreft te hoge prijs.
Innovatie, persoonlijk contact op maat, Flexibel		Jaarcontract niet verlengd van de medewerker	Alles in principe goed gedaan
Persoonlijke benadering, iedere klacht wordt afgehandeld.			
That's lease vat een goede waardepropositie samen, concreet en duidelijk			
Persoonlijkheid, meedenkend, verdiepen zich in jouw organisatie.			
Kernwaarden in maximaal 2 zinnen.			
Helder, transparant. Kleinschalig niet, klinkt negatief.			
Niet zo groot, flexibel. Ervaring autoverhuur	Korte lijntjes		
Service op maat, Snel schakelen (snelle communicatie)			
Persoonlijk, betrokken, meedenkend met de klant vooral. Niet te groot, klein zit niemand op te wachten.			
Toegankelijk, persoonlijk, en dat ze met je meedenken			
Aspecten volgens klanten voor waardepropositie (Rebel lease)		Waarom leaset u niet meer bij rebel?	Wat had Rebel Lease beter kunnen doen in de leaseperiode?
Transparant/ concreet/ duidelijk. 3x		Te hoge prijs. 1x	Deden eigenlijk alles goed. 2x
Meedenkend/persoonlijk/ zoeken naar oplossingen. 9x		Medewerker ontslagen. 2x	Prijs te hoog. 1x
Flexibel. 2x			
Kernwaarden. 2x			
Ervaring autoverhuur. 1x			

13B *

Ja lease bij een andere partij omdat zij wel concurrerend kunnen aanbieden, stel je betaald voor een auto 20 eu meer dan bij een ander dat x 48 tilt wel aan Grote spelers, langdurige contracten zijn daar gewoonweg goedkoper

Leaset u bij andere partijen? En waarom?

Goedkoper. 2x

14*

Opnieuw, prijs verlagen.

Ik ben nog steeds klant, soms ben ik er en soms ben ik weg. In de toekomst misschien langdurige contracten bij jullie afsluiten.

Wat moet Rebel doen om u terug te krijgen als klant?

Prijs verlagen. 1x

Niks, zo nu en dan weer terug. Misschien in de toekomst langdurige contracten afsluiten. 1x

Bijlage 10: Transcripties

Respondent 1

IV	Allereerst superfijn dat u even de tijd heeft om mij te helpen met mijn onderzoek. Ik zal mij eerst even voorstellen ik ben javier osses, ik ben 23 jaar. Verder studeer ik commerciële economie en doe ik aan topsport. Dit interview neem ik af voor mijn afstudeerscriptie. Zou u uzelf kunnen voorstellen?
RS	Ja natuurlijk ik ben....
IV	Dat is ook de reden dat ik u benaderd heb. Ik zag u in het klantenbestand staan van Rebel Lease. In mijn scriptie ga ik proberen het bedrijf een boost te geven, dit ga ik doen door de waardepropositie van het bedrijf te onderzoeken. Het interview dat ik nu ook ga afnemen wil ik erachter komen wat de voornaamste redenen van komst van mensen zijn, maar ook wat ook belangrijk is waarom mensen vertrekken of overstappen naar een andere leasemaatschappij. Zo heb ik ook mijn interview opgesteld, eerst heb ik een paar algemene vragen over het leasen. Daarna ga ik iets meer in het bedrijf Rebel Lease en de ervaringen die u daarmee heeft. En als laatste ga ik nog iets dieper in op de waardepropositie. Om te beginnen wat is voor u de reden geweest om te gaan autoleasen?
RS	De reden om te gaan leasen had destijds met namen te maken met de cashflow en liquiditeit. Op het moment van starten van het bedrijf wil je niet al bedrijfsgeld in auto's stoppen. Als je vier vijf auto's moet gaan financieren met startkapitaal dat heeft niet echt veel zin. En om zo veel mogelijk geld over te houden voor de reguliere business dan is leasen op zich geen gek plan.
IV	Oke dat klinkt hartstikke duidelijk, zoals u het nu schets ondervindt u veel voordelen. Maar kent het autoleasen ook nadelen?
RS	Autoleasen kent zeker een nadeel, want wat opzich een logisch nadeel is. Men zoekt naar zekerheid maar dan kom je vaak wel in de knel te zitten met langdurige leasecontracten. Dat is natuurlijk een nadeel omdat je een verplichting hebt. Maar in principe is dat best logisch. En natuurlijk als je alle kosten bij elkaar optelt is het wel duurder omdat er ook een bedrijf aan moet verdienen. Je kan ook zelf een auto kopen maar wil je dat risico zelf lopen? Dus er zitten wel nadelen aan maar ik vind ze niet zo.
IV	Nee dus de voordelen vindt u zwaarder wegen dan de nadelen waardoor u toch hebt gekozen om te autoleasen?
RS	Naja bij Rebel lease, daar kom je waarschijnlijk later op. Maar de combinatie van leasen en huren. Maar het leasen bij Rebel Lease is dusdanig flexibel waardoor de keuze dusdanig makkelijk wordt. De nadelen zijn daar dusdanig klein dat het allemaal heel makkelijk wordt.
IV	Natuurlijk de flexibiliteit die zij bieden
RS	Ja met contracten van een minimum van 4 jaar dan zou ik er wat meer moeite mee hebben.
IV	Ja dat begrijp ik, waarom denk je leasen op het moment zo populair is?
RS	Ik denk dat dat heel simpel is dat je je risico's afbakt als ondernemer. Ongeacht wat het kost, weet je precies wat het kost het is heel voorspelbaar. Het heeft met alle onzekerheid in de politiek te maken want die verandert nog wel is, dus als jij niet weet wat zij gaan doen dan is wel handig om je daar niet te veel aan op te hangen. Ja ik denk dat dat vooral redenen zijn om te gaan leasen.
IV	Duidelijk, en als we dan kijken naar leasebedrijven waar voldoet volgens jou een goed leasebedrijf aan?
RS	De reguliere kenmerken vind ik persoonlijk van een leverancier, als die nou leaseauto's levert of krentenbollen. Als je er altijd van op aan kunt, men communiceert goed en men denkt mee dan heb je een prettige leverancier te pakken. Er zijn er namelijk meerdere die het kunnen maar je moet je toch onderscheiden door de klant naar ze zin te maken.
IV	De service, als we dan iets dieper op de aspecten ingaan. Prijs, hoe belangrijk is prijs voor u?
RS	Uiteindelijk is dat ook belangrijk, je wilt natuurlijk niet te veel betalen. Maar uiteindelijk heeft alles zijn prijs, ook flexibiliteit. Bijvoorbeeld de lease die wij kiezen zal niet de goedkoopste zijn, maar dat weten wij bij onze keuze.
IV	Maar is u neemt het voor lief om iets meer te betalen als de service dusdanig goed als het volgens u het waard is?
RS	Ja precies, dan kost het toch iets meer maar dan hoeft u niet eindeloos te regelen, maar dat kost inderdaad zijn prijs.

IV	Oke, en hoe belangrijk zijn de auto's voor u? Want in hoeverre is het voor u belangrijk dat u de nieuwste en dikste bakken rijdt?
RS	Nou voor mij en mijn collega's is het wel fijn als wij comfortabele modellen rijden. En tegen de voorwaarde die acceptabel zijn. Kijk het voordeel bij Rebel Lease is dat ze ook een verhuurbedrijf hebben, dus stel er is iets mis met de auto kan de auto makkelijk vervangen worden. En stel een auto komt niet ongemarkeerd terug kunnen zij die inzetten in de huurvloot. Dus dat maakt het heel makkelijk voor ons om voor hun te kiezen.
IV	Ja dat is inderdaad wel echt een voordeel wat zij hebben, omdat zij natuurlijk ook een heel groot wagenpark hebben wat makkelijk inzetbaar is.
RS	Ja precies en dat supershortlease, dat je auto's voor een korte tijd kan leasen
IV	Nee dat is inderdaad een voordeel wat ik vaak hoor.
RS	Die combinatie met het personeelrisico dat u dan loopt. De risico's van medewerkers gecombineerd met andere risico's van werkplekken en spullen die ze nodig hebben. En dan nog een auto, je zou maar 4 jaar vast zitten aan een nieuwe auto en na 2 maanden erachter komen dat deze medewerker niet de juiste is.
IV	Hahah nee dat is niet ideaal.
RS	Met de constructie die zij hebben loop je in die situatie gewoon minder risico.
IV	Nee ik doe dit onderzoek mede omdat ze merken dat de supershortlease super goed loopt, en Rebel Lease minder goed loopt omdat mensen daar wat langer vast zitten aan een contract. Maar ze zien graag meer mensen richting Rebel lease gaan. Na wat zou voor u een reden zijn om weg te gaan bij een leasebedrijf. Wat zouden ze u eigenlijk moet flikken om u weg te krijgen?
RS	Uhm als mensen zich enorm inflexibel opstellen, dat uiteindelijk alles jouw probleem wordt. En als ze hun afspraken niet nakomen, dat is natuurlijk punt 2. En daarnaast slecht communicatie, als dat dan ook niet meer goed gaat. Er hoeft maar 1 keer iets met incasso's te gebeuren en dan ben je er al snel klaar mee.
IV	Ja, want hoe loopt de communicatie nu kijkend naar Rebel lease.
RS	Naja niet overdreven maar eigenlijk gewoon perfect.
IV	Ja gewoon eigenlijk wat u verwacht?
RS	Ja na eigenlijk veel meer dan dat. Ze verassen je wel is, ze komen zo af en toe wel is langs. Of ze nodigen je uit voor iets leuks. Naja bijvoorbeeld de laatste auto die ik teruggebracht 2 maanden geleden, die was 3 jaar oud en dan komt er daar was voor 125 euro een dashcam ingebouwd. Uitbouwen kost geld en opnieuw inbouwen kost, en dan krijg je opeens 2 weken later een belletje van je bent vergeten je dashcam eruit te halen. Dus ik van neejoh laat maar zitten is te veel moeite, kreeg ik te horen van hen oh neejoh kleine moeite maar we hebben hem er al uit gehaald. Dat zijn toch die positieve waarvan ik dan toch denk super.
IV	Ja dat is leuk, fijn dat u dat gevoel eraan overhoudt want dat is natuurlijk belangrijk voor het bedrijf maar ook goed om te horen. Want we hebben nu een beetje de algemene vragen behandelt. Maar nu ga ik wat dieper in op het bedrijf zelf om daar wat diepere inzichten over te krijgen. Allereerst hoe bent u ooit bij dit bedrijf terecht gekomen?
RS	Gewoon via internet. Zo zijn wij eigenlijk bij Ivo terecht gekomen. Hij werkte namelijk eerst ergens anders maar we zijn eigenlijk altijd aan Ivo blijven plakken. Ook vanwege wat ik net aangaf, communicatie, positiviteit en meedenken.
IV	En u bent dus niet via de supershortlease binnen gekomen wat ik vaak hoor?
RS	Nee want zij bestaan nog geen 11 jaar, en we zijn met Ivo meegelift naar supershortlease en noem maar op.
IV	Dat is leuk om te horen, want zoals u net al aangaf heeft u hiervoor ervaring gehad met autoleasen. Bij welk bedrijf was dat?
RS	Eerst bij Tristi en Leasenplan daarna multirent waar Ivo heeft gezeten.
IV	En toen uiteindelijk bij Rebel Lease terecht gekomen?
RS	Ja eigenlijk vanaf het begin van het bestaan.
IV	Maar wat vond u toen u voor het eerst in aanraking kwam met Rebel Lease, wat straalde ze uit?
RS	Uhm stukje jeugdigheid, elan, ze hebben er zin in zeg maar. Ze gaan er elke dag voor.
IV	En dat sprak u meteen aan?
RS	Ja absoluut en een beetje dezelfde humor en het enthousiasme van Ivo en Bauke die wij allang kende. Wel gecharmeerd door dat hele clubje.

IV	Ik vind het altijd wel leuk dat veel mensen echt de medewerkers bij naam kennen in dat merk je wel dat die communicatie echt goed is.
RS	Ja zeker
IV	Ja dat is leuk om te horen. Welke beloftes bracht Rebel Lease bij jou over? Wat zouden ze voor jou betekenen?
RS	Na beloftes wil ik het niet noemen. Want ze maken het gewoon waar. Ze zijn heel helder in wat ze bieden. Kijk ze kunnen aangeven dit is het assortiment. Dit zijn de voorwaarden, zo kunnen wij flexibel zijn en met je meedenken en dat is het, geen verrassingen.
IV	Ja maar u zegt ja ze komen het gewoon na. Maar dan is er kennelijk wel iets tegen u hebben gezegd, van ja dit en dat gaan wij leveren, maar wat was dat precies?
RS	Uhm dat is een auto met bepaalde voorwaardes met de mogelijkheid om die vervroegd in te ruilen, tegen een bepaalde prijs met een bepaalde services.
IV	Maar dat beloven andere leasemaatschappijen ook. Waarom hebt u dan toch voor Rebel Lease gekozen?
RS	Na ik weet gewoon dat ik betaal voor iets en dat zij mij gaan ontzorgen. En dat hebben ze ook altijd waargemaakt dus ik vertrouw erop dat dat altijd zo zou zijn. Dat is niet de belofte die ze specifiek doen maar dat stralen ze uit en dat komen ze ook na.
IV	Want toen ik zelfonderzoek ging doen kon ik niet precies en met mensen praatte konden ze niet precies aangeven wat hun USP was. Maar als u het om deze manier aangeeft kunnen ze er misschien wel iets meer uithalen. Want het is dus kennelijk waar ze wel echt heel goed in zijn. In hoeverre hebben die beloftes invloed gehad op hoe u de dienst nu ervaart.
RS	Ja maar ik denk dat een sterkte van het bedrijf is dat zij altijd die belofte overtreffen. Je kan beter gewoon doen in je propositie en dat geweldig nakomen, in plaats van de hemel beloven en dat niet nakomen. Want ik heb nu voor het eerst op hun website gekeken en zij geven dan aan dat leasen anders kan maar ook makkelijker. Maar zelf vind ik nog sterker met minder zorgen zou misschien nog sterker zijn. En als zij dan aangeven wij zijn een klein ambitieus club zijn en wij gaan graag met u op avontuur, ik denk dat het geen avontuur is maar dat zij je juist gaan helpen. En dat zij dat soort dingen voor hun rekening nemen waar jij niet zo een zin in hebt en geen omkijken naar wil hebben. Dat zij dat dan gewoon vlekkeloos voor je regelen, dat zijn wel dingen die ze voor mij uitstralen.
IV	Ja want iedereen interpreteert het natuurlijk anders wat zij inderdaad aangeven. Want wat zij bijvoorbeeld op hun website zetten kan heel veel kanten op. Je kan het als iets heel positiefs ervaren, maar het kan ook zo zijn dat je eigenlijk niet precies weet wat je gaat krijgen.
RS	Nee voor mij is het namelijk veel te algemeen, dit zou inderdaad iedereen kunnen roepen.
IV	Nee maar ik ben daar naarmate van mijn onderzoek toch achtergekomen. Wat vindt u nou echt de kracht van Rebel Lease?
RS	Het grootste voordeel vind ik dat zij altijd overperformen.
IV	Ja en dat met de juiste communicatie? En het juiste aanbod?
RS	Ja ze kunnen toch altijd wel datgene voor jou doen wat jij wilt. Ze kunnen jou zeker helpen met de dingen die je verwacht, ze zorgen dat jouw verwachtingen kloppen. Dus dat je zeg maar een acht verwacht maar ze leveren altijd een 9 of 10. Het zijn 2 dingen, ze verkopen geen onzin, maar ze maken het ook meer dan waar. Dat zijn hun sterkste dingen.
IV	Oke dat is erg duidelijk geformuleerd. U bent zoals ik het aanhoor heel positief. Maar is er iets binnen het bedrijf wat u toch zwak vindt. Waarvan je denkt ja dat kunnen ze wel beter doen.
RS	Nou automatisering en facturatie is nog niet op het niveau van waarop zij zelf acteren.
IV	Dat zie ik niet heel goed voor me omdat ik daar iets minder mee betrokken ben, maar hoe gaat dat dan ongeveer?
RS	Na het is niet altijd consistent. De ene keer komt het uit die hoek, dan denk ik daar kan je nog een stukje professionaliteit in bereiken. Gewoon dat de factuur voor de incasso komt. Ik heb er geen last van maar het is toch iets professioneler. Kijk ik heb er geen last van.
IV	Maar toch zou het het wel beter maken?
RS	Ja precies.
IV	Wat zou voor u een reden zijn om niet meer te gaan leasen bij Rebel Lease?
RS	Ja, ik heb geen reden om weg te gaan bij Rebel Lease tenzij ze het verkloten. Maar goed dan is uiteindelijk is dan de koek op. Als ze herhaaldelijk de fout in gaan en als ze de afspraken niet meer

	nakomen. Kijk het blijft toch een zakelijk overeenkomst, dan kunnen de mensen nog zo aardig zijn maar als het bedrijf er last van heeft dan gaan ze toch een stap te ver.
IV	Oke dat is duidelijk, zijn er nog punten waarmee Rebel Lease u verwachtingen kan overtreffen?
RS	Nee voor mij niet, ik weet ook niet of ik de standaard klant ben. Kijk wij kennen elkaar al zo lang heb ik misschien ook wel een beetje verworven rechten die een standaard klant misschien niet heeft. Kijk wij bestellen gewoon nieuwe auto's tegen supershortlease tarief. En leasen ze langer door alsof wij leasen, ik denk dat wij ook wel heel flexibel behandeld worden.
IV	Ja precies het zou zo maar kunnen zijn dat ze iets meer tijd en energie in jullie steken omdat die samenwerking gewoon heel goed is tussen jullie. Maar dat durf ik niet met zekerheid te zeggen.
RS	Nee maar ik hecht er wel waarde aan hoe ze mij behandelen en dat vind ik gewoon erg leuk.
IV	Ja leuk om te horen. We gaan nu naar de laatste categorie waardepropositie. Weet u eigenlijk wat een waardepropositie is? U gaf net al iets aan over een propositie.
RS	Nee, wat ik daar mee bedoel is datgene wat ik kan aanbieden of de verwachting wat je denk je dat zij jou kunnen bieden tegen welke prijs en voorwaarde. Maar wat jij precies bedoelt met waardepropositie weet ik niet precies.
IV	Na in principe is wat u net uitlegd ongeveer hetzelfde. Maar een waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden. Dus bijvoorbeeld wat je dus net las op de website van Rebel Lease was de waardepropositie omdat de waarde aangeeft welke waarde die je van het bedrijf kan verwachten. Dat is eigenlijk in het kort de waardepropositie. Ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet, en nadat ik die heb voorgelezen is eigenlijk mijn vraag of u kunt aangeven welke u de beste en de slechtste vond, en graag wil ik horen waarom u dit vindt. Ik begin met de eerste, de eerste is we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van! Dat is nummer 1. Nummer 2 is Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op 'what's next'. En de laatste Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. Mijn vraag is welke vind je de beste en waarom?
RS	De derde was waarschijnlijk van Rebel Lease, alleen mist er nog iets van ontzorgen of zonder zorgen. Makkelijker in plaats van beter want alles kan beter. 2 ^{de} vond ik echt waardeloos met dat van 'what's next' die zou je namelijk ook bij mijn bedrijf kunnen zetten. Het is veel te globaal. Die eerste is ook wel prima, die kan wel.
IV	Wel grappig want degene die u het slechtste vindt is van de grootste leasemaatschappij.
RS	Ja dat kan want naarmate je groter wordt en je een groter budget hebt ga je ook groter denken en ook slapper lullen.
IV	Hahahah
RS	Ja dan krijg je van die niks zeggende teksten en daar is dat een goed voorbeeld van naar mijn mening. Dit kan je namelijk bij allerlei soorten bedrijven neerzetten.
IV	En als we dan kijken naar alleen die van Rebel Lease moet het volgens u wel gewoon duidelijker en meer..
RS	Ja zoals ik zeg het is misschien overdreven maar ze doen zichzelf echt tekort. Kijk ze zijn misschien ambitieus en anders maar ze maken het ook waar. Ze nemen jou leaseshit gewoon over dus ze helpen je, ze ontzorgen je. Ja ze zorgen dat jij lekker kan ondernemen en dat soort leveranciers wil je graag om je heen hebben.
IV	Ja dat is zeker fijn. Mooie woorden. We zijn alweer aangekomen bij de laatste 2 vragen en de ene laatste vraag. Zou een duidelijke waardepropositie invloed hebben jouw keuze voor een bedrijf?
RS	Ja, uiteindelijk moet je toch een eerste contact leggen dus dat is als het niet uit je eigen netwerk of mond-op-mond reclame komt, dan ga je toch website bekijken. En stel het ziet er fancy uit en het spreekt je aan, dan ben je toch eerder geneigd om ze allereerst een keer te bellen. En daar heeft zo'n waardepropositie denk zeker invloed op. Maar daarna denk ik dat je een keuze maakt voor de persoon die je aan de lijn hebt. Dus voor een eerste contact lijkt het mij toch wel heel belangrijk. Want stel je hoort dat Rebel goed is en je kijkt op de website en je ziet iets waar je geen hout van begrijpt, dan zal je ze toch uiteindelijk niet bellen.
IV	Superduidelijk, stel je zou een waardepropositie mogen formuleren, wat zijn dan zeker dingen die jij zou noteren.

RS	Voor Rebel Lease?
IV	Ja of in het algemeen
RS	Dan vraag je echt naar de onderdelen?
IV	Ja maar wat u net aangaf over Rebel Lease vond ik ook superfijn om te horen omdat dat mij uiteindelijk kan helpen bij mijn hoofdvraag.
RS	Dan krijg je die why how en what vraag. Hoe doe je het en wat lever je dan. Daar is apple een mooi voorbeeld van want die komen elke keer met de mooiste dingen.
IV	Nou echt hartstikke duidelijk allemaal. Ik ben hartstikke blij met al uw antwoorden omdat u heel uitgebreid en duidelijk antwoord heeft weten te geven op de vragen. Waardoor ik het straks tijdens mijn analyse veel heb aan uw input. Daar wil ik u nogmaals hartelijk voor danken.
RS	Ja geen probleem, we moeten allemaal afstuderen voor mij 26 jaar geleden.
IV	Hahahah ja dat waar.
RS	Maar ik wil jou veel succes wensen met de afronding van je studie en misschien zie ik het ooit terug.
IV	Ja ik ga er hard mijn best voor doen, fijne dag nog.
RS	Yes succes! Jij ook nog een fijne dag gewenst.

Respondent 2

IV	Hi goedendag, allereerst superfijn dat u wilt meewerken aan het interview. Ik stel mijzelf eerst even voor ik ben Javier Osses, ik ben 23 jaar ik zit in mijn laatste jaar van mijn studie en verder doe ik aan topsport.
RS	Hi, en bij welke sport kan ik jou prijzen zien winnen?
IV	Ik ben een hockeyer hahaha, mijn allereerste vraag is of u zichzelf even kan voorstellen
RS	Ja ik ben...
IV	Klinkt goed, ik heb contact met u gezocht omdat ik dus nu mijn scriptie aan het schrijven ben voor Rebel Lease. Ik zag u in het klantenbestand staan en ik was benieuwd of u mij te woord wilde staan, en gelukkig wilde u dat. U bent een ex klant ik denk dat u mij van nuttige informatie kan voorzien. Mijn doel van het interview is om erachter te komen wat de voornaamste reden van komst, vertrek en overstap zijn. Want ik wil de waardepropositie van het bedrijf gaan formuleren en daarvoor is het belangrijk wat u de krachten van het bedrijf vond maar natuurlijk ook welke aspecten minder gingen. Daar heb ik ook mijn vragenlijst op gebaseerd. Eerst heb ik een aantal vragen over leasen in het algemeen. Vervolgens duik ik iets verder het bedrijf in, en als laatste zal ik iets dieper op de waardepropositie ingaan omdat mijn scriptie daar mee te maken heeft. Ik neem u gewoon mee in het interview en laten we bij het begin gaan beginnen.
RS	Helemaal goed
IV	Mijn eerste vraag is, wat is voor u de reden geweest om te gaan auto leasen?
RS	Om werkkapitaal vrij te houden in mijn bedrijf, ervoor te zorgen dat dat kapitaal niet in auto's ging zitten.
IV	En waren er verdere voordelen naast het werkkapitaal?
RS	Nou dit was eigenlijk de belangrijkste reden, daaromheen zit een klein stukje gemak. Dat er een hoop zaken uit handen genomen worden, maar aan de andere kant krijg je daar ook een hoop inflexibiliteit voor terug. Dus dat is een beetje daar heb ik een beetje een dubbel gevoel bij.
IV	Want ziet u dat ook als een nadeel?
RS	Ja ik dat vind in het algemeen een nadeel van leasen, en dan vooral van full operational Lease.
IV	Komt u daarnaast nog meer nadelen tegen?
RS	Nee het belangrijkste vind ik de inflexibiliteit.
IV	Ook hartstikke duidelijk hahah. Wat zijn denk je de redenen dat leasen op het moment zo populair is?
RS	Na ik weet niet of zakelijk leasen aan het stijgen is, daar heb ik niet echt een gevoel bij. Ik weet alleen dat de private lease heel erg in opkomst is. En ik denk dat het voornaamste daaraan is, dat mensen het gewoon fijn vinden om een nieuwe auto te rijden zonder zelf de investering te doen zonder het gezeur eromheen.
IV	Ja dat denk ik ook, dat lees ik in ieder geval veel terug. En als we dan kijken naar de leasebedrijven waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?

RS	Als eerste vind ik dat ze breed aanbod moeten hebben.
IV	Qua auto's?
RS	Ja vooral qua auto's, een heldere propositie. Duidelijke propositie, duidelijk waar je voor betaald wat er wel of niet in het leasebedrag zit. En concurrerend geprijsd.
IV	Want in hoeverre kiest u bij het autoleasen voor de prijs? Want zou u meer betalen stel de service zou wat beter zijn?
RS	Ja maar dat is wel in beperkte mate, want daar kom je pas in verloop van tijd achter. Bij het naast elkaar leggen van offertes is dat lastig te beoordelen hoe goed de service gaat zijn.
IV	Want wat vindt u belangrijk aan de service? Wat vindt u de belangrijke aspecten?
RS	Dat een partij telefonisch makkelijk bereikbaar is. Dat schades snel opgepakt worden, dat je bij de afwikkeling van de auto zie je vaak dat wanneer de auto ingeleverd wordt. Dat er lastig gedaan wordt over kleine schades en dat vind ik altijd van die lullige dingetjes. Heb je een paar jaar lang een auto geleased, zijn er duidende euro's betaald en dan moet je nog een factuur van 75 euro betalen. Dat vind ik echt heel slecht. Dat doet iets met het gevoel van service. En flexibiliteit, hoe makkelijk je een auto terug kan brengen en de afkoop van je contract dat moet in orde zijn.
IV	En stel dat dat allemaal niet goed georganiseerd is zijn dat aspecten die ervoor zorgen dat u vertrekt bij een leasebedrijf en eigenlijk niet meer gaat verlengen?
RS	Ja dat zijn voor mij redenen om in ieder geval een volgende auto daar niet meer te leasen
IV	Heeft u dat wel is meegemaakt?
RS	Ja
IV	En was dat toevallig bij Rebel Lease?
RS	Nee toevallig niet
IV	Straks heb ik daar nog een vraag over, maar eerst gaan we wat dieper in op Rebel Lease. Want hoe bent u toen der tijd terecht gekomen bij Rebel Lease?
RS	Ik ben terecht gekomen bij Rebel Lease, omdat ik een auto in mijn bezit had en ik wilde het geld wat in die auto zat terug hebben als werkkapitaal. Maar die auto was wel gewoon nodig voor 1 van mijn personeelsleden. Toen ben ik erop gewezen dat Rebel Lease dit soort constructies ondersteunde.
IV	Maar dat is dus wel via via gegaan?
RS	Ja en daarbij moet ik wel zeggen dat 1 van de werknemers van Rebel Lease een oud-collega van mij was. En hierdoor was het voor mij wel makkelijk schakelen.
IV	Grappig om te horen want ik hoor vaker dat het via via is gegaan. Een groot voordeel maar dan vraag ik mij af of je daar je hele bedrijf op kan baseren.
RS	Naja dat is uiteindelijk wel wat dun
IV	Ja precies is wel wat dun. De vraag van het bedrijf is ook op welke manier zij meer contracten kunnen afsluiten bij nieuwe klanten die ze niet kennen. Als ik dan veel hoor dat er veel via via gaat dan snap ik het vraagstuk wel. Had u voor Rebel Lease eigenlijk al ervaring gehad met leasen? Net gaf u daar al antwoord op maar bij welke partij was dat?
RS	Bij leaseplan en terbergen leasing.
IV	En wat was het verschil met die bedrijven?
RS	Na zijn natuurlijk totaal verschillend in de omvang. Leaseplan en terbergen zijn natuurlijk vele malen groter. Ik denk dat terbergen qua service nog wel enigszins te vergelijken is met Rebel. Alleen Rebel is veel kleiner.
IV	En heeft u dat als fijn ervaren?
RS	Ja dat vond ik zeker prettig, absoluut.
IV	Stel dat u wilde bellen dat je altijd makkelijk te spreken kreeg?
RS	Ja ik vind het altijd wel fijn om korte lijntjes te hebben en snel te kunnen schakelen.
IV	Oke duidelijk, wat straalde het bedrijf uit naar u?
RS	Na daar heb ik verder niet zo veel naar gekeken. Voor mij was gewoon belangrijk dat wij die constructie met elkaar konden realiseren.
IV	En dat was eigenlijk wel de enige reden dat u naar Rebel Lease bent gegaan?
RS	Ja en in een later stadium heb ik nog offertes voor andere auto's gevraagd maar daarbij was het prijsverschil te groot. Rebel lease was niet concurrerend geprijsd waardoor ik niet nog andere vette auto's bij ze heb geleased.
IV	En dat heeft alleen maar te maken gehad met de prijs?
RS	Ja zeker

IV	Want als je een contract afsluit zijn er altijd een aantal beloftes die ze jou beloven. In welke mate is Rebel Lease die beloftes nagekomen?
RS	Na beloftes, Rebel Lease heeft het gewoon keurig gedaan. Ik heb wat dat betreft helemaal niks aan te merken hoe zij hun leaseproduct uitvoeren. Ze doen het keurig, service was prima. Er zat niks gek niks raars in, in hoeverre ze dan hun beloftes zijn nagekomen dat weet ik niet. Ik vind het gewoon een hygiëneproduct zegmaar, het moet gewoon op orde zijn. Als er schade is moet de schade afgewikkeld worden. Als er onderhoud nodig is moet dat netjes gedaan worden.
IV	En dat was allemaal in orde?
RS	Nee daar heb ik geen klachten over, verre van.
IV	Want een belangrijke vraag is toch wat was nou de kracht?
RS	Voor mij was de constructie echt enorm belangrijk. De meeste leasemaatschappijen bieden daar geen oplossing voor.
IV	En zwakte gaf u net ook al aan dat is voornamelijk de prijs?
RS	Ja zeker voor toen was dat specifiek de prijs.
IV	Zij u ook iets over het aanbod?
RS	Nou uiteindelijk kreeg ik daar de uitleg bij dat ze op sommige modellen heel concurrerend konden meedoen en op andere modellen was de marge te klein. Dat zegt wat mij betreft iets over het aanbod.
IV	Oke duidelijk. U heeft op veel van mijn vragen al antwoord gegeven. Kijk u zegt u leaset niet meer bij Rebel Lease maar zou u in de toekomst terug kunnen komen bij Rebel Lease?
RS	Uhhh jaa dat zou kunnen.
IV	Maar welke acties zouden ze dan moeten ondernemen?
RS	In ieder geval veel scherper prijzen.
IV	Want dat is wel waardoor ze u zijn verloren als klant?
RS	Ja want je moet je voorstellen stel dat er 3 10'tjes per maand verschil in zit, doe dat maar keer 48 auto's.
IV	Oh ja dat tikt zeker wel aan
RS	Ja dat gaat dan gewoon hard
IV	Heldere uitleg, zijn we alweer bij het laatste onderwerp aangekomen. Daar ga ik iets dieper in op de waardepropositie. Allereerst weet u wat een waardepropositie is?
RS	Na volgens mij, mijn vrije vertaling daarvan. Het zijn de kernwaardes van het bedrijf die een toegevoegde waarde leveren voor de klant. Prospect en suspects.
IV	Ja precies dat is het. Ik had het niet beter verteld. Ik heb dan een vraag voor u. Ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet en dan ben ik benieuwd welke u het beste vindt en welke het slechtste, en waarom vindt u dat. Want dat helpt bij mijn uitwerking van de waardepropositie. Nummertje 1 is, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van! Nummer 2 is, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En de laatste, leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. En dan mijn vraag welke vond u het beste en welke het slechtste?
RS	De eerste vond ik het best omdat die duidelijk aangeeft wat ik kan verwachten. De laatste komt daarachteraan alleen vond ik die wat wolliger. Je kan namelijk bij die laatste een eigen interpretatie eraan geven. De tweede heb ik niet zo veel mee.
IV	Wel grappig want die tweede is van het grootste leasebedrijf van allemaal
RS	Ja en heel innovatief hebben ze het dan ook weer niet bij leaseplan want ik ben naar het zoeken geweest wanneer ik mijn medewerkers een mobiliteitsbudget wilde geven. En dan zoek je een partij die je daarmee kan helpen. Maar dat kan bij Leaseplan dus niet. Want je kan geen mix van auto's en openbaar vervoer want daar is geen oplossing voor.
IV	Ja en zo'n mix zal dan ook in de kosten schelen?
RS	Ja precies, en dat scheelt dus een auto leasen. Want sommige werken in de binnenstad, en die staan niet te wachten op een auto. Maar soms werken ze wel ver en dan hebben ze wel die auto nodig. Het zou onwijs fijn zijn als je daar een flexibele oplossing ervoor kan vinden. Het meest innovatieve bedrijf heeft die oplossing in ieder geval niet hahah

IV	Hhahah, we zijn alweer aangekomen bij de laatste paar vragen. Heeft een duidelijke waardepropositie invloed op uw uiteindelijke keuze? Stel u ziet zoiets op de website zou u dan eerder voor dat bedrijf kiezen omdat u denkt nou dat spreekt mij wel aan of niet?
RS	Na niet helemaal.
IV	En waarom niet?
RS	Omdat ik mij heel erg laat leiden door 1 door prijs. En dat ik mij heel erg laat leiden door hoe contact is hoe snel er op zaken gereageerd wordt. En hoe duidelijk de offerte is en noem maar op.
IV	Want ik snap wel wat u bedoelt. Maar ik kan mij wel voorstellen dat u zich dan wel eerder aangetrokken voelt door dat bedrijf omdat u zoiets leest, zo van nou met dit bedrijf zou ik wel contact willen opnemen.
RS	Om eerlijk te zijn niet echt. Kijk voor mij is leasen, het is voor mijn bedrijf dus het is een pure zakelijke transactie. En wat men allemaal belooft dat zou mij eigenlijk roesten.
IV	Maar stel u zou een waardepropositie mogen formuleren. Wat moet daar volgens u echt in terug komen?
RS	Ik vond de termen transparantie, en meedenken met de ondernemer en het zoeken naar oplossingen. Dat zijn termen die mij aanspreken in ieder geval.
IV	Dus die termen ziet u graag terug?
RS	Ja die zou ik graag willen terugzien. Daarnaast moet je de waardes van je klant goed kennen want ik denk dat je daar je propositie goed op kan aanpassen. Het ingewikkelde daaraan vind ik wel dat je uiteindelijk wel waarde moet hebben die bij jou als bedrijf passen. Als het goed is krijg je daardoor ook de klanten die bij jou passen.
IV	En moeten ze vanuit het bedrijf zelf komen of op de klant aangepast worden?
RS	Nee je moet gewoon vooral op je eigen kwaliteiten focussen, want daar voelt het bedrijf zichzelf comfortabel bij. En stel je spreekt daar niet de klant mee die je graag wilt aanspreken is dat misschien niet de juiste klant voor jou.
IV	Dat is begrijpelijk, zoals ik net zei zijn we nu bij het einde gekomen van het interview. Ik wil u hartstikke erg bedanken dat u tijd voor mij hebt willen vrijmaken. Want u helpt mij hier enorm mee en het had.
RS	Alleen ik had verwacht dat je mij nog zou vragen waarom ik weg was gegaan. Of hadden we die al behandeld?
IV	Ja die hadden we behandeld, dat kwam toch door de prijs?
RS	Nou nee, ja. Ik heb geen andere auto's geleased door de prijs. Maar de auto die ik leasete, dat contract is eerder gestopt omdat die betreffende medewerker bij mij wegging. Want ik was prima tevreden over ze, maar ik moest hierdoor het contract eerder beëindigen.
IV	Oh ja dat heb ik niet exact gevraagd omdat ik dacht dat u van mening was dat de prijs te hoog was. En daardoor naar een andere partij was gegaan.
RS	Nee ik was prima tevreden over ze, alleen voor mij waren ze voor nieuwe offertes niet concurrerend genoeg met de overige bedrijven. Concurrerender dan wat ik tot nu toe gezien heb.
IV	Fijn dat u dit er nog aan wilde toevoegen.
RS	Nee ik hoop dat het waardevolle input is geweest waar het bedrijf wat aan heeft.
IV	Nee zeker maar leuk om te zien is dat iedereen een andere kijk op het bedrijf heeft. En uiteindelijk moet ik dat gaan uitwerken en hopelijk komt daar iets moois uit.
RS	Ja dat lijkt mij uiteindelijk het doel, en dat jij er een mooi papiertje aan overhoudt.
IV	Ja precies dat is zeker het doel. Ik wil u nogmaals bedanken en nog een fijne dag wensen.
RS	Geen probleem, succes nog met het onderzoek. Dag.

Respondent 3

IV	Hi goedendag, allereerst super bedankt dat u de tijd neemt om mij te helpen met dit onderzoek. Mijn scriptie gaat over de waardepropositie, en ik ben nu aan het onderzoeken op welke manier ik dat wil gaan doen. Mijn doel dit interview is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst, vertrek of overstap zijn. Zo krijg ik een beetje een idee over de waardes.
RS	En wat bedoel je precies met de waardepropositie?

IV	Daar kom ik later op terug maar in het kort. Is het de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden door de klant. Ik zeg maar wat een apple biedt kwaliteit, of naja zij spreken dat in ieder geval uit. En de klant verwacht dan ook dat ze dat bieden.
RS	Oh nee ik dacht meer van dat je waardes ging berekenen van het bedrijf maar dat is dus niet zo.
IV	Nee nee nee.
RS	Oke dan is het duidelijk
IV	Ik heb mijzelf eigenlijk nog niet zo goed voorgesteld. Ik ben Javier Osses ik ben 23 jaar en ik zit in het laatste jaar van mijn studie en verder doe ik aan topsport.
RS	Leuk welke sport doe je?
IV	Ik hockey
RS	Wat leuk waar doe je dat...
IV	*conversatie over persoonlijk leven' Zou u iets over uzelf kunnen vertellen?
RS	Ja natuurlijk kan ik dat, ik ben..
IV	Dat klinkt goed. Ik wilde u natuurlijk spreken ivm het interview. Ik zal u even uitleggen hoe ik het interview heb opgebouwd. Eerst stel ik een aantal vragen over leasen in het algemeen, vervolgens ga ik iets meer naar Rebel Lease kijken en als laatste komt de waardepropositie aan bod. En dan is het interview voorbij. Het zal niet meer dan 30 min duren.
RS	Ik ga mijn best doen. Ik ben namelijk niet per se een hele intensieve klant.
IV	Nee dat maakt ook niet uit want ik zag in het klantenbestand dat u een ex klant was en daardoor bent u juist heel nuttig voor het onderzoek.
RS	Kijk ik ben wel ex klant maar af en toe haak ik aan en dan ben ik weer weg
IV	We gaan gewoon beginnen wat is voor u de reden geweest om te gaan auto leasen?
RS	Nou sowieso, ik lease al heel lang bij verschillende leasemaatschappijen. En dat heeft gewoon te maken met liquiditeit en gemak. Dus dan hoef ik niet voor mijn personeel auto's te kopen die dan vervolgens weer op de balans komen te staan. En al dat onderhoud te regelen en al dat gedoe. Ik betaal gewoon een vast bedrag per maand en daar zit alles in. Je weet iedere maand wat je krijgt en je hebt puur gemak. Alles zit erin en er komen niet enorm bijkomende kosten bij, en dat is dus een beetje zekerheid. Kijk het kost wat meer maar het is een zekerheid.
IV	Ja dat hoor ik vaker
RS	Kijk als je puur op de centen gaat kijken is het wel duurder. Maar qua gemak is het veel makkelijker. Kijk stel dat je een auto koopt en je doet er 2x zo lang mee is het natuurlijk economisch veel voordeliger. Je hebt met gekochte auto's natuurlijk een onzekerheid. Het geeft een stuk zekerheid en hetzelfde met veel apparatuur in mijn bedrijf, veel wordt geleased. Dus een maandbedrag en je hebt zekerheid.
IV	Maar ik hoor nu veel voordelen, maar zitten er ook nadelen aan? Naast de hoge prijs die u net al aangaf.
RS	Een nadeel is, naja daarom zit ik ook bij jullie, want het nadeel is dat je langdurige contracten hebt. En zeker als je wisselend personeel hebt, wij hebben hier zeg maar accountmanagers die naar klanten moeten. En die neem je in dienst en die willen gewoon een auto, want die gaan niet met het openbaar vervoer. Dan zit je vaak aan langdurige contracten vast. Nu is dat wat makkelijker. Want ik doe dit natuurlijk al vrij lang. Verder zie ik niet direct echte nadelen. Naja de bijtelling voor de berijder.
IV	Ja maar dat heb je altijd als je een auto koopt
RS	Ja precies
IV	En als we dan kijken naar leasebedrijven, waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Uhm ja, ten eerste dat ze flexibel zijn. Na ten eerste waar ik altijd als eerste naar kijk is natuurlijk prijs. Ik vraag altijd verschillende offertes zijn. Want als ze duurder zijn moet het voor mij echt een goed reden zijn om met ze in zee te gaan. Maar dus ten eerste prijs, en ten tweede vind ik heel belangrijk de flexibiliteit. Houden ze je aan allemaal contractafspraken, zijn ze star of zijn ze een beetje flexibel. En ten derde de persoonlijke klik die je met een bedrijf hebt. Van hoe gaan we dingen regelen, gewoon prettig contact.
IV	En als u kijkt naar de auto in hoeverre vindt u dat belangrijk?
RS	De meeste bedrijven hebben multi merken, dus voor leasebedrijven maakt merken niet specifiek uit. Je hebt wel bepaalde merken die een eigen lease financierings afdeling hebben. En die kunnen nog net wat meer aanbieden. Maar bij een Rebel lease kan je meerdere merken leasen dus dat maakt in principe niet zo veel uit.

IV	Oke, u heeft nu een aantal dingen genoemd die u belangrijk vindt bij een leasebedrijf. Maar wat zou een reden zijn voor u om te vertrekken bij zo'n leasebedrijf.
RS	Nou wat ik al zeg. Als ik merk gedurende de contractperiode dat ze star zijn en niet flexibel zijn. Dat je toch kosten krijgt doorberekend. Dat kunnen redenen zijn dat je de volgende keer toch denkt ik ga bij een andere partij kijken.
IV	Oke we zijn nu bij de volgende categorie beland, ik ga nu eigenlijk een aantal vragen stellen over Rebel lease. En mijn eerste vraag is hoe bent u eigenlijk bij Rebel Lease terecht gekomen?
RS	Nou dat is heel erg simpel. Bij de meeste leasebedrijven zit je direct vast aan langdurige leasecontracten. En ik heb de afgelopen jaren wat flexibere contracten nodig voor nieuwe mensen. En ik wilde niet een te lang vast contract. Je kan dan natuurlijk een huurcontract hebben maar ik vind het op een gegeven moment wel prettig dat je kan zeggen ik begin te huren. En stel die medewerker blijft wat langer dat je het kan omzetten in een langdurig contract. En dat vond ik wel ideaal, en op die manier ben ik tegen ze aan gekomen. Puur van ik wilde een auto leasen maar niet voor te lang. En als iemand zijn proeftijd niet voldoet wil ik er na een maand van af. Als iemand zijn jaarcontract niet voldoet wil ik er na een jaar vanaf. En als het bevalt kunnen we er een langer leasecontract van maken. En dan wordt het netjes verwerkt.
IV	Maar zoals ik hoor bent u dus eigenlijk via de supershortlease binnen gekomen?
RS	Ja eigenlijk wel, ik ben op een gegeven moment langdurige contracten ingeruild voor de kortere contracten. Toen heb ik gewoon een keer gebeld en toen kwam ik met Rebel Lease in contact. Het was namelijk een soort van handelsnaam voor ze volgens mij.
IV	Ja het zijn wel verschillende BV's maar ze werken wel met dezelfde personen
RS	Ja en het is ook gekoppeld aan huurmij. In het verleden heb ik daar ook wel is dingen gehuurd. Ik moet eerlijk zeggen ik wist ook niet dat ze zo goed samen werkten.
IV	Nee dat kan kloppen want ze bestaan pas 5 jaar
RS	Dus ze zijn een beetje via de verhuur de leasemarkt in gegaan?
IV	Na wat ze eigenlijk merkte, dat supershortlease heel lekker ging in verband met de flexibiliteit. Maar wat ze ook merkte dat er vraag was naar langere leasecontracten en zo zijn ze Rebel Lease gestart. Maar wat ze merkte dat het lastig is om naar Rebel Lease nieuwe klanten te trekken. Behalve wat u ook aangaf via de supershortlease, maar het liefst willen ze ook klanten aantrekken zonder dat ze eerst bij de supershortlease zijn geweest.
RS	Dat kan ik mij voorstellen. Al die korte contracten kosten veel tijd en moeite. Alhoewel het wel vaak gebruikte auto's zijn bij de supershortlease. Dus ga je gewoon leasen heb je natuurlijk nieuwe auto's. Naja is niet helemaal mijn business.
IV	Ja bij Rebel Lease kan dat ook, occasions. Dat zijn auto's die al eerder gebruikt zijn maar er wel zo goed als nieuw uit zien.
RS	Ja precies zo ken ik ze ook. En ik kan mij best voorstellen dat ze gewoon een leasemaatschappij willen worden net als andere leasemaatschappijen. Ik kan mij voorstellen dat zij zich afvragen hoe zij dat het best kunnen regelen.
IV	Ja dat is aan mij de taak om dat uit te vogelen. Maar toen u voor het eerst in aanraking kwam met Rebel Lease, wat vond u dat ze toen uitstraalde?
RS	Plezier, klein en flexibel. En de eerste keer ben ik die auto gewoon zelf gaan halen want ik kende HuurMij, maar gewoon een plezierig, zichzelf een beetje presenteren als rebellen in de Leasewereld. Zo van ja bij ons kan veel, niet ingewikkeld doen met allemaal enge voorwaarde, na dat vond ik leuk. Plezierig en ja een beetje een jong en dynamisch bedrijf, zo kwamen ze over en dat sprak mij wel aan. Veel leasebedrijven zijn gewoon een financiële instelling, dan heb je half te maken met halve bankiers. Ja dat is gewoon bij dat Athlon lease dat zijn gewoon onderdelen van banken. En bij een Rebel lease merk je dat het gewoon auto jongens zijn. Kijk dat is ook een beetje als je naar hun website gaat en de naam. Kijk ze rebelleren niet maar het is een beetje, ze stralen wel iets uit we gaan het anders doen dan de rest in leaseland.
IV	Gebruikt u in die zin dan ook een beetje de naam die ze hebben voor het bedrijf?
RS	Ja dat begrijp ik goed en dat spreekt mij ook wel aan. Ik vind het altijd wel leuk als een bedrijf zegt wij doen het anders dan de rest. Beetje laagdrempelig, niet moeilijker dan dat het is. Dat je wel zorgt dat je product of dienst goed is, wel op een andere manier in de markt zetten dat spreekt mij wel aan.
IV	Oke, en weet u nog ongeveer wat het bedrijf u had beloofd voordat u een leasecontract afsloot? En zijn zij die beloftes toen der tijd nagekomen?

RS	Ja hoor, wat ik al zei ik heb 2 keer een auto geleased. Waarbij ze het 2 keer prima hebben gedaan. Met de contracten en ze hebben mij geadviseerd wat het beste was voor mij. En toen hadden ze het contract omgezet en dat was voor mij gunstig. Dus ze hebben hun belofte naar mij toe prima nageemaakt.
IV	Maar wat is dan de reden dat u niet meer bij Rebel Lease leaset?
RS	Na omdat ik nogmaals met name doe voor flexibel personeel. En ik heb net een jaarcontract niet verlengd en toen heb ik die auto weer ingeleverd. Ik heb een aantal medewerkers die hebben een langdurig contract bij mij en misschien ga ik dat in de toekomst ook wel bij Rebel settelen.
IV	Bij welke partijen leaset u die auto's?
RS	Na laat ik het zo zeggen bij de grote spelers in de markt.
IV	En wat is de reden daarvoor dat je bij hen leaset?
RS	Het is wat aantrekkelijker qua prijs. Want het zijn van die jongens die rijden van die bepaalde merken en dan was het voor mij gunstig om die contracten af te sluiten bij die dealers van het merk. Het zijn contracten die lopen al jaren en dat was ook voordat ik met Rebel Lease in contact kwam. En ik heb zelf ook twee auto's die ik tweedehands gekocht heb waar mensen in rondrijden. Dus ik mix het gewoon, een paar gevestigde namen, wat occasions en soms bij Rebel Lease.
IV	Hartstikke duidelijk, zijn we alweer bij het laatste deel van het interview aangekomen en dat is de waardepropositie. Ik had net al een beetje uitgelegd wat het inhield. Ik heb iets bedacht ik heb 3 waardeproposities van verschillende autoleasemaatschappijen op een rijtje gezet. En dan is eigenlijk mijn vraag welke u het beste vindt, welke het slechtste en waarom.
RS	Ik weet niet precies wat u bedoelt maar begin maar gewoon.
IV	Nummer 1 is leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. Dat is nummer 1, nummer 2 is wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En dan de laatste is we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. En dan is mijn vraag welke vond u het beste en waarom en welke het slechtste en waarom?
RS	Nummer 3 spreekt mij het meeste aan omdat ik het enorm op prijs stel als de beste oplossing voor mij wordt bedacht, voor wat ik nodig heb. De slechtste vond ik nummer 2.
IV	En waarom vond u dat de slechtste?
RS	Na een beetje breed, maar ook ik heb het idee dat duurzaamheid naar voren wordt gebracht als een soort van marketingverhaal. Kijk mij best voorstellen kijk dat zo'n bedrijf alleen maar elektrische auto's leaset dat je dan als bedrijf kan zeggen wij zijn de duurzaamste. Maar dat is voor mij wel belangrijk maar ik kan niet zo goed beoordelen in hoeverre zij duurzaam zijn.
IV	Het zou niet de doorslaggevende factor zijn?
RS	Nee zeker niet, want als ik zou kijken nou duurzame oplossingen
IV	Dan zou u niet in auto's moeten rijden.
RS	Nee precies dan zou ik iedereen ov aansmeren hahah
IV	Hahah ja, en als we dan kijken of een duidelijke waardepropositie invloed heeft op uw uiteindelijke keuze. Stel van je ziet zo'n zinnetje op de website voorbijkomen zou je dan eerder voor dat bedrijf kiezen omdat je denkt dat spreekt mij wel aan of maakt u dat niet zo veel uit?
RS	Na dat is een goede. Wat ik vind het wel belangrijk maar aan de andere kant. Ik ga niet een bedrijf nemen van wij zijn niet zo goed in oplossingen bedenken voor de klant. Dus als je het qua marketing zegt is het best wel een open deur. Want ik mag verwachten als ik met een bedrijf ga samenwerken dat ze met mij gaan meedenken en dat ze oplossingen bieden. Het is wel zo dat ik wel is in het verleden leasebedrijven heb gehad die heel star waren en waar niks kon, dat zijn van die halve banken. Die zeggen ook hun website dat ze meedenken maar dan kom je er vanzelf achter dat die belofte niet echt wordt waargemaakt.
IV	Maar dan heeft het er toch wel een beetje voor gezorgd dat u toch met ze in zee bent gegaan want u verwachtte dat.
RS	Nee in eerste instantie, als ik kijk naar die grotere dealers waar ik veel auto's lease kunnen zij door de hoeveelheid aan auto's een concurrerende prijs aanbieden. Bij die andere kon ik kortere contracten afsluiten. De ene zegt wij zijn ontzettend flexibel. Ik werk met meerdere bedrijven en ik kijk van wat heb ik nodig. En dan kijk je wel is naar die aspecten maar in de praktijk kan het altijd tegen vallen. Het helpt misschien bij het eerste contact maar daarna moet het bedrijf het goed oppakken.

IV	Ja dat is begrijpelijk, we zijn alweer aan het einde van het gesprek gekomen. Ik wil u hartstikke erg bedanken dat u tijd voor mij heeft gemaakt om mij te helpen. U heeft hele nuttige en uitgebreide antwoorden gegeven waar ik veel aan heb.
RS	Mooizo. Dus ik ben geslaagd? Ik ben over?
IV	Ja met een ruime voldoende.
RS	Hahah super goed heel veel succes met je scriptie en je verdere carrière.
IV	Dat gaat wel goed komen, nogmaals hartstikke bedankt en fijne dag.
RS	Okee totziens. Dag.

Respondent 4

IV	Hi allereerst top dat je wilt meewerken, ik zal eerst uitleggen wat ik precies ga doen. Ik ben Javier Osses ik ben 23 jaar en in mijn vrije tijd hockey ik. Verder ben ik voor mijn afstuderen bezig met het schrijven van een scriptie in dienst van Rebel Lease. Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst/vertrek en overstap zijn. Dat doe ik omdat ze gevraagd hebben hoe ze nieuwe klanten richting het bedrijf kunnen trekken en dat is ben ik aan het onderzoeken. Als dit duidelijk zou u zichzelf dan in het kort kunnen voorstellen?
RS	Ja nee meer dan duidelijk. Ik ben..
IV	Dat klinkt goed, heel leuk.
RS	Ja wel lachen toch?
IV	Ik zal eerst nog even vertellen hoe ik dit interview heb opgesteld. Ik heb 3 categorieën gemaakt. Om te beginnen zal ik eerst wat vragen stellen over leasen in het algemeen. Vervolgens ga ik iets dieper in op het bedrijf Rebel Lease en als laatste wil ik je meenemen naar de waardepropositie. Weet je toevallig wat dat is?
RS	Na niet precies
IV	Na het is de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden door de klant.
RS	Oke een bepaalde verwachting waar je dus vanuit mag gaan waardoor je voor een bepaald product kiest.
IV	Ja precies. En dat ga ik onderzoeken van Rebel Lease. Maar laten we gewoon beginnen bij het begin. De eerste vraag is wat was voor jou de reden om te gaan auto leasen?
RS	Uhm de reden om te leasen, naja een eigen bedrijf. Dan wil je gewoon onderweg zijn. Je moet op weg en je wilt gewoon een goede betrouwbare auto hebben. Ik had op het begin van mijn bedrijf ook nog niet een pak met geld liggen dat ik een goede betrouwbare auto kon kopen. Dus dan was de afweging van ik ga dan misschien liever leasen ook al betaal je vaak net iets meer. Maar je weet in ieder geval wel dat je altijd mobiel bent, en dat je niet met onverwachte kosten komt te staan.
IV	Oke want je noemt nu voordelen, maar kent het leasen ook nadelen?
RS	Na zoals ik net al aangaf de prijs, ja ik denk dat als je het geld hebt het voordeliger is om een auto te kopen, alleen weet je dan nooit precies wat je haalt. En natuurlijk bepaalde merken en bepaalde auto's heb je wel wat meer zekerheid. Maar zelfs daar kan er wel is een miskoop tussen zitten. En het leasen zorgt wel voor zekerheid omdat je binnen 24 uur vervangend vervoer hebt, die zekerheid vind ik fijn.
IV	Kortom je betaalt er wel wat meer voor, maar je krijgt er wel een bepaalde service bij die het het waard maakt.
RS	Ja precies. En nog een bijkomend voordeel is, ik heb in mijn contract dat ik in de tussentijd ook nog kan switchen van auto.
IV	Ja dat is natuurlijk een voordeel van Rebel Lease, ze zijn erg flexibel daarin.
RS	Nee precies, ik ben ooit begonnen met een Polo maar nu rij ik een Skoda octavia. Ook omdat ik de ruimte nodig had voor spullen enzovoorts. Dus ze denken ook wel mee met de groei van jouw bedrijf. Stel je hebt een grotere auto nodig spelen ze daar goed op in en dat vindt ook wel positief. En daarin is Rebel Lease natuurlijk wel onderscheidend ten opzichte van de rest.
IV	Oke, en waar vind jij dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Uhm ja wat ik zelf belangrijk vind is service. Mocht je met problemen zitten of wat dan ook dat je snel wordt geholpen. En ik hou ook wel van omdat ik van de hoge hotelschool afkom het

	persoonlijke contact. Omdat ze wat kleiner zijn word je persoonlijk te woord gestaan. En daardoor kan je makkelijk tot he point komen.
IV	En de prijs in hoeverre vind je dat belangrijk?
RS	Ja je moet het natuurlijk wel kunnen betalen toch? Hahah
IV	Hahah ja maar ik bedoel je zegt service vind je belangrijk, maar vaak komt bij een betere service ook een hogere prijs bij kijken.
RS	Ja als ik heel eerlijk heb ik ooit voor Rebel Lease bij topsportlease geleased. Ook wel een flexibele termijn. Het voordeel daarbij was dat ik geen jaarcijfers hoefde te laten zien omdat ik net begon. Ik moest alleen 3 maanden borg betalen, en die borg kreeg je na afloop weer terug. Alleen ze hadden een vrij klein assortiment. Op een gegeven moment kan je wel cijfers aanleveren. Maar om to the point te komen ben ik later met iemand in contact gekomen en die had mij toen vervolgens aan Rebel Lease gekoppeld. En je ziet natuurlijk heel veel reclames voorbijkomen van je kan deze auto voor dit leasen. Super aantrekkelijk totdat je ziet hoeveel kilometers je ervoor kan rijden. Maar ik heb niet zo groot marktonderzoek gedaan, uiteindelijk bij Rebel Lease terecht gekomen, positieve ervaring. Dus ik heb niet tot op de cent afgemeten want daar heb ik geen onderzoek naar gedaan. Ik had een positieve ervaring en toen vond ik het wel prima.
IV	Want dat gevoel van toen je met Rebel Lease in aanraking kwam was direct wel een goed gevoel waarna je dacht..
RS	Ja dat was een goed, ik werd gelinkt door iemand die ik kende en die zei, ik kan eigenlijk niet zo veel voor je betekenen maar ik kan je in contact brengen met Ivo. En toen gaf hij een breed palet aan mogelijkheden weer. En toen dacht ik na hij kan snel schakelen en daar hou ik wel van.
IV	Ja, wat vond je dat die uitstraalde of naja het bedrijf?
RS	Na ik was volgens mij 1 van de eerste klanten. Maar wat straalde ze uit? Na in ieder geval flexibiliteit. Je zag wel gewoon nog dat ze aan het opstarten waren.
IV	En het was niet dat ze een aantal beloftes hadden die ze bij jou probeerde over te brengen van kijk dit gaan wij leveren.
RS	Nee helemaal niet. Het was puur mijn eigen keuze geweest. Zij hebben mij gewoon wat aan geboden maar ze zetten je niet onder druk ofzo. En ja beloftes de flexibiliteit in het contract, maar ik denk gewoon dat ze commerciëler kunnen zijn.
IV	En hoe bedoel je dat?
RS	Ik vind als ze een groter klantenbestand willen hebben dat zij dat kunnen halen, maar dan moeten ze wel meer acquisitie en progressievere sales kunnen hanteren.
IV	Ja klopt want je hoort veel dat iedereen via via binnenkomt
RS	Maar nooit echt via hun eigen netwerk
IV	Nee het is niet echt dat ze een nieuwe klant kunnen aantrekken. Na via supershortlease hebben ze wel dat geluk. Maar uiteindelijk willen ze gewoon graag mensen direct naar Rebel Lease, want uiteindelijk is het gewoon een goede dienst die ze leveren.
RS	Ja dat is ook zo. En ik denk dat ze in het sales stuk meer kunnen doen. Ik zeg maar wat rij alle bedrijventerreinen af en probeer zo nieuwe mensen te vinden.
IV	Ja maar wat ik veel merk dat er veel bedrijven zijn die toch die 2 tientjes in de maand duurder te prijzig vinden. Want stel je hebt 20 auto's dan tikt dat wel aan. En daarom proberen ze zich vooral op de kleinere ondernemers te focussen omdat die de service belangrijk vinden.
RS	Ja maar op het moment dat zij door willen groeien is het ook belangrijk dat jij die grote partijen naar zich toe weet te trekken. Ja en dan moeten ze bijvoorbeeld een package deal maken ofzo. En dan moet je misschien de auto voor 20 euro minder gaan aanbieden en dan loop je tenminste niet die klant mis. En dan na een goede ervaring worden er op die manier meer auto's geleased, bedrijven vertellen het door en zo gaat je bedrijf groeien.
IV	Misschien zijn ze bang om risico's te nemen durf ik ook niet te zeggen.
RS	Nee maar ik heb er geen moeite mee. Na ik weet ook niet zo goed of de naam goed aansluit.
IV	Nee dat kan ik begrijpen. Want er zijn natuurlijk mensen die het met iets leuk associëren en als je het verhaal op de website leest, dan denk je leuk bedacht. Maar rebel komt meestal in de oren als iets wat slecht is.
RS	Nee precies, het zet niet iets positiefs. Ik kom in ieder geval bij iets positiefs uit. En het stukje van wat ze zeggen ik heb niet echt het gevoel alsof ze dat echt doorvoeren.
IV	En wat bedoel je daarmee?

RS	Naja Rebel Lease heeft er natuurlijk een verhaal bij, maar zie jij dat terug in de bedrijfsvoering?
IV	Naja lastig te zeggen want ik lease natuurlijk niet bij het bedrijf. Maar jij vindt dat dus kennelijk wel? Jij vindt dat ze dat niet doorvoeren?
RS	Na omdat ik een klant van het eerste uur ben word ik uitgenodigd voor een event, hartstikke leuk en prima, maar is dat nou het rebelse?
IV	Goede opmerking heb ik nog niet vaker gehoord
RS	Ja is dat nou het rebelse of links of rechts om en daar betaal je dan 20 meer voor. Maar dan denk ik begrijp me niet verkeerd want het is hartstikke leuk. Is dat wat de naam Rebel onderscheidt. Na laat ik het zo zeggen ik vind iedereen daar echt top gasten. Maar je moet wel kijken van sluit het allemaal aan met het verhaal op de site en noem maar op. En dat vind ik een beetje ver te zoeken.
IV	Het klinkt vooral heel mooi maar om het daadwerkelijk uit te voeren, op de manier waarop zij dat op de website hebben staan is gewoon lastig in de praktijk te brengen.
RS	Ja precies, en de naam spreekt nou ook niet erg aan bij veel mensen. Dus stoot het misschien ook wel af, waardoor mensen niet echt verder gaan kijken. Ik denk dat als ze bepaalde dingen hetzelfde houden dat dat hartstikke goed is, maar ik zou ook wel een aantal dingen veranderen als ik hun was. Om een betere doelgroep aan te spreken. Kijk ik kwam via via binnen en ik had een positieve ervaring dus wat maakt mij de naam uit. Maar ik snap wel voor iemand die nieuw is kan ik wel begrijpen dat zij denken bij de naam, ja Rebel Lease wat is dat voor autobedrijf hahah
IV	Hahhah nee ik begrijp u. Maar kijk je leased nu bij Rebel Lease. Maar wat zou er moeten gebeuren zodat jij vertrekt bij het bedrijf?
RS	Wat mijn reden zou zijn om over te stappen?
IV	Ja,
RS	Ja als voor mij de service nalatig is, en de persoonlijke touche eraf is. Want ik ben natuurlijk via via binnen gekomen en op een gegeven moment zit er ook een stukje gun factor achter. Dat je denkt positief, en de service is goed na prima. Maar als dat verdwijnt zie ik niet meer de meerwaarde. Want dan maakt het niet meer uit, dan denk ik, ik betaal liever minder en dan wordt het maar wat onpersoonlijker.
IV	Ja dat is logisch natuurlijk, want als je kijkt naar de periodes waarin u heeft geleased. Want u had 2 auto's geleased zag ik in het klantenbestand?
RS	Ja klopt een fiat 500, en die polo heb ik 2.5 jaar gehad ofzo. Hoe lang bestaan ze ook alweer?
IV	Ja sinds 2015 uit mijn hoofd. En hadden ze iets beters kunnen doen in deze leaseperiodes? Waarbij je niet persé teleurgesteld over bent maar waar je wel van denkt dat had beter gekund.
RS	Na niet echt, maar als je kijkt kunnen ze bijvoorbeeld het brandstof voorschot beter kunnen inschatten. Maarja dat zijn de details. En ik denk dat ze af en toe klantencontact wat beter kunnen onderhouden. Zeker als je je wilt onderscheiden door de service gewoon dat soort dingen. Ik denk dat ze dat op het begin heel goed deden maar je merkt wel dat dat iets minder is geworden.
IV	Maar zoals het nu gaat zou u bij het bedrijf blijven.
RS	Ja hoor. Ik zou het relaxed vinden als ze de leasetermijn iets zouden kunnen aanpassen.
IV	Oke en op welke manier?
RS	Naja dat je iets eerder van auto kan wisselen zonder dat je het onwijs in je portemonnee gaat voelen.
IV	Ja want hoe gaat dat nu?
RS	Ik kon wel makkelijk overstappen maar dan zit je wel voor 4 jaar aan een auto vast. En je kan wel upgraden of downgraden. Maar aan downgraden zit wel een soort van boeteclausule vast. Dus kan je eigenlijk alleen upgraden. Daar zouden ze wel iets flexibeler in mogen zijn vind ik.
IV	We zijn nu bij het laatste onderdeel aangekomen, de waardepropositie. Wat ik bedacht heb, ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet. Ze zijn niet van Rebel Lease, ze zijn van willekeurige automaatschappijen. En mijn vraag ik welke vind jij het beste, welke de slechtste en waarom vind je dat.
RS	Oke
IV	Na allereerst, Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat zodat je je kunt concentreren op what's next. De tweede is, leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. En dan de laatste is, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de

	autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. Nu is de vraag welke sprak jou het meeste aan en welke en minste en waarom?
RS	Die tweede klinkt echt als die van Rebel Lease. Verder vind ik dat de eerste het beste aansluit bij deze tijd want die zegt wat over innovatie en in deze tijd met de elektrische auto's is dat natuurlijk erg belangrijk. De politiek en alles gaat daar wel heen, het komt goed tot zijn recht in de tijd waar wij goed in leven.
IV	Oke dat vind je dan de beste, maar welke vind je het slechtste?
RS	Ja die klonk als die van Rebel Lease. Dat is niet vanuit mijn belang, maar zij willen natuurlijk groter worden en nu focussen ze zich vooral op kleine ondernemers. Naja ze willen toch groter, je moet groot denken toch? Verder vind ik de waardepropositie een beetje vaag, want ze willen zich onderscheiden maar hoe gaan ze dat doen. Want als je kijkt naar die eerste waardepropositie daar zit het wordt innovatief in en dan heb je een soort van iets tastbaars. En nu van ja we willen ons onderscheiden, maarja hoe wil je dat gaan doen dan?
IV	Ja dat gevoel kreeg ik ook lichtelijk de eerste keer dat ik de waardepropositie las.
RS	Ja je kan er niks fouts van zeggen maar je weet ook niet wat je krijgt. Het gewoon een algemeen dingetje en mensen geven daar hun eigen draai aan. En ik denk dat je als bedrijf daar zelf een draai aan moet geven, want jij moet bepalen hoe klanten naar jou kijken, en nu laat je dat in het midden. Nu bepaal jij of ik of wie dan ook die het leest oke leuk, en de ene denkt ik herken me erin. Maar ik denk dat er te weinig mensen zich erin herkennen.
IV	Oke duidelijk. Want denk je dat stel de waardepropositie duidelijk geformuleerd is denk dat dat invloed heeft op de keuze voor de mensen die het bedrijf wilt aantrekken?
RS	Ja tuurlijk, want ik denk dat je daarin wel je doelgroep gaat segmenteren. Bijvoorbeeld die van innovatief speelt op een hele andere doelgroep in. Wat ze nu hebben iemand die zich probeert te onderscheiden maar niet zegt waarop. Dus ik denk dat het veel concreter moet zijn. Want dit kan iedere leasemaatschappijen kan neerzetten. Dit is het wenselijke antwoord maar ik denk dat mensen willen horen wat ze ervoor terug krijgen.
IV	Nee daarvoor ben ik mede dit onderzoek gestart omdat ik stiekem dacht dat het beter moest kunnen.
RS	Hahah ja wij gaan ons onderscheiden op een rebelse manier. Zo van we laten je betalen maar we leveren je niks.
IV	Hahaha, maar we zijn alweer bij de laatste vraag aangekomen. Stel jij mag je eigen waardepropositie formuleren, welke aspecten vind jij dat erin vermeld moeten worden?
RS	Val ik misschien weer in herhaling, maar dus de innovatie, verder ben ik gevoelig voor persoonlijk contact of op maat. In ieder geval iets in die trant, flexibel.
IV	Oke na duidelijk. Dat was hem eigenlijk alweer.
RS	Ja dat was hem dan alweer. Het viel allemaal reuze mee.
IV	Ja nee klopt, ik wil jou eigenlijk hartelijk bedanken
RS	Ja ik hoop dat je er wat aan hebt gehad.
IV	Ja ik heb er zeker wat aan gehad. Ik ben super blij dat jij mij wilde helpen, want je helpt mij hier enorm mee.
RS	Ja nee geen probleem, ik ben gewoon heel tevreden met het contact met Ivo en ik gun Rebel Lease ook het beste in die zin. Dus graag help ik ze hiermee.
IV	Nou dat is superfijn om te horen. Leuk dat je zo enthousiast bent. Nogmaals bedankt en ik wens je een fijne dag.
RS	Yes, jij nog succes met de afronding van je studie. Dag
IV	Dag.

Respondent 5

IV	Hi goedemorgen, allereerst superfijn dat u even de tijd wilde nemen om mij te helpen met mijn scriptie. Ik zal mijzelf eerst even voorstellen, ik ben Javier Osses ik ben 23 jaar. Ik studeer in Leiden en ik schrijf nu mijn scriptie omdat ik in mijn laatste jaar zit. Verder sport ik in mijn vrije tijd veel. Ik doe aan topsport.
RS	Wat voor topsport doe je?

IV	Ik hockey
RS	Oh gaaf
IV	Maar voordat we beginnen kunt u zichzelf ook even kort voorstellen?
RS	Om te beginnen mag je gewoon je zeggen hoor zo oud ben ik nog niet. Maar ik ben...
IV	Oke, dat is hartstikke duidelijk. Ik zal eerst even toelichten waarom ik nou eigenlijk contact met u heb opgezocht. Na want ik ben mijn scriptie aan het schrijven en dat doe ik bij Rebel Lease. En zij hebben een probleem en de vraag is of ik dat probleem kan oplossen. Dat is dan ook de reden dat ik klanten aan het spreken ben omdat ik benieuwd ben hoe zij naar het bedrijf kijken, kijken wat zij als positief ervaren of juist negatief. Dat is ook het doel van dit interview om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst vertrek of overstap zijn. Ik heb dit interview opgedeeld in 3 categorieën, eerst zal ik iets vragen over leasen in het algemeen, daarna kijk ik naar het bedrijf Rebel Lease. En als laatste heb ik een gedeelte over de waardepropositie want dat is eigenlijk waar mijn scriptie over gaat. Later ga ik daar iets meer over vertellen maar ik denk dat het gewoon handig is om bij het begin te beginnen. Mijn allereerste vraag is wat is voor u de reden geweest om te gaan autoleasen?
RS	Om te leasen? Na sowieso ben ik geen eigenaar van het bedrijf. Dus ik heb het niet in eerste instantie bepaald. Toen ik vier jaar geleden binnenkwam bij het bedrijf werden er al auto's geleased bij verschillende partijen. En Rebel die is daar laatste tijd bijgekomen. Arjan dat is 1 van mijn eigenaren, die had contact met Ivo. Ivo werkte toen nog voor een andere maatschappij, en toen is die overgegaan naar Rebel, of althans toen is Rebel opgericht. En toen was het logisch om mee te gaan met Ivo. En zo is het een beetje gegroeid met Rebel althans. Bij die andere maatschappijen leasen we nog wel, maar krijgen we steeds minder goede ervaringen mee.
IV	Wat is daar de reden voor?
RS	Na die andere partijen zijn wat afstandelijker, als ik kijk naar de service die Ivo met name biedt, en natuurlijk het team wat erachter staat. Dan is dat veel persoonlijker, veel meer een klantgerichte houding. Dat wordt erg gewaardeerd, je bent geen nummer zoals bij athlon en leaseplan. Athlon heb ik 1 auto van geleased en die zijn wat afstandelijker.
IV	Oke dat begrijp ik, en waar voldoet volgens u een goed leasebedrijf aan?
RS	Als je een goede prijs hebt ten eerste, anders kan je wel heel vrolijk je op de markt bevinden maar dan heeft het totaal geen nut. Je moet goed je kosten als leasemaatschappij in de hand hebben, dat je een lage prijs kan hanteren. Maar daarnaast moet het serviceniveau hoog zijn. Schades moeten hersteld kunnen worden, je moet een stukje klantgerichtheid hebben met de aflevering van een auto bijvoorbeeld. Dan bind je toch het meeste de bestuurder en de werkgevers, degene die uiteindelijk de rekening betalen. Maar goed service niveau en prijs.
IV	Maar stel dat de prijs iets hoger uitvalt maar de service is wel beter, heeft u het er dan voor over om net iets meer te betalen dan bij de concurrentie?
RS	Dat ga ik niet zeggen hahahah
IV	Hahahah
RS	Nee ik snap je vraag, ik denk het wel. Maar het moet niet veel hoger zijn, want uiteindelijk geeft het wel een doorslag. Want bijvoorbeeld bij athlon was de service weer heel slecht geregeld. Maar het is niet zo dat als je service niveau heel goed is dat je dan maar kan doen met de prijs wat je wilt.
IV	Hahahh maar u hoeft niet bang te zijn dat ik iets met de prijs ga doen hoor, maar het was meer voor mijn onderzoek
RS	Hahahahah
IV	En in hoeverre is de auto belangrijk waar je in rijdt?
RS	Wij hebben voornamelijk auto's in ons wagenpark uit 2015, dus met 14% bijtelling. Dat is voor ons een hele belangrijke factor. Dat ze gewoon niet een te hoge bijtelling hebben. En daarnaast moet het gewoon qua onderhoud goed zitten van de auto, je wilt niet een auto rijden waarmee je elke week bij de garage staat.
IV	Oke naja duidelijk, eigenlijk alweer de laatste vraag over het leasen. Wat zou voor u een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf?
RS	Dat je als een nummer behandeld wordt, of dat de prijs te hoog wordt. Of eigenlijk de punten waardoor je in eerste instantie bij een maatschappij terecht komt. Dat kunnen ook punten zijn om uiteindelijk weg te gaan. Dat het serviceniveau te laag is en de prijs te hoog is geworden.

IV	Ja dat de beloftes die ze maken dat ze die eigenlijk niet kunnen waarmaken?
RS	Ja precies.
IV	En als je kijkt naar Rebel Lease, wat voor beloftes maakte zij toen der tijd. En komen ze die beloftes na?
RS	Ja in die zin zijn alle beloftes nog nagekomen, er zit af en toe wel kink in de kabel. Als je bijvoorbeeld 2 weken op een brandstofpasje moet wachten, dat is gewoon niet ideaal. Maar dat zijn natuurlijk gewoon kleine dingen, het zijn niet auto's die helemaal niet deugen. Nee in die zin is het altijd nog wel goed afgehandeld laat ik het zo zeggen. Er is wel is een kink in de kabel geweest maar het is altijd nog goed afgehandeld.
IV	En als je kijkt naar Rebel Lease wat vind jij dat ze uitstralen?
RS	Uhm ja wat ze uitstralen. Eigenlijk is Ivo voor mij Rebel Lease. Maar wat ik zie is een stukje bevlogenheid, enthousiasme over het bedrijf. Maar ook over de eigen werkzaamheden. Hij kan heel goed meedenken, en dat geeft een goed gevoel als afnemers zeg maar. Dat is voor mij Rebel Lease, ik ben nog nooit bij jullie op kantoor geweest, alleen mijn leidinggevende is laatst mee geweest met dat uitje, dat racen volgens mij. En dat vond die echt geweldig, en die kent Rebel Lease wat dat betreft op een andere manier.
IV	Oke duidelijk geformuleerd. Ik vroeg net al iets over die beloftes, maar in hoeverre hebben die beloftes invloed gehad op hoe jullie die dienst nu ervaren?
RS	Naja in die zin zijn er niet zo veel beloftes gemaakt, er worden gewoon afspraken gemaakt en een mantelovereenkomst. En daar heeft Rebel zich gewoon heel goed aangehouden. Als je een mantelovereenkomst met een partij sluit dan verwacht je gewoon dat die afspraken worden nageleefd, en dat hebben ze tot nu toe fantastisch gedaan.
IV	En wat vind je nou echt een kracht van het bedrijf?
RS	Uhm dat je klantgericht blijft, dat is gewoon echt een kracht. Dat je ook van jullie backoffice, schadeafhandeling meestal is dat gewoon goed.
IV	Oke mooi om te horen, maar ook anderzijds kent het bedrijf ook zwaktes?
RS	Uhm ja, Rebel is de laatste keer met een app gekomen om de schades in te noteren. En ik vind dat zij zich daardoor iets te veel laten leiden. Ik heb daar niet zulke goed ervaringen mee.
IV	En hoe bedoelt u dat?
RS	Na een collega van mij had een schade en die had dat in die schadeapp aangegeven. Toen ik later belde, en ik vertelde over die schade werd dat verder niet opgepakt. In dit geval moest ik toen weer Ivo bellen zo van kan jij dit misschien oppakken omdat het via die app niet werkt. En dan krijg je wel weer de afhandeling die je gewend bent. Kijk als iets via een app gaat lopen of het wordt onpersoonlijk
IV	Dan haak je al snel af?
RS	Ja precies dan haak ik al snel af
IV	Oke en wat zou Rebel Lease moeten doen om u te verliezen als klant? Of jullie?
RS	Uhm wat net al werd aangegeven is zeg maar hoe een leasemaatschappij een klant verliest. Door iemand een nummer te maken, of door de prijs enorm te verhogen, of door het serviceniveau omlaag te brengen. Dat zouden redenen zijn om weg te gaan bij jullie. Want op zich qua afstand kunnen wij ook gewoon een leasebedrijf in Zwolle zoeken.
IV	Want waarom hebben jullie toch voor Rebel lease? Ohnee dat gaf je net al aan omdat je natuurlijk Ivo kende. Was dat echt de enige reden om voor Rebel te kiezen?
RS	Ja ja, dus volgens mij is dat de enige reden. Ik heb daar recentelijk de eigenaar niet over gesproken.
IV	Oke, en dan zijn we eigenlijk alweer aangekomen bij de laatste categorie waardepropositie. En dan is eigenlijk mijn eerste vraag weet je wat een waardepropositie is?
RS	Nee geen idee
IV	Ik zal het heel kort even uitleggen. Het is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden. Meestal hebben bedrijven een waardepropositie op de website staan waarbij ze aangeven wat hun anders maakt dan de andere. En dat ga ik herformuleren voor mijn scriptie. Alleen ik heb een vraag want ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet, die zijn niet van Rebel Lease maar van willekeurige maatschappijen. En dan is mijn vraag welke u het aantrekkelijkst vindt en welke het slechtste en waarom. Ben ik tot zo ver nog te volgen?

RS	Ja het is duidelijk
IV	Oke de eerste is leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld, dat is nummer 1. Nummer 2 is, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's. En de laatste is we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van.
RS	Oke, als ik dan een keuze zou moeten maken zou ik zeker voor de laatste gaan. Want ik vind de tweede vind ik iets te veel niche zeg maar. Dan maak je je product wel heel klein als je alleen maar voor duurzaam gaat. Dat vind ik een beetje wolkerig. En die eerste vind ik een beetje te vaag. Het lijkt ook alsof die van Rebel is.
IV	Hahah dat heeft u goed te zien. Maar dat mag ik natuurlijk niet zeggen want dan krijg je geen objectief antwoord.
RS	Maar ik vind dat een beetje een te vage omschrijving van wat voor product je hebt te bieden en wat voor organisatie je bent. Je zet jezelf te afwachtend neer zeg maar. Misschien is dat niet het goed woord, maar je zet jezelf te klein neer.
IV	Nee, en het geeft te weinig sturing?
RS	Nee kijk je hoeft niet te benoemen dat je een kleine organisatie bent. Je moet gewoon staan voor je bedrijf.
IV	En als we dan kijken welke u zo goed vond wat vond u daar zo goed aan?
RS	Ja helder en transparant is natuurlijk hetzelfde, dus er zit nog wel wat verbetering in deze leus. Maar wat ik er goed aan vind, je krijgt gelijk, naja het straalt wat kracht uit zeg maar. En daardoor zou ik eerder geneigd zijn om dit product te nemen dan dat ik 1 van de eerste 2 zou nemen. Ik vind het gewoon wat krachtiger.
IV	Duidelijk, en alweer de ene laatste vraag. Denk je dat een waardepropositie invloed heeft op de uiteindelijke keuze?
RS	Na ik denk dat het je eerste kennismaking is met een bedrijf, als jij als duidelijk die waardepropositie communiceert al aan het begin. En je staat daar volledig achter, en je denkt dat je daardoor goed je doelgroep kan aanspreken. Dan heb je al 50% gewonnen. En als je daarnaast dat ook nog is kan waarmaken. Dan ben je voor 100% over de brug. Dus het is meer je eerste kennismaking, dan dat het extra bijdraagt aan de keuze. Want wie gaat het nou nog een keer nalezen als je al 3 auto's leased bij bijvoorbeeld Rebel Lease.
IV	Nee klopt nee dat ga je niet doen. Nee oke top, en dan de allerlaatste vraag. En als we kijken naar de waardepropositie van Rebel Lease wat zou u ze dan meegeven. Want u weet waar zij goed in zijn en wat vind je dat zij moeten communiceren.
RS	Ja ik mis echt nog iets over het serviceniveau, en dat je geen nummer bent. Ja dat is een suffe uitspraak om erin te zetten, maar dat je gewoon persoonlijk benaderd wordt. Eigenlijk is mijn ervaring, iedere klacht wij hebben gehad wordt op een goede manier afgehandeld.
IV	En dat klinkt echt als een goede kwaliteit?
RS	Ja dat is zeker een kwaliteit, ik zou dat zeker meenemen.
IV	Oke na dan zijn we nu aangekomen bij het einde van dit interview. Ik zou u nogmaals willen bedanken dat u even tijd voor mij wilde vrijmaken om mij te helpen, want dit helpt mij echt enorm.
RS	Mooi
IV	Hartstikke bedankt daarvoor
RS	Mooizo, heel veel succes met de uitwerking. En ik hoop je misschien ooit nog te spreken, of anders misschien de uitslagen communiceert.
IV	Na ik hoop ook dat u het terug zal gaan zien. Ik ga mijn best ervoor doen. In ieder geval een fijne dag en nogmaals bedankt.
RS	Ja en jij een goed einde van je studie.
IV	Yes komt goed dankjewel. Fijne dag hoi hoi
RS	Hoi hoi

IV	Hi goedemorgen, top dat u even de tijd wilde nemen om mij te helpen. Ik zal mij eerst even voorstellen, ik ben Javier Osses, ik ben 23 jaar, ik zit in mijn laatste jaar van mijn studie en verder doe ik aan topsport. Dat is het eigenlijk wel in het kort.
RS	Wat voor sport?
IV	Ik doe aan hockey
RS	Wat leuk, en dat doe je op hoog niveau.
IV	Ja zeker ik doe dat ook voor het nationale elftal van Chili.
RS	Wat leuk, goed hoor.
IV	Ja zeker. Maar zou u ook iets over uzelf kunnen vertellen?
RS	Ja natuurlijk, ik ben ...
IV	Oke dat is goed om te horen. Ik vertel even in het kort waarom ik u heb gecontact. Ik ben zoals ik al in mijn mail had beschreven mijn scriptie aan het schrijven. Dat doe ik bij Rebel Lease, en de vraag vanuit hun was eigenlijk dat zij merkte dat ze het lastig vonden om nieuwe klanten aan te trekken. Dus ik ga onderzoeken hoe ik dat kan verbeteren, en het doel van dit interview is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst, vertrek of overstap zijn. Om die reden interview ik klanten omdat die mij van nuttige informatie kunnen voorzien. Ik heb mijn interview eigenlijk opgedeeld in 3 delen. Allereerst ga ik een aantal vragen over leasen in het algemeen vragen, daarna ga ik wat dieper in op Rebel lease en als laatste zal ik nog in gaan op het onderwerp waardepropositie. De waardepropositie is eigenlijk de kern van mijn onderzoek. Later kom ik nog terug op wat dat precies is want het zou zomaar kunnen dat u niet weet wat dat is. Maar ik denk dat het handig is om gewoon bij het begin te beginnen.
RS	Ja
IV	Nou wat is voor u de reden geweest om te gaan auto leasen?
RS	Nou eigenlijk heel simpel, wij hadden auto's nodig. Dus dat is natuurlijk de eerste behoefte, en dan kan je natuurlijk kiezen tussen kopen en leasen. Maar ik moet zeggen dat ik normaal gesproken meer van het kopen ben dan het leasen. Maar toen der tijd toen wij begonnen met leasen, ja ik zit even te denken hoe ik ook alweer met Rebel Lease in contact ben gekomen. Ja, volgens mij hebben wij eerst auto's gehuurd bij Huurmij, zeg maar. Dat heette toen nog geen supershortlease.
IV	Nee huurmij bestaat nog steeds
RS	Na ik weet het ook niet helemaal meer, maar in ieder geval hadden wij eerst auto's gehuurd voor de korte termijn. En zodoende ben ik in contact gekomen met Ivo. Om auto's ook voor de langere termijn te leasen. Leasen kwam toen in de lucht vanuit de HuurMij supershortlease, dat behoort volgens mij tot 1 grote groep. En dat kwam voor mij toen eigenlijk op het juiste moment. Dus toen ben ik bij Rebel Lease begonnen om te leasen voor de langere termijn. Dat was omdat ik zelf toen der tijd, na ik had wel een auto maar dat was toen een wat oudere auto. Maar op een gegeven wil je een wat comfortabele auto kopen, een hele nieuwe auto kopen lag niet in het budget, dus ja toen ben ik gaan leasen. Dat was voor mij toen eigenlijk de reden om te beginnen met leasen.
IV	Oke
RS	Ja omdat nogmaals een nieuwe auto, daar was ik nog niet koopkrachtig genoeg voor. En daarnaast is het leasen ook wel weer fijn omdat alles eigenlijk uit handen wordt genomen. Qua risico, qua onderhoud enzovoorts. Ja dat was voor mij eigenlijk de reden om dat te gaan doen.
IV	Mijn vraag is dan ook van, want u beschrijft nu allemaal voordelen, maar wat zijn de nadelen volgens u?
RS	Van leasen?
IV	Ja
RS	Kijk naja waar Rebel Lease geld verdient, verlies ik geld hahah
IV	Ja hahah
RS	Ja heel simpel gezegd, kijk leasen betaal je gewoon meer geld. Dus financieel gezien is dat een nadeel. En uiteraard dat heb ik toen ook wel een beetje met Ivo besproken. Kijk het was voor mij als jonge ondernemer, met een jong bedrijf. Is het best eng om een leasecontract voor 4 of 5 jaar te ondertekenen. Want dan zit je daar weer lang aan vast. Maar 1 van de redenen dat ik uiteindelijk ook met Rebel Lease zaken ben gaan doen is omdat toen der tijd daar op een wat flexibelere manier naar hebben kunnen kijken. Om toch op een andere manier het contract in te gaan dan de standaard leasemaatschappij deed. Dus ook dat was voor mij een voordeel. Maar de 2 nadelen die ik zag, waren vaak lange termijn tekenen en de kosten.
IV	Maar stel want u gaf net aan ik ben ooit begonnen met auto leasen omdat ik toen net een nieuw startte en ik had eigenlijk niet het kapitaal om direct auto's te kopen. Maar zou u dan wel overstappen naar auto's kopen wanneer u dat kapitaal wel heeft.

RS	Na dat is een goede vraag, want eigenlijk ben ik nu kapitaalkrchtig genoeg. Alleen, kies ik er dan toch voor om dat kapitaal niet aan auto's te besteden maar juist aan de zaak te besteden. En daarnaast zijn we net ook verhuist naar een nieuw pand in Breukelen, en ook daar hebben wij nu een kantoor gekocht. Dus ja daar heb ik de keuze gemaakt om ook een groot gedeelte van mijn werkkapitaal daarin te investeren.
IV	Oke hartstikke duidelijk, en als we dan kijken naar de leasebedrijven. Waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Ja goede vraag, kijk de leasemaatschappijen doen in principe in de basis allemaal hetzelfde, dus het is denk ik ook wel moeilijk om je te onderscheiden. Maar kijk wat voor mij belangrijk is dat je natuurlijk gewoon goede service krijgt. En goede service houdt voor mij in, dat niet alleen wanneer je belt dat het geregeld wordt, maar ook dat er op een proactieve manier contact wordt onderhouden. Dus als er dan een keer wat speelt dat er uiteraard op de juiste manier mee om wordt gegaan. Dus dat is voor mij belangrijk.
IV	Oke en in hoeverre zijn de prijs en de auto belangrijk?
RS	Ja uiteraard ook belangrijk, ja want in die gun ik het Rebel Lease om zaken met ze te doen. Maar als dezelfde auto ergens anders vele malen goedkoper is dan ja dan is die keuze in die zin ook simpel. Juist omdat het trucje ook door heel veel andere aanbieders wordt geleverd heb je natuurlijk veel keuze. Kijk en hoeft niet voor een dubbeltje op de eerste rang te zitten, want kijk ik ga echt niet alleen maar de goedkoopste uit de markt halen. Maar de prijs wordt wel meegenomen in de overweging. En daarnaast om bijvoorbeeld een voorbeeld te geven ik reed eerst zelf ook een auto bij Rebel Lease, maar toen kreeg ik de kans om een gebruikte Tesla te rijden bij een andere partij en tegen een zeer interessant tarief. Dat was iets op het moment wat Rebel Lease gewoon niet kon leveren. Kijk ik heb het wel bij Ivo gevraagd van kan jij dit ook aanbieden, want als hij dat kon aanbieden had ik liever zaken met hem gedaan. Maarja dat kon hij niet dus ja toen ben ik toch met de andere maatschappij in zee gegaan.
IV	Oke, en eigenlijk de laatste algemene vraag over het leasen. Want wat zou voor jou een reden zijn om te vertrekken bij een Leasebedrijf?
RS	Uhm ja
IV	Ja wat moet er gebeuren binnen het bedrijf dat jij denkt na hier wil ik eigenlijk niet meer mee samenwerken.
RS	Ja uiteraard slechte service, want ik denk dat dat 1 van de meest belangrijke is.
IV	Oke kort maar duidelijk, nu gaan we iets meer in op het bedrijf waar ik mijn scriptie over heb geschreven en daar heb ik een aantal vragen over. Die gaan we gewoon doorlopen, allereerst net gaf je het al een beetje aan maar hoe was je precies terecht gekomen bij Rebel Lease?
RS	Na zoals ik net al omschreef hadden wij al auto's via een supershortlease manier, en naja zodoende ben ik toen in contact gekomen met Ivo toen Rebel lease in de lucht kwam. En op dat moment hadden wij ook auto's nodig voor de lange termijn, dus de vraag en het aanbod kwam eigenlijk op het juiste moment. En uh ja toen ben ik bij Rebel Lease, volgens mij wat ik toen net al zei was ik 1 van de eerste klanten.
IV	Ja leuk, en als je dan kijkt naar wat ze uitstraalde, wat vond je van het bedrijf?
RS	Na wat ik opzich leuk vond, de naam Rebel is natuurlijk gekozen omdat het een nieuwe leasemaatschappij is die zich wil vestigen tussen de gevestigde orde. En een beetje op een Rebelse manier tegen de schenen schoppen van de grotere partijen, dus ja daar houd ik wel van. Want ik ben zelf ook een kleine speler die op die manier ook een beetje rebels in de markt sta. Dus ja daar heb ik in die zin altijd wel een zwak voor, om met partijen zaken te doen die net als ik ook gewoon wat kleiner zijn dus ja.
IV	Dus dat heeft u wel overtuigd?
RS	Ja en uiteraard gewoon de persoon Ivo dat klikt ook gewoon.
IV	Oke goed om te horen. En weet u nog wat voor beloftes Rebel lease overbracht?
RS	Beloftes?
IV	Ja van dit gaan wij leveren, hier staan wij voor.
RS	Ja in ieder geval die goede service, dat werd vooraf of naja dat ervaar ik nog steeds als positief. Verder specifiek voor mij wat ik net al deels vertelde ik vond het een beetje spannend om toen in 1 keer voor vier of vijf jaar te moeten tekenen. Dus toen hebben wij ook deels gekeken ik ging toen een golf GTE leasen, ja en dat was een auto waarvan Ivo zei stel dat die wat eerder terugkomt kunnen wij die vrij makkelijker door leasen. Dus toen hebben wij iets kunnen doen aan de opzegtermijn, dus dat is toen op een iets andere manier opgesteld, en hierdoor ben ik zaken met jullie gaan doen.
IV	En in hoeverre hebben die beloftes invloed gehad op hoe u de dienst ervaren heeft?
RS	Ja weetje kijk, die beloftes op basis van opzeggen, na even denken. Ja uiteindelijk is dat nagekomen omdat ik de auto eerder heb ingeleverd dan het contract eigenlijk duurde. Dus ja dat is nagekomen en dat ging goed.

IV	Ja want het schept natuurlijk bepaalde verwachtingen, en stel dat dat niet wordt nagekomen is dat natuurlijk ook wel vervelend voor de klant.
RS	Ja maar goed uiteindelijk zijn de het nagekomen, toen heb ik ook een andere auto afgenomen die nog steeds bij jullie in de lease loopt. Dus ja zo.
IV	En als je kijkt naar de kracht wat vind je echt de kracht van het bedrijf?
RS	Na wat ik denk dat deels de kracht is, is dat Rebel Lease, en dan bedoel ik niet alleen Rebel Lease maar de groep van bedrijf die natuurlijk HuurMij, Supershortlease en Rebel Lease is. Is dat ze natuurlijk alle vormen van leasen kunnen faciliteren. En ik denk dat dat de kracht van de groep bedrijven bij elkaar is. En als het puur en alleen om Rebel Lease gaat, dan denk ik dat de kracht is dat het een bedrijf is dat wat meer meekijkt naar het bedrijf en meedenkt in oplossingen. In plaats van als je het grotere leaseplan bekijkt of andere grote bedrijven, die bieden iets aan en daar kies je wel of niet voor. En die denken niet zo snel mee aan jou als kleine onderneming.
IV	Die zien je meer als een nummertje?
RS	Ja precies
IV	En een zwakte? Want elk bedrijf kent vaak ook zijn zwaktes.
RS	Ja na bijvoorbeeld dat ze niet alles kunnen leveren wat grotere partijen wel kunnen leveren.
IV	Ja en dat bedoelt u vooral met auto's?
RS	Ja qua auto's maar ook qua leaseprijzen. Ik heb namelijk andere aanbiedingen voorbij zien komen en die lagen dan net effe wat lager. Ik denk in vergelijking met andere partijen kunnen zij niet altijd de goedkoopste zijn, misschien hoeven ze dat ook niet te zijn maar uh ik denk dat grote partijen soms wel winnen op prijs.
IV	Ja dat begrijp ik, en wat zou voor u een reden zijn om niet meer te gaan leasen bij Rebel Lease?
RS	Na dan kom ik toch weer terug op dat stukje service, ja als dat slecht zou worden zou dat een reden kunnen zijn.
IV	En er is niet iets wat Rebel Lease beter kan doen in uw huidige leaseperiode?
RS	Kijk wij zijn denk niet 1 van de grootste klanten van Rebel Lease aangezien wij nu nog maar 1 auto hebben lopen. Maar dat loopt verder goed, en het is niet dat nee daar hoeft verder niks aan verandert te worden.
IV	En blijft u dan leasen bij Rebel Lease zoals het er nu voor staat?
RS	Ja ja die intentie is er zeker. Ja hoor.
IV	Gewoon omdat die samenwerking goed is? En u veel waarde hecht aan de service die ze leveren?
RS	Ja precies.
IV	Oke duidelijk, zijn we eigenlijk alweer bij het laatste aangekomen. Heb ik eerst een vraag weet u wat een waardepropositie is?
RS	Ja ik denk wel te weten wat dat is.
IV	Zou u dat kunnen uitleggen want misschien zitten we niet op dezelfde lijn.
RS	Naja leg het mij maar uit want dan zitten we zeker op dezelfde lijn hahah.
IV	Ja na in het kort is de waardepropositie de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden.
RS	Ja oke duidelijk
IV	Voor mijn scriptie ga ik eigenlijk kijken of de huidige waardepropositie goed aansluit, en ik heb iets bedacht waarbij ik drie waardeproposities op een rij heb gezet, ze zijn niet van Rebel Lease, gewoon van willekeurige autobedrijven. En dan is mijn vraag aan jou welke jij de beste vindt en welke jij de slechtste vindt en waarom. Na de allereerste is 3. Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. Nummer 2 is, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat zodat je je kunt concentreren op what's next. En de laatste is, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. Dat was de laatste en dan is mijn vraag, welke vond je het beste? Welke vond je het slechtste en waarom?
RS	Uh 2 vind ik denk het slechtste als ik moet kiezen want dat ging over die innovatieve club toch?
IV	Ja ja
RS	En verder kan je 1 en 3 een beetje hetzelfde interpreteren. Want bij 3 ging het echt om het meedenken maar bij lees ik dat ook een beetje tussen de regels door.
IV	Maar u zegt 1 geeft dat ook een beetje aan maar dat is u eigen visie toch?
RS	Ja dat is zeker waar.

IV	En 2 vond u de slechtste?
RS	Ja dat klopt, ik vind het een beetje slap gelul eerlijk gezegd.
IV	Oke, en waarom vond u 3 nou precies de beste?
RS	Ja omdat die eigenlijk heel concreet aangeeft wat je wil en kan betekenen en ik denk dat je hierdoor wel mensen weet aan te spreken.
IV	Oke hartstikke duidelijk en dan zijn we eigenlijk alweer aangekomen bij de laatste 2 vragen. De ener laatste vraag is, denk je dat een duidelijke waardepropositie invloed heeft op de keuze van een bedrijf?
RS	Ik denk dat het zeker een bijdrage levert.
IV	Maar een bijdrage? Dus het helpt volgens u mee met de keuze?
RS	Nee kijk het zal nooit de enige reden zijn om voor een partij te kiezen. Kijk weetje als ik naar mijzelf kijk. En even en analyseer om over het algemeen zaken te doen met iemand, dan is dat niet alleen omdat bedrijven duidelijk aansluitende waardepropositie heeft. Maar het is vaak ook een gevoel wat erbij komt kijken na het contact dat je hebt, echt gewoon heel concreet hetgeen wat ze bieden, weetje ja ik denk dat het een combinatie van factoren is. Maar dat het wel helpt zodra het wel gewoon heel duidelijk is wat de propositie van een bedrijf is. Want ja dat schept duidelijkheid zeg maar.
IV	Oke, en als je zelf een waardepropositie zou mogen formuleren, welke elementen zou jij eraan toevoegen?
RS	Goede vraag, daar heb ik niet direct antwoord op. Als ik nu bijvoorbeeld kijkt naar nummer 3, wat dat eigenlijk voor mij samen wat een goede propositie moet zijn, in jullie branche. Omdat dat voor mij belangrijke factoren zijn.
IV	Omdat het gewoon duidelijk is en je weet precies wat je kan verwachten?
RS	Ja en het is concreet.
IV	Oke super, we zijn bij het einde gekomen van mijn interview. Ik wil u nogmaals bedanken dat u tijd voor mij hebt vrij willen maken om mij te helpen met het interview.
RS	Ja super ik hoop dat het geholpen heeft. En heel veel succes verder met je scriptie.
IV	Ja top dan wens ik u een fijne dag.
RS	Ja zeker, van hetzelfde.

Respondent 7

IV	Goedemiddag, ik ben Javier Osses en wij hadden deze afspraak gemaakt voor de afname van een interview voor mijn scriptie onderzoek.
RS	Ja dat klopt, goedemiddag.
IV	Ik zal mezelf eerst even voorstellen, ik ben javier osses, ik ben 23 jaar. Ik studeerd commerciële economie en ik zit in mijn laatste jaar. Ik ben mijn scriptie aan het schrijven, en verder doe ik aan topsport.
RS	Wat voor topsport.
IV	Ik hockey
RS	Oke en waar doe je dat dan?
IV	Bij HDM in den haag
RS	Oke wat knap. Wat stoer.
IV	Ja hartstikke leuk
RS	Ja dat geloof ik
IV	Zou u iets korts over u kunnen vertellen.
RS	Nou ik doe niet aan topsport, maar zo voelt het wel. Maar ik ben ... Is dat genoeg?
IV	Ja dat is meer dan genoeg, bedankt, hartstikke duidelijk. Ik leg nog even precies uit waarom ik contact met u heb gezocht. Ik ben mijn scriptie aan het schrijven bij Rebel Lease. Zij hebben mij gevraagd om iets te onderzoeken. Eigenlijk hadden zij aan mij gevraagd hoe zij meer klanten naar het bedrijf konden trekken en dan voornamelijk nieuwe klanten, en dat probeer ik te achterhalen. Het doel van dit interview is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst, vertrek of overstap zijn. Want ik ga in mijn onderzoek proberen de waardepropositie te herformuleren. Daar kom ik later op terug, maar daarvoor heb ik input van verschillende kanten nodig en input van klanten voor het beste resultaat. Ik ben in ieder geval hartstikke blij dat u mij wilt helpen in dat proces.
RS	Ja natuurlijk
IV	Ik heb dit interview opgedeeld in 3 categorieën. Eerst ga ik een aantal algemene vragen stellen over leasen, daarna ga ik in op Rebel Lease. En als laatste ga ik in op de waardepropositie. Maar mijn allereerste vraag is waarom heeft u besloten om te gaan auto leasen?

RS	Uh wij hebben nu een vloot van auto's en dat waren eigen auto's. En daar hebben wij de afspraak wij rijden daarin 150000 kilometer in, maar de kosten die daarbij komen dan kan je in sommige gevallen kan je dan beter gaan leasen. En in ons geval waren er 2 auto's total los zijn gegaan. En als je dan zou leasen dan, als er een auto total los gaat heb je eigenlijk alleen maar je eigen risico en dan is het klaar. En nu hadden we een verlies van een audi a3 en een audi q7. Dus het was voordeliger geweest als we die auto's geleased hadden.
IV	En toen dacht u het is misschien een mooi moment om te gaan overstappen op leasen?
RS	Ja
IV	Dat is een begrijpelijke reden, Want u leased nu, maar schetst nu een best wel mooi beeld van leasen over wat voor voordelen dat heeft maar heeft het ook nadelen?
RS	Ja zeker,
IV	En die zijn?
RS	De prijs
IV	Die vind u aan de hoge kant?
RS	Ja tuurlijk
IV	Dat is een duidelijke reden, en zijn er daarnaast nog meer nadelen?
RS	Nee ik zie eigenlijk daarnaast geen nadelen
IV	Geen nadelen omdat je weet wat je krijgt en het voor gemak zorgt?
RS	Ja precies dat vind ik over het algemeen erg fijn.
IV	Oke, en als we dan kijken naar leasebedrijven, waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Uhm dienstverlening, bij dienstverlening dus ervoor zorgen dat de berijder ontzorgt wordt, directe lijnen. Dat als er iets met de pech of schades is dat ze weten wie ik ben en wat mijn auto is en dat soort dingen. En wat ik, wij neigen naar de benzine zelf.
IV	En in hoeverre is de prijs en de auto voor u belangrijk?
RS	Uhm naja wij hebben de prijs, na wat wij op een gegeven moment wilde, onze berijders maken er een hele studie van, 6 weken lang zijn ze bezig met welke auto ze willen. Ik heb met Rebel Lease afgesproken wat het budget is welke prijsklasse het binnen moet vallen, en dan moeten de auto's zwart zijn. En ik heb met Rebel afgesproken, vraag wat ze willen, biedt 3 auto's aan en daar moeten ze uit kiezen punt. Wij hebben geen zin dat medewerkers in 6 weken elke keer zeggen ik heb een afspraak met de dealer weet ik veel wat. Nee je moet zeggen ik wil een stuur en vier wielen en ik wil een goede stoel of ik wil airco. Dat mag je aangeven dan zoekt Rebel de juiste auto binnen jouw klassen, zij weten dat het best te onderhandelen, zij kunnen dat beter dan op individueel niveau.
IV	Dus je geeft eigenlijk veel werk uit handen?
RS	Ja ik geef veel werk uit handen, maar vooral de belasting voor de berijder, en de productiviteit die daarmee verloren gaat. Want zij kunnen veel beter inkopen dan dat ik in dit geval bijvoorbeeld. Wij hadden een zeer gevarieerd wagenpark, qua merken, wij hadden vier verschillende soorten merken. Want als ik bijvoorbeeld alles inkoop bij wittenbrug dan krijg ik een goede deal. Maar de auto's gaan er dan geforceerd uit, en Rebel heeft veel betere inkoop en veel beter connecties dan dat ik als lokale poppetje heb.
IV	Oke dat is duidelijk uitgelegd, maar u vertrouwt dat Rebel dat op de best mogelijk manier voor u oplost. Maar waar baseert u eigenlijk dat vertrouwen op?
RS	Na van tevoren hebben wij natuurlijk 3 leasemaatschappijen langs laten komen, en Rebel was niet de goedkoopste maar wel degene die het meest betrokken was.
IV	En uiteindelijk is daar de keuze voor gevallen?
RS	En uiteindelijk is daar de keuze voor gevallen inderdaad. Je moet je voorstellen Rebel heeft, ik moest natuurlijk een presentatie geven om mensen te overtuigen, en zij waren van wij gaan met je mee wat heb je nodig. Zij hebben mij helemaal begeleid in dat proces voor de overtuiging. En die andere was meer van je belt over een paar weken zo van, heb je al een keuze gemaakt? Nee, dan bellen we over een paar weken.
IV	Iets minder betrokken waren die?
RS	Ja precies
IV	Oke hartstikke duidelijk. En wat zou nu voor jou een reden om te vertrekken bij een leasebedrijf?
RS	Ja naja ik zal het netjes zeggen, als ze gaan piepen over dingen. Als ze bijvoorbeeld zeggen oh nou de auto is niet afgetankt.
IV	Gewoon die kleine dingetjes?

RS	Ja die kleine dingetjes, want ik denk volgens mij heeft u genoeg verdient aan ons dus je hoeft niet te zeuren over die kleine dingetjes.
IV	Begrijpelijk, want u investeert veel geld en dan verwacht je gewoon die service van de andere kant terug. Duidelijk, we gaan nu iets dieper in op Rebel lease. U gaf het net al een klein beetje aan, maar hoe bent u terecht gekomen bij Rebel Lease?
RS	Uhm ik heb gewerkt bij Molcur holding en multirent was daar de leasepartij. En er zaten veel mensen bij Multirent. En zo kende ik wat mensen die nu bij Rebel zitten.
IV	Oke, en zo bent u, u heeft gewoon altijd contact met ze blijven onderhouden?
RS	Nee nee nee, hiervoor zat ik bij 1 van de schadehuizen van 1 van de zusjes van multilease en achilleslease. Dus nadat zij weg zijn gegaan heb ik geen contact meer met ze gehad. Maar ik had een aantal leasemaatschappijen uitgenodigd, ik wilde niet bij te grote want daar zijn wij gewoon echt te klein voor. Daarnaast vind ik die ook gewoon echt te onpersoonlijk dus en daar vielen zij ook tussen. Ook een that's lease maar die waren dan net weer een stukje duurder dus ga zo maar door.
IV	En uiteindelijk toch voor Rebel Lease gekozen?
RS	Ja
IV	Wat vond je dat Rebel Lease uitstraalde?
RS	Persoonlijkheid, toegankelijkheid en betrokkenheid.
IV	En dat heeft u overtuigt?
RS	Ja,
IV	En toen u een contract aanging met Rebel Lease waren er toen beloftes? Zo van ja wij bieden sowieso dit en dit en dat.
RS	Ja zeker, zij denken heel erg mee. En dat is wat zij hebben ook aangegeven en dat is ook precies wat ze doen.
IV	En wat hadden ze precies aangegeven?
RS	Nou bijvoorbeeld, ik heb nu 2 zwarte golfen rijden. Maar eigenlijk hadden ze die niet, maar ze kende nog wel iemand die, en zo hebben ze op die manier een occasion lease aangeboden. En die loopt dan voor een kortere periode, zij hebben echt meegedacht om te zoeken naar een passende oplossing voor ons. En ja ik had een collega maar die wilde ook een trekhaak erbij maar dan zou die boven het bedrag komen, en dan zeggen zij dan doen wij wel de trekhaak erbij.
IV	Ja dat is fijn
RS	Ja dat is makkelijk, en dan doe ik de volgende keer dan doe je die iets hoger en dan compenseer je het op die manier.
IV	Ja dat is perfect. En als je dan kijkt in hoeverre hebben die beloftes invloed gehad op hoe u de dienst nu ervaart.
RS	Ja ze maken waar wat ze gezegd hebben, dus ja dat vind ik wel heel fijn.
IV	Ja dat is natuurlijk superfijn voor de klant, want het kan zo zijn dat ze veel dingen beloven dan kan het ook snel dat ze dingen niet waar komen.
RS	Maar daarom beloven ze dat geloof ik niet.
IV	Ja dat was mijn vraag hahah
RS	Hahah
IV	En als we dan kijken naar de kracht van het bedrijf
RS	Ja dat vind ik echt de persoonlijkheid en dat snel kunnen schakelen, als ik wil dat er vandaag nog een auto opgehaald moet worden. Komen ze hem vandaag nog ophalen en dan zullen ze alles op alles voor doen. Ik heb een medewerker die begon in juli en die auto hebben ze toen 28 juni thuis afgeleverd.
IV	Ja dat is geweldig?
RS	Ja ze was toen nog niet eens in dienst, dus ik had nog geen overeenkomst. Maar op basis van vertrouwen hebben ze daar die auto neergezet. Het scheelde mij een hoop werk met die nieuwe medewerker die hier dan op maandag ochtend om 9 uur moest zijn, met een auto die die eerst niet had. En wat ik ook heel tof vond, wij hadden een zieke medewerker, maar die had een ongeluk gehad en toen hebben ze mij opgebeld, wij hebben net die auto opgehaald neem even contact op met je berijder want het is in het weekend geweest. Dat vond ik wel heel erg tof.
IV	Ja dat klinkt ook wel echt goed. Maar nu omschrijft u allemaal sterktes, maar kent het bedrijf ook zwaktes? Bent u die al tegen gekomen?
RS	Nee.
IV	Geen zwaktes?
RS	Moet ik wat verzinnen?

IV	Hahah nee ben jij gek
RS	Mijn collega's vinden ze soms te klein.
IV	En hoe bedoel je te klein?
RS	Nou mijn collega zat te wachten op zijn auto, en die zat te wachten op productie en ze hadden geen passende voorloop auto. Neem bijvoorbeeld een leaseplan die hebben super veel auto's.
IV	Ja precies die hebben een supergroot wagenpark
RS	Ja en Rebel Lease heeft natuurlijk niet zo'n groot wagenpark. Want als ik tegen leaseplan zeg wij willen graag die auto hebben binnen die en die, ja kijk zij hebben zo'n groot netwerk dus dat kunnen ze wel leveren. En bij Rebel Lease heb ik nu een grijze auto ipv een zwarte.
IV	Terwijl u eigenlijk elke zwart wilde helpen.
RS	Ja, maar wat ik wel weer handig vind is dat supershortlease, want zij hebben natuurlijk 3 verschillende labels. Dag verhuur, supershortlease en gewoon leasen. Ik heb shortlease auto's en leaseauto's.
IV	Ja dat is natuurlijk fijn dat ze dat allemaal kunnen leveren. Dat is ook gewoon een kracht dat zij die 3 bv's eigenlijk hebben. Waardoor ze heel makkelijk kunnen schakelen.
RS	Ik weet niet hoe ze daar bij komen.
IV	Sorry?
RS	Ja bij multirent en multilease hadden ze dat natuurlijk ook.
IV	Oh op die manier is dat ontstaan?
RS	Ja het is niet een unieke combinatie, maar daarbij schakelen ze wel veel sneller met elkaar. Omdat ze veel kleiner zijn, bijvoorbeeld als ik een auto ga huren bij Europcar, en ik zeg hij gaat wat langer rijden. Dan zet HuurMij hem om naar supershortlease. Europcar zou zeggen nee je krijgt een nieuwe auto als je shortlease gaat rijden, nou laat dan maar zitten, doe niet zo moeilijk. Hahah
IV	Hahah duidelijk, je zegt het bedrijf kent geen zwaktes. Maar dan zou deze vraag misschien ook wel overbodig zijn, want wat zou Rebel lease kunnen doen om uw nog tevredener te krijgen als klant in de huidige leaseperiode.
RS	Nou het grappige is, op een gegeven moment heb ik ze gebeld maar toen kreeg ik een bandje. Als ik ergens allergisch voor ben is het wel een bandje, want als ik met schade of pech sta en ik krijg een bandje. Dan sta ik met paniek op de snelweg, dan wil ik geen bandje maar dan wil ik gewoon iemand die tegen mij zegt van het komt goed en we gaan je helpen. Dus daar heb ik wat van gezegd, zo van ja een bandje is zo onpersoonlijk en dat is niet waar jullie voor staan. Daar heb ik toen wat van gezegd en op kantoortijden nemen ze nu zelf de telefoon op.
IV	Dat is dan toch goed opgelost?
RS	Ja dus als klacht kan je dat meegeven
IV	Geen bandjes meer hahah?
RS	Hahha nee geen bandjes meer. Ja winter of zomerbanden maar geen telefoonbandjes.
IV	We zijn alweer bij de laatste categorie aangekomen, de waardepropositie. Weet u toevallig wat een waardepropositie is?
RS	Ja maar je mag het uitleggen.
IV	Ja ik leg het wel uit want dan zitten we direct op dezelfde lijn. Na een waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden.
RS	Oke
IV	In mijn scriptie ga ik proberen de waardepropositie van Rebel Lease te herformuleren. Omdat ik denk dat je op die manier nieuwe klanten kan aantrekken, door op de juiste manier met een waardepropositie in te spelen. Maar wat ik heb bedacht, ik heb 3 willekeurige waardeproposities op een rij gezet, die zijn dus niet van Rebel Lease maar van willekeurige bedrijven. En ik ben benieuwd welk u het beste vindt, het slechtste en de reden daarvoor.
RS	Oke
IV	Na de eerste is, leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. De tweede is, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En de laatste, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. En nu mijn vraag aan u welke vond u het slechtste, beste en waarom?
RS	3,1,2.

IV	En waarom heeft u ze in die volgorde gezet?
RS	Na om bij de slechtste te beginnen, na dat groene gelul, ja behh. Ja maar echt dat vind ik echt, een auto is milieuvervuילend, maar als je dat zo vervelend vindt moet je gaan fietsen, dan moet je fietsen gaan verhuren, in plaats van auto's. Dat vind ik altijd zo'n bullshit.
IV	Hahah ja wel grappig om te horen, want de slechtste is van het grootste bedrijf.
RS	Ja ik vind het echt slap gelul, onzin. Weetje je kan het ook overdrijven, ja natuurlijk moet je ook aan het groen denken, en aan een elektrische auto. Maar die oplossing is er nog niet. Dan zou je als een leaseplan moeten zeggen dan gaan wij alleen maar elektrische auto's aanbieden. Dan kan je echt je grasgroen uitdragen, maar deze waardepropositie slaat nergens op. En als je voor een wagenpark gaat ga je niet voor groen, dan ga je bij de gemeente werken en dan geef je iedereen een fiets.
IV	Ja hahah, en als we kijken naar de beste. Waarom vond je de derde het beste.
RS	Ja omdat die tenminste ergens op sloeg.
IV	Ja ik kan hem nog wel een keer voorlezen.
RS	Ja doe maar en wat was 1.
IV	Ja 1 is leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld
RS	Ja kijk ik vind hem leuk, maar is veel te mooi verpakt en bij 3 krijg je gewoon de waarheid te horen. Ik ben vrij nuchter en hierdoor komt 3 veel beter aan. In plaats van dloe dloe bla bla.
IV	Je weet precies wat je kan verwachten?
RS	Ja kijk het is een goede prijs, het is een goede dienst, zij kijken met mij mee in plaats van de 1 die wat zweveriger is.
IV	Oke duidelijk, en we zijn alweer aangekomen bij de laatste 2 vragen. Denk je dat een duidelijke waardepropositie invloed heeft op de keuze?
RS	Ja,
IV	En waarom?
RS	Ja hoe ga ik dat zeggen, als je je waardepropositie waar maakt, dan heb je er wat aan. Het moet geen loos ding worden. Dus net zoals wat ik zeg met dat leaseplan van dat groene, ja wat lul je nou. Het moet wel, ja je verkoopt met je waardepropositie onzin ja weetje wat voor auto ga je mij dan verkopen.
IV	Ja dus wat u eigenlijk zegt, is dat het eigenlijk versterkend kan werken, maar ook averechts dat je dingen belooft die je misschien niet kan waarmaken.
RS	Ja precies, dus ik denk wel dat het kan versterken als je het ook echt in je ideeën meeneemt. Dat je het in al je andere dingen laat doorschemeren.
IV	En stel je zou zelf een waardepropositie mogen formuleren. Wat zou je erin terug laten komen.
RS	Ik vind de naam wel sterk, ja ik denk dat stukje persoonlijkheid en meedenken. Ik denk dat zij in dat segment waar zij zitten kijken wat ze kunnen bieden. Zij verdiepen zich daadwerkelijk in de organisatie, in een organisatie, ze denken met je mee. Ze smeren je geen 10 auto's aan als je die niet nodig hebt. Dus dat zou ik als ik hun was meenemen.
IV	Oke dat is een heel sterk en duidelijk antwoord. Ik wil u hartelijk danken voor de nuttige informatie die u heeft gegeven. Nogmaals hartstikke bedankt voor de tijd die u vrij wilde maken. Want uiteindelijk kan ik dat allemaal gaan analyseren en deze input is goed voor de analyse.
RS	Iets nuttigs in ieder geval, nou heel veel succes.
IV	Ja hartstikke bedankt.
RS	Is goed, doe! doe!
IV	Fijne dag doe!

Respondent 8

IV	Hi goedendag, ik zou u contacten voor een aantal vragen voor mijn scriptie.
RS	Hi ja, natuurlijk.
IV	Ja allereerst superfijn dat u tijd voor mij wilt vrijmaken.
RS	Je mag je zetten hoor, ja mijn vriendin is net ook pas klaar met haar scriptie dus ik weet hoe moeilijk het kan zijn om mensen te vinden die willen helpen.
IV	Ja precies, ik zal mijzelf eerst even voorstellen. Ik ben Javier Osses, ik ben 23 jaar ik kom uit Leiden, ik zit dus in het laatste jaar van mijn studie. Verder doe ik in het dagelijks leven aan topsport. En dat is het wel een beetje in het kort.

RS	Leuk, wat voor sport doe je?
IV	Ik hockey
RS	Netjes
IV	Ja zeker hartstikke leuk, maar mijn vraag aan jou is kan jij je kort voorstellen.
RS	Ja ik ben..
IV	Leuk om te horen, maar waarvoor ik jou spreek. Na zoals ik net al zei ben ik mijn scriptie aan het maken bij Rebel Lease. Ik ben daar terecht gekomen via HuurMij, daar heb ik gewerkt en zo ben ik er een beetje ingerold. Maar in mijn scriptie heb ik het over Rebel Lease, en wat zij merkte is dat zij het lastig vinden om nieuwe klanten aan te trekken. Dus dat ga ik een beetje onderzoeken. Doel van dit interview is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst, vertrek of overstap zijn. Dat doe ik door vragen te stellen in 3 categorieën. Eerste ga ik een aantal vragen stellen over leasen in het algemeen, vervolgens over Rebel Lease en als laatste iets over de waardepropositie, maar daar ga ik later alles over uitleggen.
RS	Ja prima, laten we gewoon beginnen
IV	Ja laten we maar beginnen, wat is voor u de reden geweest om te gaan auto leasen.
RS	Ja heel simpel gezegd, wij hebben auto's nodig voor de werkzaamheden. En met kopen gok je meer van of ik onderhoud nodig heb of niet. En op deze manier ben je helemaal gedekt. En dat is gewoon voordeliger dan zelf een auto kopen.
IV	Oke en kent het ook nadelen?
RS	Nee, na ja het is iets duurder. Als alles goed gaat is natuurlijk auto kopen goedkoper. Maar op deze manier heb je met iets meer geld meer zekerheid, dus dat is top.
IV	En als je iets verder kijkt naar leasebedrijven. Waar vind je dat een goed leasebedrijf aan voldoet?
RS	Meedenken, klantvriendelijk en goede prijzen.
IV	Ja want je zegt klantvriendelijk en goede prijzen. Maar in hoeverre vind jij prijzen of goede service belangrijk. Wat vind jij nou het belangrijkste?
RS	Dat de service goed is.
IV	Ja? En stel dat de service goed is, zou je daar dan meer voor willen betalen?
RS	Ja zeker
IV	En hoe veel zou daar meer voor willen betalen.
RS	Ja het houdt een keer op inderdaad. Ik denk dat je dan 10 procent, 5 a 10 procent
IV	Want hoe bent u eigenlijk bij Rebel Lease terecht gekomen? Want ik zag dat uw bedrijf in Leeuwarden zat.
RS	Ja dat klopt. Kijk ons hoofdkantoor zit in Leiden en daar werd al meer gebruik gemaakt van Rebel Lease, en zo kon er een mooi deeltje voor mij bij komen. Dus dan is het makkelijk, als je via via hoort dat het goed is en een prima prijs, waarom niet.
IV	Ja dat is duidelijk, maar nog even terug naar de algemene vraag. Want wat zou voor u een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf.
RS	Loterij winnen en alle auto's zelf kopen.
IV	Hahaha
RS	Nee eigenlijk, de zekerheid is heel belangrijk. En dat soort dingen.
IV	Maar stel ze zouden de prijs enorm omhooggooien dat zou je nog steeds blijven?
RS	Na dat is lastig want dat staat vast in het contract. Maar ja als ze het zouden verdubbelen bij het verlengen ja dan ga ik wel weg ja.
IV	Of de service is niet zoals je had verwacht?
RS	Ja dan ga ik ook weg, maar als dat opeens verandert. Als ik niet meer makkelijk mijn auto kan wegbrengen, maar maar naar 1 of 2 punten ja dan houdt het op.
IV	Oke dan gaan we nu iets dieper in op Rebel Lease, ik had net al gevraagd hoe u daar terecht was gekomen. Je gaf aan omdat het hoofdkantoor in Leiden zit en zo is die samenwerking ontstaan.
RS	Ja dat klopt.
IV	Mijn volgende vraag is eigenlijk, toen u gekozen had voor Rebel Lease. Wat vond je dat het bedrijf toen uitstraalde?
RS	Na als ik heel eerlijk ben heb ik het bedrijf nooit gezien, maar ook Ivo heb ik nog nooit gezien. Dus ik heb alleen maar mailtjes gezien. En ik heb hem wel is telefonisch gesproken. Dus voor mij is dat heel moeilijk in te schatten. Ik zou bij god niet weten hoe het bedrijf maar het komt over als een wat jongere zakenman, die een leuk bedrijf heeft neergezet.

IV	En dat sprak u wel positief aan waardoor u wel overtuigd was?
RS	Na ik was eigenlijk overtuigd door de mond op mondreclame. Verder heb ik er weinig onderzoek naar gedaan. Omdat een groot gedeelte van het wagenpark bij Rebel Lease geleased werd, sloot ik mij daar gerust bij aan omdat alle verhalen goed waren.
IV	Oke want u hebt wel een contract moeten ondertekenen en waren er een aantal beloftes die zij probeerde over te brengen? Van ik zeg maar wat wij zijn het beste hier in of ..
RS	Nee eigenlijk niet, ik heb gewoon zelf aanvraag gedaan voor een auto en ook gewoon zelf ondertekent. Eigenlijk helemaal, nee dat eigenlijk helemaal niet.
IV	Maar als je dan kijkt naar wat zij jou bieden, wat vind jij een kracht van hun.
RS	Wat ik zelf wel heel mooi vond was de prijs, van de auto. Dat was echt wel lager als ik het zelf had moeten regelen. Verder wel heel fijn dat ik hier in Leeuwarden, en overal bij een kwikfit kan brengen en bij een toyota dealer. Dan heb je overal in de buurt een plek waar je de auto kan brengen. Vervangend vervoer is voor ons ook heel belangrijk, mooi dat dat erbij zat. En eigenlijk zijn dat de dingen waar ik naar gekeken heb, en ik had zo van dat is in orde dus dat is top.
IV	En weet u toevallig waarom de prijs bij u laag is gehouden.
RS	Ja volgens mij omdat wij jong gebruikte auto's konden leasen.
IV	Oh jullie hebben occasions?
RS	Ja dat denk ik wel met iets van 30000 op de teller of zoiets.
IV	Oh vandaar. Oke,
RS	Dus ja dat was echt een hele goede deal.
IV	Top goed om te horen, en elk bedrijf kent natuurlijk zijn krachten maar kent Rebel Lease ook zwaktes volgens u?
RS	Heb ik gelukkig nog niet ondervonden.
IV	Oke helemaal niks? Niet iets van na dat zouden ze in de toekomst misschien beter kunnen doen?
RS	Na ik ben zelf zoals je misschien al merkte ik ben niet zo snel met email reageren. Dus voor mij zou het via whatsapp of telefoon makkelijker zijn. Maar ik weet niet of dat meer aan mij ligt dan aan het bedrijf. Maar dat zou voor mij in ieder geval fijn zijn. Dan gaat de communicatie verloopt wat vlotter, maar ik vind het niet storend dat de communicatie soms wat minder vlot loopt
IV	Want voor de rest is alles gewoon naar behoren?
RS	Ja alles is netjes en naar behoren.
IV	Na dat is eigenlijk alleen maar goed om te horen. En zoals het er nu voor staat zouden ze u ook gewoon behouden als klant?
RS	Na ik heb net verlengd, dus nog een jaartje langer.
IV	Dat is goed om te horen, en dat is omdat u het totale plaatje goed vindt?
RS	Ja en never change a winning team.
IV	Ja dat klopt, maar dan zijn we nu aangekomen bij de laatste categorie, de waardepropositie. Maar eerst een vraag weet jij wat een waardepropositie is?
RS	Ik heb wel een vermoeden maar het is beter als jij het denk uitlegt.
IV	Ja naja een waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden. Dat ga ik voor mijn scriptie onderzoeken, en hoe zij beter nieuwe klanten kunnen aantrekken. Ik heb iets bedacht, ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet. Het zijn niet 3 waardeproposities van Rebel Lease, 3 willekeurige waardeproposities van autobedrijven. En nu ben ik benieuwd welke jij het beste vindt en het slechtste en de reden daarvoor.
RS	Oke duidelijk.
IV	Na we beginnen gewoon bij de eerste, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat zodat je je kunt concentreren op what's next. De tweede is, leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. En de laatste is, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van! Nu aan jou de vraag welke vond jij het beste en welke de slechtste en waarom?
RS	De eerste het slechtst en die andere 2 vond ik eigenlijk een beetje gelijk.
IV	En waarom vond u dat?

RS	Ik vond de 2 ^{de} goed tot de verbeelding spreken, wat was ook alweer de eerste?
IV	Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat zodat je je kunt concentreren op what's next
RS	Ja die klinkt voor mij als een paar hippe woorden bij elkaar gooien en hopen dat het aanslaat.
IV	Ja en dat slaat niet aan bij u?
RS	Ja en de 3 ^{de} wat simpeler maar juist daardoor erg goed.
IV	En waarom vond u die goed? Hij was, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van.
RS	Ja na dat is precies wat het is. De laatste zin vat alles mooi samen. Maar het klinkt wel minder spannend dan op avontuur gaan.
IV	En vind u spanning belangrijk bij het afsluiten van een contract?
RS	Na dat niet per se maar hij pakt mij wel, en bij de 3 ^{de} weet je gewoon goed wat je kan verwachten.
IV	En denk je dat zo'n duidelijk waardepropositie heeft voor u keuze?
RS	Helaas weet ik hoeveel het kan beïnvloeden, want voor je gevoel zeg je het valt wel mee maar in de realiteit maakt het heel veel uit.
IV	En waarom maakt het veel uit volgens u?
RS	Het beïnvloedt heel erg je onderbewuste keuze. En we willen altijd denken dat we de logische keuze maken, maar het beïnvloedt meer dan je denkt.
IV	Goed om te horen, en stel jij zou een waardepropositie voor Rebel Lease mogen formuleren wat zou je erin terug laten komen?
RS	Dat is een hele goede, niet eerder over nagedacht natuurlijk.
IV	Hahah nee begrijp ik
RS	Ik zou hem korter maken dan de proposities die je genoemd hebt. En verder vind ik het lastig omdat ik natuurlijk niet zo veel contact met ze heb gehad. Maar gewoon wat hun kernwaarde zijn, in 1 maximaal 2 slagzinnen.
IV	Om zo de lezer toch te overtuigen om contact op te gaan nemen?
RS	Ja zeker dat lijkt mij het beste.
IV	Duidelijk, we zijn er echt doorheen gevlogen
RS	Ja dat scheelt weer toch.
IV	Ja dat scheelt zeker weer
RS	Na mooi ik hoop dat ik je heb kunnen helpen
IV	Ja zeker hartelijk dank voor je tijd en moeite en ik wens jou nog een fijne dag.
RS	Ja van hetzelfde.
IV	Totziens
RS	Dag.

Respondent 9

IV	Hi goedemorgen, ik ben superblij dat ik hier even langs mocht komen. Ik ben onderzoek aan het doen naar Rebel Lease, en zij hebben mij gevraagd hoe zij meer nieuwe klanten kunnen aantrekken en dat is de reden dat ik gesprekken voer met ex en huidige klanten om zo meer te weten te komen over het bedrijf. Zoals ik net al aangaf ben ik Javier Osses, ik ben 23 jaar en verder doe ik aan topsport. Maar ik ben vooral benieuwd jij iets over jezelf wil vertellen.
RS	Ja ik ben ..
IV	Zo dat is een hele hoop, en dat doet u allemaal nog steeds met plezier?
RS	Ja het is afwisselend.
IV	Leuk goed om te horen, wat ik net al aangaf waarom ik hier ben. Ik doe het voor Rebel Lease, en mijn doel van dit onderzoek is om te achterhalen wat de voornaamste reden van komst, vertrek en overstap zijn. Ik ben namelijk benieuwd waarom mensen naar dit bedrijf komen en hoe ze in aanraking met het bedrijf zijn gekomen. Hiervoor heb ik een korte vragenlijst opgesteld. Eerst een aantal vragen over leasen in het algemeen, daarna ga ik iets dieper in op Rebel lease en als laatste zal ik nog iets over de waardepropositie. Daar heb ik nog niks over verteld, maar bij je scriptie moet je altijd een klein gedeelte pakken zodat je echt iets goed kan onderzoeken. Dus ik

	heb in overleg met mijn begeleiders besloten of ik de waardepropositie kan herformuleren, en kijken of dat nog beter kan. Weet jij toevallig wat een waardepropositie is?
RS	Nee
IV	Het is de belofte over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden.
RS	Oke dat is duidelijk
IV	Maar laten we gewoon gaan beginnen, allereerst waarom ben je begonnen met auto leasen?
RS	In het algemeen bedoel je toch?
IV	Ja dat bedoel ik
RS	Ja we hadden voorheen een eigen wagenpark, we hadden iets van 40 eigen auto's en op een gegeven moment merk je wel gewoon, mijn functie als wagenpark beheerder is een deelfunctie ik heb er misschien een kwartiertje per dag voor. En dat is een heel eigen wagenpark best veel werk. Dus daarom hebben we besloten om grotendeel over te gaan op lease. Om zo de werkdruk een beetje weg te halen hier van kantoor. En je investeringen een beetje uit te smeren over het bedrijf.
IV	Ja die over de investeringen hoor ik wel vaker, en zijn er verder nog voordelen die u ondervindt bij het auto leasen.
RS	Nee dat is het eigenlijk, eigenlijk een stukje werklast dat je weghaalt.
IV	U vindt het niet per se fijner dat stel er is wat met de auto dat u altijd makkelijk die auto terug kan brengen.
RS	Ja dat is natuurlijk wel een stukje makkelijker. Je hebt natuurlijk stel je hebt een eigen auto en daar gebeurt wat mee. Dan moet je natuurlijk zelf alle afspraken regelen, een stukje facturatie en goedkeuring. Kijk en dat is nu allemaal weg. Dat wordt allemaal bij de leasemaatschappijen gedaan. En het stukje dienstverlening is wel echt makkelijk. Maar voor de bestuurder moet het niet uitmaken of ze een auto van hofmeier of van leaseplan ofzo rijden.
IV	Nee dat begrijp ik, voor de bestuurder maar voor degene die het regelt is het misschien makkelijker
RS	Ja dat zeker
IV	Oke, en kent het ook nadelen?
RS	Ja het grootste nadeel vind ik zelf bij het inleveren, het inname protocol. Kijk ik snap het wel maar het is ook best wel een lastig dingetje als je wel wat schades hebt.
IV	En heeft u daar vaak last van?
RS	Ja soms wel, daarom heb ik ook een maatschappij gezocht die qua inname protocol gewoon wel fair zijn. Dus niet van die bedrijven die daar extra winst op proberen te maken. Want dat merk ik wel bij sommige maatschappijen dat het gewoon een verkapte manier is om geld te verdienen.
IV	Dat ze zogenaamd dingen zien en jou gewoon laten betalen.
RS	Ja het mag ook wel, maar het moet wel in verhouding staan. Kijk als ik zelf een auto met 200000 km verkoop aan de handel dan zie je dat een klein deukje, dat dat de waarde misschien een klein beetje naar beneden haalt, maar niet zoals de herstelwaarde die sommige leasemaatschappijen doorbelasten. Dus het is wel een belangrijk punt waar ik een leasemaatschappij selecteer.
IV	Dus eigenlijk hoe is hun service?
RS	Ja en het innameprotocol
IV	En dan is de volgende vraag ook waar voldoet geen goed leasebedrijf aan?
RS	Het moet goed bereikbaar zijn, ook buiten de kantoor tijden. Inname, hoe om te gaan met schades vind ik belangrijk, dat het gewoon transparant en eerlijk is. Het moet prijstechnisch gewoon scherp zijn. Ja en dat is het een beetje.
IV	Ik weet dat bijvoorbeeld een Rebel Lease niet de allergeedkoopste is, maar dat ze wel een uitstekende service bieden. In hoeverre zou u meer betalen voor betere service?
RS	Na ze hoeven van mij niet de allergeedkoopste te zijn. Maar ze moeten wel, ik heb 3 geselecteerde leasemaatschappijen waar ik mee werk. En ik vergelijk wel altijd die 3 met elkaar. Ze moeten wel een beetje in een lijn liggen, als het echt een groot verschil is kies ik meestal wel de goedkoopste van de 3.
IV	En wat is de reden dat je bij meer maatschappijen leased?
RS	Ja omdat je wel gewoon een beetje de prijzen in de gaten moet houden. Want stel je gaat bijvoorbeeld volop op 1 zou gaan dan mis je misschien toch wel
IV	En je hebt goede ervaringen met de 3 waar je nu mee samenwerkt?

RS	Ja precies
IV	Welke zijn het precies?
RS	Multilease, dat is de preferred supplier van ons. En dan heb je nog volkswagen financial lease.
IV	Ja die ken ik wel, multilease is de sponsor van mijn hockeyclub
RS	Ja en luister en multilease, Rebel Lease en Volkswagen hou ik een beetje apart, want die zijn voor mijn gevoel een beetje te groot. En bij Rebel of Multilease bel je en je hebt gewoon je vaste contactpersoon waardoor het vrij makkelijk schakelen is. En dan is Rebel nog een stapje kleiner, wat het nog persoonlijker maakt.
IV	En dat vindt u wel fijn?
RS	Ja zeker.
IV	En in hoeverre vindt u de auto belangrijk waar u in rijdt.
RS	Na mij boeit het eigenlijk helemaal niet, wat dat betreft ben ik echt een slechte wagenpark beheerder. Auto's interesseren mij niet echt, mijn honden moeten erin passen en ik moet ermee op vakantie kunnen. En daar kijk ik naar, en of die dan 8 jaar oud is of 2 jaar oud maakt mij niet zo veel uit. Alhoewel vind ik apple car play superfijn, dat is echt voor het eerst dat ik dat heb gevraagd van maakt niet uit welke auto als dat er maar in zit.
IV	Hahah ja dat werkt altijd heel goed. En wat gebruikt u dan altijd van de apple car play.
RS	Na het werkt gewoon goed met navigatie enzo. Het is fijn dat je je iphone makkelijk kan aansluiten.
IV	Oke goed om te horen.
RS	Maar het moet vooral betaalbaar zijn.
IV	Ja zeker, je moet van a naar b komen.
RS	Ja dat is al meer dan voldoende voor mij
IV	En wat zou voor u een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf?
RS	Na voor mij als wagenparkbeheerder, vind ik het gewoon fijn dat iedereen zich prettig voelt in de auto waar hij in zit. En daar hoort dus ook bij, dat het inlever protocol eerlijk zijn en te verkopen zijn naar de collega's toe zeg maar. Want als dat niet meer eerlijk zou zijn, zou het voor mij een reden zijn om weg te gaan. Dat is ook de reden, want voorheen werkte wij met dutchlease en dat is eigenlijk de reden waarom wij met hen zijn gestopt.
IV	Dat ging gewoon niet goed genoeg bij dat bedrijf?
RS	Nee, het is af een toe een beetje vaag weetje wel, dan heb je bijvoorbeeld een krasje en die meld je niet omdat je denkt ja het is maar een klein krasje, dat doen wij wel aan het einde van de rit. Als je dan je schade niet meldt dat ze dan zeggen die kras kost 700 euro en weet ik veel allemaal.
IV	Ja dan zit je met de gebakken peren.
RS	Ja, terwijl als je hem wel gemeld had, had het gewoon je eigen risico gekost. Ik had laatst bij That's lease, daar had ik een auto overgenomen van een collega die nog 3 maanden in z'n auto moest. Dus wij hebben dat contract toen overgenomen en toen moest ik ook na afloop 900 euro betalen voor een deuk.
IV	Zo dat is een dure deuk.
RS	Ja hij had het niet gemeld. Ja ik denk als je het wel of niet meldt. En je levert hem in en je maakt er verzekeringswerk kost het nog steeds gewoon je eigen risico. Dus toen wilde ze ook nog hier bij mij op gesprek komen, kijken of we zaken konden doen. Dus dat heb ik toen maar niet gedaan.
IV	Niet gedaan
RS	Nee.
IV	U bent trouwens wel de eerste van degene die ik interview die zoveel nadruk legt op de inlevering van de auto.
RS	Nou kijk wat ik zeg, het belangrijkste is dat iemand in de auto zit en dat hij tevreden is. Dus gedurende de looptijd van de auto moet dus alles goed geregeld zijn en ook na afloop dat is ook verstandig. Want je levert hem weer in en als iemand dan met een zuur gevoel overblijft door een enorme eindafrekening, ja dat merken ze natuurlijk wel.
IV	Dit waren een beetje de algemene vragen en dan ga ik nu wat verder in op Rebel Lease. Allereerst hoe bent u terecht gekomen bij Rebel Lease?
RS	Via HuurMij. Via Trea.
IV	U kende Trea of

RS	Nee HuurMij maakte ons mobiel met voorlopertjes, en ik vind de dienstverlening gewoon geweldig. Als ik zelf het weekend vrij ben en ik moet een auto inleveren. Dan wordt door HuurMij de incheck gedaan, en dan pik je hem gewoon op maandag weer op. Dat geeft mij ook gewoon een beetje vrijheid dat collega's de auto's ook kunnen inleveren wanneer ik er niet ben. Dus eigenlijk vanuit het HuurMij en shortlease.
IV	En toen hebben ze je zoiets verteld over Rebel Lease waarbij u dacht
RS	Ja precies
IV	U dacht HuurMij is leuk en waarom Rebel Lease dan ook wel
RS	Ja precies
IV	En hoeveel auto's leaset u?
RS	Volgens mij nu 4 auto's denk ik
IV	En dan voor hoe lang?
RS	2 jaar, maar eigenlijk is wat voor HuurMij niet meer interessant is stap ik over op Rebel Lease. Maar echt eigen keuze auto's doe ik nog niet via Rebel Lease.
IV	En hoe bedoel je dat eigen keuzes auto's?
RS	Na stel een collega wil een nieuwe auto, dan is MultiLease echt voor mij de preferred supplier. Het leasebedrag wat daaruit komt bepaald de norm. En dan ga ik met het contract verder en dan kijk ik wat de auto kost bij de andere 2 partijen. Daar zijn ze vaak wat duurder dus dan valt de keuze op Multilease.
IV	Ja begrijp ik want de prijs is natuurlijk ook gewoon heel belangrijk
RS	Ja kijk waar Ivo gewoon sterk in is, is gewoon hij denkt goed met je mee en hij komt met een passende oplossing. Kijk nu is het zo'n kantelpunt van gaat het beter met de economie, gaat het slechter met de economie. Wil ik mij eigenlijk niet te lang vast gaan leggen aan hele lange contracten. Shortlease is over het algemeen net wat te duur. En met Ivo kan ik zeggen ik heb behoefte aan zo'n auto voor maximaal 2 jaar, en dan gaat hij gewoon zoeken wat hij in de markt kan krijgen. Of 1 jaar en dat wordt dan vaak weer 2.
IV	Ja ik hoor vaak dat ze erg flexibel zijn.
RS	Ja dat zou je bij Volkswagen bijvoorbeeld niet voor mekaar krijgen.
IV	Ja die hebben ook veel te veel klanten, hierdoor zien ze bijna iedereen als een nummertje.
RS	Ja precies.
IV	Maar toen u in contact kwam met Rebel Lease, wat vond je dat ze uitstraalde.
RS	Ja het persoonlijke wat je ook vindt bij HuurMij. En dan bedoel ik echt HuurMij leiderdorp
IV	Ja leuk, er vindt ook geen goede overlapping tussen HuurMij en Rebel
RS	Ja en dan vooral Ivo en Trea, ja dat waardeer ik het meest.
IV	En dat heeft u wel overtuigt?
RS	Ja zeker
IV	Oke duidelijk, toen u een contract afsloot bij Rebel Lease waren er toen een aantal beloftes die zij meegaven van ja dit gaan wij u zeker leveren, of wij zijn hier heel goed in ofzo
RS	Nee ze maken gewoon waar wat ze zeggen
IV	Ja maar wat zeggen ze dan?
RS	Ja je neemt een auto, je krijgt een contract. En zodra er iets is wordt het geregeld. Ja dat voldoet wel aan wat je ervan verwacht.
IV	Dat is goed om te horen voor het bedrijf. En wat vind je nou echt een kracht van het bedrijf?
RS	De persoonlijke aanpak, het maatwerk dat zij leveren.
IV	En dat is beter dan bij concurrenten?
RS	Ja veel beter
IV	Want hoe gaat dat bij de concurrentie?
RS	Na niet, want die vragen net zoals met dat occasion lease ofzo, daar begin ik niet eens aan bij die andere. Stel je kijkt bij Multilease voor een occasion vaak zijn ze dan zo snel weg. Dus daarvoor kies ik bij Rebel Lease.
IV	En veel bedrijven kennen ook zwaktes. Kent Rebel lease die ook?
RS	Oeh dat is lastig. Nee eigenlijk niet. Hahah
IV	Hahah
RS	Na misschien de prijs, maar ja kijk als het iets te duur is laat ik dat ook niet doen. Dat is ook geen zwakte.

IV	Maar voor de rest regelen ze alles goed?
RS	Ja zeker
IV	En wat zou voor jou een reden zijn om niet meer te gaan leasen bij Rebel Lease?
RS	Ja daar krijg je hem weer, het inname protocol. En ohja wat ik 1 keer had wat misschien wel een goede is om te melden. Kijk op een gegeven moment wordt een contract afgesloten en toen aan het einde van het jaar had ik ineens een hele hoge prijsstijging. Weetje wel met jaarlijkse indexatie, en die is ook later uitgelegd wat daaraan aan grondslag lag. Dat er een aantal zaken qua verzekering te laag was ingeschat zeg maar. Kijk stel dat gebeurt te vaak, hengel je eerst iemand binnen en vervolgens krijg je vier keer 5% extra kosten.
IV	Nee daar zit je natuurlijk niet op te wachten. Maar zoals het er nu voor staat zou u als klant blijven?
RS	Ja zeker, ik ben meer dan tevreden.
IV	Oke mooi om te horen, dan zijn we alweer bij de laatste categorie aangekomen over de waardepropositie. Na wat ik dus ga doen, ik heb 3 willekeurige waardepropositiëts op een rij gezet. Ze zijn niet van Rebel lease en ik ben benieuwd welke u het beste, het slechtste vindt en waarom. Ik lees ze even voor. Eerst is, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. De tweede is, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En de laatste is leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. Nu mijn vraag welke vindt u het beste het slechtste en waarom?
RS	Ik denk dat 1 mij het meeste aanspreekt.
IV	En waarom?
RS	Om dat het meeste verwoord hoe ik over Rebel Lease denk.
IV	Nee ze zijn niet van Rebel Lease gewoon van willekeurige bedrijven.
RS	Oh, maar alsnog vind ik 1 het beste. Want dat zoek ik wel echt in een leasepartij.
IV	En waarom vindt u dat belangrijk?
RS	Vooraf dat duidelijk helder en transparant. Want stel er is iets wil je dat gewoon kunnen melden en dat moet duidelijk helder en transparant zijn. Kijk innovatief en duurzaam dat gaat natuurlijk steeds belangrijker worden in de toekomst, maar dat is nu nog niet. Dat moet zich nog allemaal uit kristalliseren.
IV	En wat vindt u van de derde?
RS	Ja de derde vind ik 'Bla Bla'.
IV	Dat vindt u mooie woorden maar
RS	Ja op avontuur, doe even normaal. Een auto is een auto en er hangt contract aan en een tankpas, en rijden.
IV	Dat is grappig want die laatste is van Rebel Lease.
RS	Oh echt hahah. Nu herken ik het.
IV	Laat dat je nu anders denken over de waardepropositie?
RS	Ja want ik ken het bedrijf en ze bieden het wel inderdaad. Maar dat komt omdat ik uit ervaring spreek. Maar anders zou ik het net zoals ik net al zei veel 'Bla Bla' vinden.
IV	Oke en denk je dat zo'n waardepropositie ervoor kan zorgen dat klanten eerder voor jou bedrijf kiezen?
RS	Ja dat denk ik wel, maar kijk een vriendin van mij is pas ook wagenpark beheerder geworden en hoe verwoord je iets naar haar toe, weetjewel. Dan ga je niet zeggen ze hebben hele leuke uitjes ofzo. Nee het is meer van klopt het allemaal en komen ze hun afspraken na, is het allemaal transparant en helder. Kijk dat is voor mij het belangrijkste, en kijk een leuk jaar uitje is mooi meegenomen.
IV	Maar dat is niet waarvoor je kiest?
RS	Nee
IV	Maar je denkt wel dat het kan helpen voor nieuwe klanten om die vervolgstap te maken om in contact te komen met het bedrijf? En misschien is dat contact.

RS	Kijk wat helpt is die persoonlijke aanpak, kijk je kan wel schreeuwen wij zijn de goedkoopste et cetera, maar ik ben wel echt zeker dat je het altijd wel terug betaald. Of gezeik met schadebeleid, tussentijdse prijsverhogingen of het inname protocol. En uh daarna moet je er gewoon verder vanaf blijven als dienstmaatschappij waardoor ik transparantie erg belangrijk vindt.
IV	En stel je zou een waardepropositie voor Rebel Lease mogen formuleren, wat zou daarin komen?
RS	Na helder, transparant en kleinschalig dat vind ik negatief klinken.
IV	Want dat geven ze zelf wel aan. Een kleine ambitieuze club.
RS	Na persoonlijk zou ik het dan noemen. Helder, transparant en persoonlijk.
IV	Oke dat klinkt goed. Dit was alweer het einde van het gesprek, ik wil je hartelijk bedanken dat je tijd voor mij vrij hebt willen maken.
RS	Geen probleem. Wel grappig ik zag jouw mailtje over je scriptie en ik had het eigenlijk direct doorgestuurd naar een recruiter. En toen kreeg ik dat berichtje later terug van nee hij is echt voor jou haha
IV	Hahah ja hij was echt voor jou bedoelt.
RS	Maar fijn dat ik je kon helpen
IV	Ja echt superfijn. Nogmaals bedankt en een fijne dag.
RS	Fijne dag en succes jongen.

Respondent 10

IV	Goedemorgen, ik ben Javier Osses fijn dat ik even langs mocht komen.
RS	Ja geen probleem.
IV	Ik zal mij eerst even voorstellen, zoals ik net al zei ik ben Javier Osses, ik ben 23 jaar en ik zit in het laatste jaar van mijn studie. Verder doe ik aan hockey op het hoogste niveau en daar heb ik het gigantisch druk mee.
RS	Oh wat leuk waar doe je dat.
IV	Ik hockey in Den Haag en voor het nationale elftal
RS	Supercool, is dat niet hartstikke zwaar?
IV	Ja het is wel pittig maar daar wen je wel aan op een gegeven moment.
RS	Knap van je
IV	Bedankt. Maar even dat ter zijde maar ik ben hier natuurlijk om het interview af te nemen. En ik vroeg mij af of u iets over uzelf kan vertellen?
RS	Ja natuurlijk kan dat, ik ben ..
IV	Zo dat klinkt echt superleuk
RS	Ja en dat is het ook, lekker gevarieerd maar daardoor juist zo aantrekkelijk
IV	Dat begrijp ik. Ik zal eerst nog even kort uitleggen waarom ik u heb gecontact. Na ik ben zoals ik net al zei met mijn scriptie bezig. Dat doe ik bij Rebel Lease, ik zag u in het klantenbestand staan en ik dacht niet geschoten is altijd mis. Het is namelijk best moeilijk om gegadigde te vinden die mij willen helpen in dit proces. Maar Rebel Lease heeft mij eigenlijk gevraagd hoe zij meer nieuwe klanten kunnen aantrekken. En dat ben ik aan het onderzoeken. Mijn doel van dit interview is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst, vertrek of overstap zijn. Om daarachter te komen benader ik ex en huidige klanten.
RS	Dus je neemt ook interviews af bij Ex klanten?
IV	Ja dat doe ik ook maar dat is wel lastig omdat die vaak niet mee willen werken. En daarnaast mag ik ook niet iedereen interviewen van het bedrijf dus dan blijft er nog maar een kleine groep over jammer genoeg.
RS	Ja precies die hebben vast van, ja wat moet ik hiermee ik heb helemaal geen tijd.
IV	Ja precies maar ik ben in ieder geval hartstikke blij dat u mij wilde helpen.
RS	Ja nee ik weet hoe vaak mensen denken van na daar heb ik geen tijd voor of noem maar op. Maar als het past binnen mijn agenda help ik je er graag mee.
IV	Dat is fijn om te horen. Ik heb mijn interview ingedeeld in 3 categorieën. Eerst stel ik een aantal vragen over leasen in het algemeen, daarna ga ik iets dieper in op het bedrijf Rebel Lease. En als laatste ga ik iets dieper in op de Waardepropositie. Ik ga namelijk kijken of de waardepropositie geherformuleerd dient te worden en zo ja op welke manier. Ik weet niet of u bekend bent met de waardepropositie?

RS	Nee eigenlijk niet
IV	Dat is niet erg hoor, maar het is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden.
RS	Oke ja daar kan ik wat mee.
IV	Na ik denk dat het gewoon handig is om bij het begin te beginnen
RS	Ja dat is goed hoor
IV	Allereerste vraag, wat is voor u de reden geweest om te gaan auto leasen?
RS	Na wij hadden als bedrijf altijd kortdurende auto's in de huur. Maar dat ging op een gegeven moment over naar de shortlease. Dat kwam omdat het gewoon handig was om busjes ter beschikking te hebben die er gewoon altijd waren. Maar uiteindelijk vanuit de shortlease toch besloten om long lease te doen. Omdat het gewoon bleek dat 2 bussen altijd in gebruik hadden. Dus je betaalde een hele hoge huurprijs, relatief voor iets wat je toch ging gebruiken. Dus toen hadden wij zoiets van als wij er 5 jaar aan vastzitten of langer dan kunnen we dat gaan doen. Want we hadden zoiets van we weten zeker dat wij ze gaan gebruiken, en zo niet dat is het financiële voordeel waarschijnlijk toch nog wel groter dan als we blijven doorhuren of in de shortlease zitten. Dus dat is voor ons de reden geweest om daarnaar te gaan kijken. En Rebel Lease is eigenlijk pas een paar jaar geleden opgericht, en zij zitten natuurlijk binnen de autoverhuur HuurMij groep en daar hadden wij altijd al onze auto's. En die hadden ons geattendeerd, van wij starten een leasebedrijf en wij hadden dat nodig dus het kwam zo een beetje samen. Wij hadden zoiets van we moeten er toch een keer iets mee doen, want het gaat ons geld opleveren. En zij starten met deze toko dus toen zijn we er serieus overgaan nadenken. Wel nog bij andere partijen offertes opgevraagd hoor. Want wij werden vaak gebeld en die vragen dan naar degene die over het wagenpark gaat. En elke keer als ik dan vertel wij hebben twee bussen in de huur dan haakt iedereen af, want dat is veel te klein voor de meeste leasemaatschappijen. Dus vandaar dat het voor ons ook langer heeft geduurd voordat wij er echt mee begonnen.
IV	Oke duidelijk, maar u zegt ja wij hebben auto's nodig maar u bent eigenlijk direct de lease ingestapt. Maar waarom heeft u niet de keuze gemaakt om een auto te kopen?
RS	Ja klopt, dat hebben wij eigenlijk niet gedaan omdat wij er dan een beetje mee zaten van hoe verkoop je hem dan? Want uiteindelijk hebben wij nu 3 bussen in de lease en een auto erbij. Het komt bij ons voor dat ze allemaal in gebruik zijn en dat wij er nog 1tje bij moeten huren. Maar het gebeurt ook dat ze allemaal stilstaan. En wij hadden zoiets van stel wij kopen een auto, weten wij niet hoe veel. En tegelijkertijd moet je dan ook voor het onderhoud zorgen, en dat stukje ontzorgen van het onderhoud vonden wij toch wel heel fijn. Want wij komen veel in de buiten gebieden, dus onze auto's hebben gewoon veel te leiden. Dus ja wij hebben zoiets van jemig dat moeten wij dan ook weer gaan regelen, dus vandaar dat wij het zo doen.
IV	Duidelijk, en dat is een voordeel dat u schets maar kent u ook nadelen aan het auto leasen?
RS	Ja na een nadeel is dat je wel afhankelijk bent van alle voorwaarden van een leasemaatschappij. Want al zij zeggen ja je moet toch elke deuk eruit halen, ja dan doe je dat. Maar met een eigen auto bijvoorbeeld zouden wij dat niet zo snel laten doen. Dat zijn wel af en toe van die dingen want dan moet je weer die auto brengen en noem maar op. Want je moet je voorstellen, wij hebben 3 bussen en iedereen kan erin rijden. En soms raak je wel is wat, en dat kan gebeuren met zo'n busje. Maar uiteindelijk is dat het dus zulke grote nadelen zie ik nou ook weer niet.
IV	Dus voor alsnog is alles goed?
RS	Ja zeker
IV	Dat is goed om te horen. En als je kijkt naar Leasebedrijven waar vind jij dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Uhm voor ons, vind ik het heel belangrijk dat het niet te groot is. En dat je een beetje een persoonlijke, dat er wat ruimte is om contracten aan te passen naar het bedrijf toe. Want wij zijn natuurlijk een andere toko dan wanneer, neem bijvoorbeeld je eigen Hogeschool. Het is natuurlijk anders als zij bijvoorbeeld zeggen ja wij willen 20 auto's afnemen, dan ga je er natuurlijk iets anders mee om dan zo een kleiner bedrijf net als wij. Dat is voor mij heel belangrijk.
IV	Het stukje flexibiliteit
RS	Ja precies dat is voor mij het juiste woord.
IV	En in hoeverre is de prijs voor u belangrijk
RS	Die is belangrijk, maar het is niet zo dat wij altijd voor de laagste prijs gaan. Want wij hebben destijds ook niet die keuze gemaakt.
IV	Toen hebben jullie echt die keuze gemaakt omdat de service toen goed was en flexibel?

RS	Ja en eigenlijk ook vooral, sinds wij gestart zijn in 97 ging alle huur al via HuurMij. Dus zij kennen ons helemaal van voor naar achter en wij hen ook. Dat heeft toen uiteindelijk ook doorslaggevend gewerkt. Want wij weten wat voor bedrijf jullie zijn en die flexibiliteit is echt zo belangrijk. En ik kan mij voorstellen dat andere bedrijven dat niet van ons weten. Want ik zeg maar wat ik huur een bus, ik kom hem na 3 dagen weer terugbrengen, maar 3 dagen daarna heb ik hem weer nodig dan moet dat andere bedrijf er wel iets mee kunnen. En dat gaat bij Rebel Lease en HuurMij altijd prima. Daar gaat het niet van ja maar mevrouw u heeft hem al gehuurd dus u moet hem afhalen.
IV	Fijn voor u dat de samenwerking hierdoor goed voor u werkt. En dan de laatste algemene vraag over het leasen. Wat zou voor jou een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf?
RS	Wat zou een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf?
IV	Ja
RS	Uh ik denk dat als die flexibiliteit minder wordt in combinatie met de verhoging van de prijs. Maar vooral die flexibiliteit is vooral belangrijk, want stel zij zeggen het moet binnen een vast kader. Dan zouden wij zeker wel gaan overwegen om elders te gaan kijken.
IV	Hartstikke duidelijk, nu gaan wij wat dieper in op het bedrijf Rebel Lease. Allereerst is, daar heeft u al een beetje antwoord gegeven hoe u terecht bent gekomen bij Rebel Lease, dat was via de HuurMij toch?
RS	Ja dat klopt, ik ben op een gegeven moment benadert door iemand die zij van ja wij gaan nu ook de long lease in. Ja en het zag er allemaal goed uit, en ik dacht van why not.
IV	En wat vond je dat ze uitstraalde?
RS	Ze waren nog helemaal nieuw, dus ze straalde uit van wij hebben er veel zin in en wij gaan dit oppakken. Maar ook van wij moet onze weg hier nog een beetje in vinden. En dat vond ik eigenlijk wel oke. Want een beetje terugkomend op jou waardepropositie, die hele gladde verkopers dat past niet helemaal bij ons bedrijf en bij de mensen die hier werken. En ik vond het wel mooi dat ze zeiden wij hebben jarenlange ervaring in de autoverhuur en gaan dit oppakken omdat wij denken dat wij dit kunnen. Maar er zullen misschien nog wat opstartproblemen zijn. En ik dacht na dat vind ik eerlijk.
IV	En dat heeft u wel overtuigd?
RS	Ja zeker, en natuurlijk ook gewoon heel praktisch. De locatie kende we, het personeel kende we en de bussen die we al hadden konden overgezet worden. Dus ja dat zag er goed uit.
IV	Dat is mooi, en waren er ook beloftes die Rebel Lease overbracht bij u?
RS	Uh ja, 1 van de dingen waar wij het toen echt wel over gehad hadden. Ik zei al eerder van wij hebben er lang over gedaan om zo'n leasecontract aan te gaan. Omdat wij zoiets hebben dan zit je voor 5 jaar vast, en wat nou dat we geen werk meer hebben dan zit je daar nog aan vast. Dus toen ja toen hadden ze zoiets van na normaal gesproken is het contract voor 5 jaar, en dan staan er ook boeteclausules op zodra je je contract opzegt. En ik zei toen al van na dat willen wij niet. Toen zeiden ze van wij gaan gewoon een realistisch bedrag doorberekenen zodra je weg gaat. Wij gaan je niet extra straffen zodra je eerder weg wilt, dan doen wij dat gewoon in alle eerlijkheid. Toen hadden wij zoiets van het gaat ons niks schelen maar het feit dat het kon vond ik wel oke, zeg maar. Want het was zo een beetje ons struikelblok geweest om het niet te gaan doen en daar kwam zij in tegemoet.
IV	En zijn ze het ook nagekomen?
RS	Na het is nog niet nodig geweest. Maar wat ik wel gemerkt heb dat ik per jaar een herberekening krijg van de kilometers dat ze ook gewoon zeggen, die auto heeft veel minder gereden dan wij gedacht hadden en dan kan de prijs om laag. En dat doen ze gewoon wel want dat is al gebeurt in het verleden, al 2 keer zelfs. En daar hou ik van lekker eerlijk en open, en ze komen er zelf mee.
IV	En hebben die beloftes invloed gehad op hoe u de dienst ervaart nu?
RS	Ja wij hadden echt zoiets van, wat ze gezegd hebben dat klopt ook gewoon. Ze doen hun best om alles zo goed mogelijk te regelen.
IV	Dus de verwachtingen komen wel overeen met de realiteit?
RS	Ja zeker
IV	Dat is goed om te horen. Ik ben eigenlijk benieuwd wat jij nou eigenlijk echt een kracht van het bedrijf vindt.
RS	Na natuurlijk die flexibiliteit, de korte lijntjes om contact te leggen. Alles verloopt heel soepel, ik kan makkelijk met de verkoper contact leggen. Tegelijk gaat het soepel wanneer ik schade moet helpen. De lijntjes zijn kort en ik krijg snel antwoord.
IV	En kent het bedrijf daarnaast ook zwaktes?

RS	Nou ik zit net over iets na te denken, wat ik zelf jammer vind. Wij willen altijd even overal nadenken. Wij moeten altijd iets te snel beslissen. Maar zwakte vind ik een groot woord. Dus daarnaast eigenlijk niet. Ik kan geen zwakte bedenken.
IV	Dus zoals het er nu uitziet blijft u bij het bedrijf?
RS	Ja zeker
IV	Dat is goed om te horen. Gaan we eigenlijk alweer door naar de laatste categorie. Die gaat over de waardepropositie. Ik heb net al een beetje uitgelegd wat ik een waardepropositie is. Ik heb iets bedacht, ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet. Ze zijn niet van Rebel Lease, ze zijn van willekeurige autoleasemaatschappijen. En ik ben benieuwd welke jij de beste vindt en welke de slechtste en waarom.
RS	Oke, ja
IV	Dus ik lees ze gewoon voor en dan hoor ik daarna je antwoord. De eerste is, leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. De tweede is, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En dan de allerlaatste, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van.
RS	De laatste vind ik het minste en dat komt door het woordje altijd, dat suggereert namelijk naar iets en je weet van tevoren dat je dat toch nooit gaat waarmaken. Als je zegt wij zoeken zo goed mogelijk naar de passende oplossing dan denk ik oke. De eerste sprak mij het meeste aan met dat avontuur. Was dat die met dat avontuur?
IV	Ja dat was die met het avontuur. En waarom sprak die u het meeste aan?
RS	Ja hij sprak mij het meeste aan door de kleine club, kijk wij zijn ook een kleine club dus ik vind het ook fijn met andere kleine clubjes te werken.
IV	En daarom sprak die u het meeste aan omdat je jezelf er wel in kon herkennen.
RS	Ja precies
IV	Denk je dat zo'n waardepropositie invloed heeft op de keuze voor een bedrijf.
RS	Ja zeker. Kijk het kan natuurlijk dat je denk na kleine club dat klinkt goed of juist andersom van nee het staat je niet aan. Maar tegelijkertijd van ja wij kunnen dit altijd regelen met van die moderne termen, ja het kan ook in je nadeel werken waardoor klanten liever niet met je in contact willen komen.
IV	Ja precies het kan ook in je nadeel werken zodra die niet passend geformuleerd is. Stel je zou een waardepropositie voor Rebel Lease mogen formuleren wat zou je er zeker in terug laten komen?
RS	Ik denk dat ze nog vrij nog jong zijn, na ik vind het lastig om te formuleren
IV	Misschien bepaalde aspecten ofzo?
RS	Ja precies, maar niet zo groot. Flexibel, wel al die jarenlange ervaring met autoverhuur. Want ze hebben toch al veel ervaring met HuurMij, dus ik zou daar wel een linkje maken. Flexibel, korte lijntjes, makkelijk contact ja dat zijn wel dingen. Maar wat ik ook wel grappig vind van je krijgt zo nu en dan wel een berichtje van ja wij bieden dit of dat, maar je wordt er niet mee platgegooid, dat vind ik wel fijn. Daar zit namelijk niemand op te wachten.
IV	Goed om te horen dat u zo content bent over de samenwerking. Is toch altijd leuk.
RS	Ja zeker.
IV	Dit was hem eigenlijk alweer. Ik wil u hartstikke erg bedanken dat u tijd voor mij vrij heeft willen maken. U heeft mij enorm geholpen en daar ben ik er blij om.
RS	Ja ik vond het leuk om te doen. Ik ben benieuwd en ik wens je enorm veel succes.
IV	Ja dat gaat wel lukken. Ik wens u een fijne dag.
RS	Ja hetzelfde hoi hoi
IV	Dag

Respondent 11

IV	Hi Goedendag
RS	Hi goedemorgen

IV	Top dat je even wilde meewerken, ik zal even kort vertellen wie ik ben. Ik ben Javier Osses ik zit in het laatste jaar van mijn studie. Verder doe ik aan topsport, ik hockey. Na en dat is het wel een beetje in het kort
RS	Oke leuk
IV	Zou jij iets over jezelf kunnen vertellen?
RS	Ja natuurlijk ik ben ..
IV	Oke lekker druk
RS	Ja zeker maar leuk
IV	Goed om te horen, ik zal even kort toelichten waarom ik u heb gecontact. Zoals ik net al zei ben ik mijn scriptie aan het schrijven en dat doe ik bij Rebel Lease. Dat is ook eigenlijk de reden dat ik u benaderd heb. Want ik zag jullie bedrijf in het klantenbestand staan en ik dacht die wil ik graag interviewen. Het doel van dit interview is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst vertrek of overstap zijn bij het bedrijf. En ik heb mijn interview opgedeeld in 3 categorieën, eerst over leasen in het algemeen, daarna iets dieper in op Rebel Lease en als laatste iets over de waardepropositie, later zal ik daar iets meer over vertellen. Maar laten we gewoon beginnen bij het begin.
RS	Ja
IV	Wat is voor jullie de reden geweest om te gaan autoleasen?
RS	Uhm even kijken, kijk we begonnen heel klein, het was gewoon een stukje comfort. Van als er iets dat er dan een vervangende auto zou zijn, geen gezeur met... Na eigenlijk geen gezeur dat je niet stil aan de kant van de weg komt te staan. Gewoon een stuk service en een stuk gemak eigenlijk. Zo is het eigenlijk begonnen. En toen is het ook eigenlijk een soort van beloning geworden.
IV	Oke, en hoe bedoelt u beloning?
RS	Beloning in de zin van, niet iedereen had eerst bij ons een auto. Ja het echt tegemoet komen van het personeel een soort van waardering eigenlijk. Misschien kan ik het beter zo zeggen.
IV	Oke, en zijn jullie direct op lease overgestapt? Of hebben jullie eerst koop gehad? En waarom zijn jullie dan nu voor lease gegaan?
RS	Ja een paar van ons hadden hiervoor een oldtimer, newtimer, longtimer lease bedoel ik. Maar dat viel gewoon tegen, altijd reparaties, toch allemaal verborgen gebreken. En uiteindelijk nog duurder in de leaseprijs dan gedacht. In ieder geval onder aan de streep slecht. Dus dat hebben wij gestopt. Want Rebel was eerst HuurMij ofzo?
IV	Ja ze horen allemaal bij elkaar Rebel, Supershortlease en HuurMij horen allemaal bij elkaar. Oke, maar wat vindt u de nadelen van autoleasen?
RS	Hmm, ik kan niet zo veel bedenken. Ik vind het eigenlijk helemaal geen nadelen hebben. Nee voor mij persoonlijk niet, bij ons is iedereen er heel blij mee. Nee eigenlijk niet. Ik kan wel wat bedenken maar nee
IV	Hahah nee dat kan toch? En als we kijken naar leasebedrijven in het algemeen, waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Uhhh, natuurlijk een scherpe prijs. Stuk service, bereikbaarheid weetje van stel dat er wat is dat je dan snel kunt schakelen. Kijk de 1 wilt de nieuwste auto en de ander net als ik hoeft dat niet. Maar gewoon eentje waar van alles kan.
IV	Oke dus u vindt een goed bedrijf, waar eigenlijk alles kan zoals u aangeeft.
RS	Ja eigenlijk wel, maar ik weet dat mijn baas zo is ingesteld en zo ben ik ook ingesteld. Het feit dat wij niet een auto daar weer moeten leasen en die ander weer elders, bedoel worden bijvoorbeeld tankpassen mee gefactureerd. Kijk het is makkelijk want we kunnen precies allemaal doen wat we willen. Ook met bijvoorbeeld de auto inleveren, iedereen heeft wel een Kwikfit in de buurt.
IV	Goed om te horen. Wat zou voor u een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf.
RS	Dat het financieel niet meer haalbaar is. Want dan ga je eerst op de luxere producten bezuinigen. Want bedoelt u om te stoppen of om te vertrekken?
IV	Ja eigenlijk om te vertrekken, maar meer van wat zou het bedrijf moeten doen om u te laten vertrekken. Stel dat de financiële middelen correct zijn, wat zou het bedrijf moeten doen om u te laten vertrekken?
RS	Uhm ik denk, dat dat een stuk service is wat weg zou vallen. Stel dat dingen niet meer mogelijk zijn dat er moeilijk gedaan wordt. Weet je ik zie het zo, je betaalt een groot bedrag en ik vind zelf dat daar ook gewoon alles in moet zitten wat bij een auto hoort, wat bij onderhoud hoort. En als het

	daar flink aan zou schorten en ik elke keer moet communiceren van dit moet geregeld worden en dit. Als het ons gewoon te veel tijd gaat kosten, als het ons te veel energie gaat kosten. Kijk nu met Ivo, wij schakelen heel snel en klaar. Je krijgt snel antwoord, collega's weten waar ze aan toe zijn en het kan door. Auto's moeten nooit een obstakel zijn om bij de klant te komen. Het je daar wat aan?
IV	Ja zeker het een heel duidelijk antwoord, dankjewel. We gaan alweer naar de volgende categorie waar wij wat dieper ingaan op Rebel lease. Mijn allereerste vraag is hoe bent u terecht gekomen bij Rebel Lease?
RS	Wij hebben een paar auto's gehad van supershortlease. En op den duur ontstond Rebel lease en dat paste beter bij ons concept en bij ons bedrijf. Startend, volgens mij is het zo gegaan.
IV	Ja dat kan kloppen want er zijn veel mensen via die weg binnen gekomen. Had u al ervaring met autoleasen hiervoor?
RS	Ja via supershortlease dus en de jongtimer lease. Maar die hadden een kleiner wagenpark.
IV	Maar waarom had u toen eigenlijk gekozen voor Rebel Lease?
RS	Ja want wij waren tevreden over wat wij al hadden bij supershortlease, kijk sommige collega's van ons trekken regelmatig naar Amerika of Canada en dan kunnen wij makkelijk de auto kwijt op schiphol, en dat soort dingen maakt het gewoon makkelijk. En toen kregen wij volgens mij ook een aanbod, ja volgens mij hebben wij letterlijk een aanbod gekregen.
IV	Oke, en wat vond je dat het bedrijf uitstraalde?
RS	Na wij wisten wat wij hadden bij Supershortlease, dus op dat moment straalde het nog niet zo veel uit. Het was vooral het vertrouwen dat ik had, en dit is goed geregeld en als het zo blijft is het prima.
IV	Oke, maar SuperShortlease want het zijn eigenlijk dezelfde mensen, straalde dat wel wat uit?
RS	Na Rebel Lease, klinkt een beetje dom maar ik vind het een grappige naam. Ja dat, het ziet er vlot uit, het logo destijds. Of het nou heel doorslaggevend geweest is durf ik niet te zeggen.
IV	En had Rebel Lease u een soort van beloftes gemaakt van, dit gaan wij zeker nakomen.
RS	Na ik kan mij niet herinneren dat wij ons hebben over laten halen door beloftes of dat dat is toegezegd. Nog hetzelfde antwoord, wij waren tevreden dus hebben wij er vertrouwen in blijven houden. Dus beloftes, dus qua service ben ik eigenlijk wel erg tevreden over eigenlijk altijd wel geweest.
IV	Ze maken u verwachtingen waar?
RS	Ja zeker, absoluut. Ja ik ben een hele tevreden klant.
IV	Goed om te horen, en wat vind je nou echt een kracht van Rebel Lease? Dat je denkt dit maakt het wel echt anders dan de andere bedrijven.
RS	Na dat is gewoon het snelle schakelen, stel je hebt een auto nodig dan heb je soms nog wel op dezelfde dag nog een auto. De bereikbaarheid van stel dat er wat is, dat er snel geschakeld kan worden. Dat er heel erg meegedacht wordt, dat soort dingen zijn heel fijn.
IV	Oke mooi, en zwaktes, kent het bedrijf ook zwaktes?
RS	Na voor mij, in mijn beleving heb ik nergens last van laat ik het zo zeggen. Nee want stel dat er wat is bel ik gewoon poncherello. En er zijn wel is collega's die mij dan dingen vragen omdat ik wagenparkbeheerder ben, en dan denk ik bel lekker zelf. Maar dat ligt niet aan jullie dat ligt vooral bij ons. Ik heb nee eigenlijk nergens last van.
IV	Nee dat kan dat u geen zwaktes kunt benoemen, dan zijn er gewoon volgens u geen zwaktes. Dat is ook een antwoord hahah. Wat zou voor u een reden zijn om niet meer te gaan leasen bij Rebel Lease?
RS	Ja als mijn collega's niet meer blij zijn met de service, kijk voor ons is het snelle schakelen heel belangrijk. Omdat wij 20 collega's overal hebben zitten is dat gewoon heel belangrijk voor ons. En als dat niet zou kunnen weet ik niet of wij zouden overstappen omdat ik niet weet of een andere leasemaatschappij dat wel zou kunnen. Dus ik zou niet overstappen tenzij wij elders een veel betere deal kunnen krijgen, maar daar zijn wij wel te loyaal voor hoor.
IV	Oke en dan is de laatste vraag misschien overbodig, maar wat zou Rebel Lease moeten doen om u te behouden als klant?
RS	Gewoon doen wat ze nu doen daar ben ik hartstikke tevreden over.
IV	Mooi om te horen, zijn we alweer bij de laatste categorie uitgekomen, de waardepropositie. Ik zal even kort uitleggen wat dat precies is, de waardepropositie is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden. Dat ben ik aan het onderzoeken voor Rebel Lease. Maar ik heb iets bedacht want ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet, ze zijn niet

	van Rebel Lease, ze zijn van willekeurige leasebedrijven en ik ben benieuwd welke u de beste, de slechtste en waarom u dat vindt.
RS	Oke ik snap hem.
IV	Oke de eerste is, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. De tweede Wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En dan de laatste, 3. Leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. Welke vond je het slechtste, welke het beste en waarom?
RS	De middelste
IV	Die vond je?
RS	Het minst.
IV	En de beste?
RS	Ik vond 1 en 3 allebei wel goed. Maar ik zou toch voor 1 kiezen omdat ik die inhoudelijk sterk. Die ander klinkt hoe zeg ik dat, voor een jonger iemand klinkt dat spannend. Maar wij willen gewoon duidelijkheid gewoon dat op maat enzo.
IV	En waarom vond u de slechtste het slechtst?
RS	Na die vind ik niet echt bij een leasemaatschappij passen, ongeacht wie je bent
IV	Het spreekt u gewoon niet echt aan?
RS	Nee helemaal niet
IV	Denk je dat zo'n waardepropositie invloed heeft op de keuze voor de klant?
RS	Ja bij mij wel, het is net als een boek. Het zegt heel kort waar je voor staat en dan bijvoorbeeld die service op maat die zou mij het meest aanspreken. Maakt niet of je 10 of 100 auto's komt afnemen maar dat er altijd wordt gekeken wat er bij mij past. Dat spreekt mij zeker aan.
IV	En daar zorgt Rebel Lease voor in uw ogen?
RS	Ja zeker ik vind dat Rebel Lease het mooi op maat doet.
IV	En dan de laatste vraag en daar heb je al een beetje antwoord op gegeven met het woord op maat, maar stel u zou een waardepropositie voor Rebel Lease mogen formuleren wat zou daarin terug moeten komen?
RS	Ja letterlijk op maat. En ik vind dat snelle schakelen, dat hoort misschien ook wel bij dat op maat maar daar houd ik gewoon van. En misschien nog belangrijk om te vermelden ik ben heel tevreden over de snelle communicatie, met Ivo kan je snel schakelen zegmaar. Dat is heel bepalend.
IV	Oke dat klinkt goed, duidelijk. We zijn alweer aangekomen bij het einde van het interview en ik wil u hartstikke erg bedanken voor de tijd die u voor mij vrij heeft willen maken. Want het helpt mij enorm en nogmaals hartstikke bedankt.
RS	Ja kleine moeite
IV	Ja dan wil ik u een fijne dag wensen.
RS	Ja jij ook dankjewel, succes ermee.
IV	Ja dat gaat helemaal goed komen
RS	Okee
IV	Tot ziens
RS	Hoi hoi

Respondent 12

IV	Hi Goedemorgen
RS	Goedemorgen
IV	Hi goedemorgen, ik zou u contacten met een interview voor mijn scriptie
RS	Ja dat klopt
IV	Allereerst super bedankt dat u tijd voor mij vrij heeft willen maken. U was natuurlijk op vakantie. Maar ik zal eerst even kort iets over mijzelf vertellen van wie ik nou precies ben en daarna zou ik graag willen weten wie u bent.
RS	Ja

IV	Allereerst ik ben Javier Osses ik ben 23 jaar, ik studeer commerciële economie. Ik zit in mijn laatste jaar en daarvoor schrijf ik nu mijn scriptie. Het is het laatste wat ik voor mijn studie moet doen. Naja ik schrijf mijn scriptie bij Rebel Lease, dat is ook de reden dat ik u benaderd heb. U stond in het klantenbestand, en ik wil de waardepropositie gaan herformuleren. Maar daarvoor is het van belang om erachter te komen wat klanten als positief maar ook als negatief ervaren. Om die reden ben ik klanten en ex klanten aan het interviewen.
RS	Duidelijk
IV	Maar zou u iets over uzelf kunnen vertellen?
RS	Ja ik ben ... en wat moet ik nog meer vertellen?
IV	Ja dit is meer dan genoeg hoor duidelijk.
RS	Ja toch
IV	Ik leg nog heel even uit, ik heb mijn interview opgedeeld in 3 categorieën, eerst ga ik een aantal vragen over leasen in het algemeen stellen, daarna ga ik wat dieper in op Rebel Lease, en als laatste zal ik iets gaan vertellen over de waardepropositie. Weet u toevallig wat een waardepropositie is?
RS	Niet helemaal, ik kan mij er wel wat bij voorstellen maar misschien is het ook een begrip waar meerdere betekenissen op zijn.
IV	Ja het is inderdaad een heel breed begrip, maar in mijn scriptie hanteer ik deze: de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden. Dat is wat ik ga onderzoeken.
RS	Oke duidelijk.
IV	Na eerste vraag, wat is de reden voor u geweest om te gaan autoleasen?
RS	Omdat ik overgestapt ben naar een elektrische auto voor het eerst. En ik vond het toch nog best onduidelijk hoe het verder gaat met onderhoud afschrijving, en de bijtelling van deze auto. Vond ik het verstandiger om te gaan leasen.
IV	Dus een voordeel vindt u dat zij veel dingen uit handen nemen?
RS	Ja
IV	En zijn er verder nog voordelen die u aanspreken?
RS	Nee eigenlijk niet.
IV	Kent het wel nadelen?
RS	Kijk je betaald altijd een rentecomponent dus in principe als je het geld zelf hebt ben ik altijd een voorstander om gewoon zelf te kopen in plaats van financieren want dat doe je eigenlijk als je leaset. Dus ja het kostenplaatje is uiteraard een nadeel.
IV	Maar voor alsnog vindt u het het waard?
RS	Ja zeker
IV	Mooi om te horen. Als we kijken naar een leasebedrijf, waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Uiteraard goede service, dienstverlening. Je leaset om ontzorgd te worden, dus dan moet die ontzorgingsfactor ook flink aanwezig zijn. Dat is het belangrijkste denk ik, en daarnaast moet je qua kosten natuurlijk ook gewoon concurrerend zijn.
IV	Oke, en in hoeverre vindt u de auto belangrijk?
RS	Ja uiteraard is een auto belangrijk, maar die kies je in mijn geval helemaal zelf dus daar ben je in principe zelfverantwoordelijk voor. Dus daar kan ik geen uitspraken over doen.
IV	Oke maar u gaf net al aan de service vind ik belangrijk maar wat binnen de service?
RS	Ja kijk, je leaset natuurlijk met operational lease met alles erop en eraan. Dus zij zijn ook verantwoordelijk voor de banden met een garage of autodealer. Of naja noem maar op. Dus de component service en ontzorgen is dan vanuit het leasebedrijf de doorslaggevende factor om te vinden of je leasebedrijf goed of slecht is.
IV	Oke dat is duidelijk, en wat zou voor u een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf?
RS	Ja als gewoon die service heel slecht blijkt te zijn. Als de communicatie stagneert, als er geen bereikbaarheid. Als er geen terugkoppeling is zodra er iets fout is gegaan. Of een oplossing niet naar je zin is, dan zul je na een aantal herhaalde momenten toch overwegen om er weg te gaan.
IV	Maar heeft u dat in het verleden al ervaren?
RS	Nee hoor, ik lease deze auto pas een jaar. In die tijd heb ik 1 keer maar terug moeten komen met iets aan de elektra, hij had een update nodig. Maar dat was uitstekend gegaan. Maar ik heb dat betreft geen slechte ervaringen. Dat is een goed teken denk ik.

IV	Ja dat is zeker een goed teken. Mooi om te horen. Ik ga nu een aantal vragen stellen over Rebel Lease, want hoe bent u eigenlijk terecht gekomen bij het bedrijf?
RS	Ja dat is, omdat 1 van de eigenaren van Rebel Lease, dat is Fred. Dat is een goede vriend van mij dus via via binnen gekomen.
IV	Ja via via binnengekomen. Maar u gaf aan geen ervaring te hebben gehad met autoleasen?
RS	Nee niet zelf. Maar omdat ik natuurlijk een bedrijf heb, heb ik voor personeel wel is met leasebedrijven gewerkt. Maar ik kan er te weinig over oordelen laat ik het zo zeggen. Ik durf niet te zeggen van dat is goed of dat is slecht.
IV	Nee oke, toen u die contracten afsloot voor die andere bedrijven, waar keek u toen naar?
RS	Daar was toch wel echt vaak de leaseprijs van belang. Omdat als ondernemer ging je kijken van wat kost die golf bij a b of c.
IV	Ja en dan is prijs een hele belangrijke factor?
RS	Ja dat is dan echt het enige waar je echt op kan vergelijken. Want qua service verwacht je eigenlijk dat ze allemaal een goede service leveren.
IV	Ja dat hoop je in ieder geval ja hahah, oke maar duidelijk. U gaf net al aan waarom u voor Rebel Lease had gekozen maar wat vond je dat het bedrijf uitstraalde?
RS	Nou wel een persoonlijk karakter, dus niet te groot. Rechtstreek contact hebben met mensen die beslissingen kunnen nemen. Dus als ik service nodig zou hebben zijn zij ook de mensen die die service kunnen verlenen. Dus met name het persoonlijke en de niet al te grote omvang.
IV	Oke, en heeft die uitstraling u overtuigd of was het meer het contact met fred dat u heeft overtuigd?
RS	Jaa vooral dat laatste sowieso.
IV	Oke, en waren er beloftes die Rebel Lease bij u overbracht?
RS	Ja goede service hebben zij mij wel beloofd.
IV	En komen ze dat na?
RS	Ja zeker, de contacten die er zijn geweest zijn gering maar dat ging allemaal uitstekend en daar had ik een goed gevoel bij.
IV	Dus u vindt het prima zoals het nu is?
RS	Ja zeker, ik ga er ook vanuit dat stel dat er wat is dat er natuurlijk iets intensiever zal zijn. Maar eigenlijk hoop ik dat dat jarenlang niet nodig hoeft te zijn.
IV	Oke goed om te horen. Dus de verwachtingen komen overeen met wat u in de realiteit ervaart?
RS	Ja zeker.
IV	En als we dan kijken naar de kracht, maar wat vindt u de kracht van het bedrijf?
RS	De omvang, niet te klein of niet te groot. Dat vind ik een krachtig aspect. Bij grote leasebedrijven heb je gevoel dat je een nummer bent en dat ze echt compleet een wagenparkt leasen. Terwijl bij Rebel lease heb je nog dat gevoel van na ik ben daar met 1 auto klant en dat is toch wel fijner bij zo'n bedrijf dan bij een hele grote leaseonderneming.
IV	En een zwakte?
RS	Nee die heb ik nog niet ondervonden.
IV	Dus u bent nog niks tegengekomen?
RS	Nee de communicatie is goed, de facturatie is goed, de administratie loopt goed en duidelijk. Nee ik kan niks bedenken, er zal vast wel iets zijn maar dat ben ik nog niet tegengekomen.
IV	Hahahah nee maar het antwoord is ook een goed antwoord hoor. Wat zou een reden zijn om niet meer te leasen bij Rebel Lease?
RS	Dat zou puur de financiële reden zijn. Kijk ik zou in de toekomst een andere auto nemen waarvan ik denk ja dat is een goede koop. Dus dan lease ik hem niet en dan heb ik ook het geld liggen, en ik geen rente hoeft te betalen aan de leasemaatschappij.
IV	Maar welke acties zouden ze dan moeten ondernemen om u te behouden als klant.
RS	Kijk stel ik zou een Volkswagengolf kopen waarvan ik goed kan inschatten wat de afschrijvingen zijn over 3 4 of 5 jaar. Dan heb ik geen leasemaatschappij nodig.
IV	Dus dan zou u niet meer gaan leasen?
RS	Nee dan zouden ze moeten gaan leasen met 0 procent rente, maar dat lijkt mij voor de eigenaar van Rebel Lease niet heel handig. Dat lijkt mij geen goed financieel model hahah
IV	Hahah nee oke duidelijk. Dan zijn we alweer aangekomen bij de laatste categorie, die gaat over de waardepropositie. Ik ga voor mijn scriptie proberen dat te herformuleren, maar wat ik heb bedacht,

	ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet. Die zijn niet van Rebel Lease, maar ik ben gewoon welke waardepropositie het meeste aanspreekt en waarom, en welke het slechtste en waarom?
RS	Oke
IV	Na de eerste is leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. De tweede is wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. En dan de laatste, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van.
RS	De eerste sprak mij het meeste aan.
IV	En wat was de reden daarvoor?
RS	Nou daar wordt duidelijk iets gedaan over die omvang. Dat spreekt mij aan. Ja en verder ben ik ook ondernemer dus die spreekt mij wel aan. Kijk verder zijn al die teksten gewoon mooie omschrijvingen. Kijk ik heb zelf ook een bedrijf en wij hebben ook een aantal keer de propositie van ons bedrijf verandert omdat dat eenmaal hoort. Maar eigenlijk moet de klant gewoon zelf ervaren hoe het daar in de praktijk is, of via via de bevestiging krijgen. En al die mooie spreken die bedrijven in de communicatie uitingen allemaal neergooien, is iets wat de reclameman bedenkt maar kom het eerst maar is inhoudelijk na. En zorg dat klanten daarover praten, dat je referenties hebt die tevreden zijn, dat is de beste reclame. Zo is mijn eigen bedrijf ook gegroeid. Die eerste vond ik dus het meest duidelijk.
IV	Maar u zegt ja het liefst via referenties. Maar stel dat een nieuwe klant dat niet heeft denk je dan dat zo'n waardepropositie kan helpen?
RS	Ja natuurlijk wel, want dan zal je inderdaad eerst naar de website gaan en dan moet er inderdaad wel iets staan dat je aanspreekt. Dus als je van die 3 teksten zou bij mij de eerste mij het meeste aanspreken.
IV	Oke duidelijk, maar er blijven er dan nog 2 over. Maar welke vond u dan het slechtste?
RS	Ja die 2 ^{de} dat vind ik echt zo'n reclame verhaal. Ja allemaal van die mooie termen waarvan zo'n reclameman dacht na die gooien we er gewoon in haha
IV	Hahah oke, dan zijn we aangekomen bij de laatste vraag. Want wat zijn termen die jij terug zou laten komen bij de formulering van een waardepropositie voor Rebel Lease?
RS	Persoonlijk, betrokken, meedenkend met de klant dat vooral. En aangeven dat je schaalgroten niet te groot is, te klein is ook niet goed daar zit niemand op te wachten.
IV	Oke duidelijk ik heb super veel gehad aan uw antwoorden en ik wil u daar hartelijk voor bedanken.
RS	Graag gedaan javier en heel veel succes verder met je werk en je scriptie. En de groeten aan de mannen van Rebel Lease.
IV	Hahah dat zal ik doen, fijne dag nog
RS	Ja hetzelfde, hoi hoi
IV	Totziens

Respondent 13

IV	Hi goedemorgen wij hadden vandaag een afspraak in verband met mijn scriptieonderzoek
RS	Ja dat klopt, zeg alsjeblieft je.
IV	Oke hahah
RS	Ja ga je gang ik ben er klaar voor hoor
IV	Oke top, ik ben javier osses, ik ben 23 jaar. Ik studeer in leiden en ik zit in mijn laatste jaar, daarom ben ik nu mijn scriptie aan het schrijven. Ik schrijf mijn scriptie bij Rebel Lease en zij hebben mij eigenlijk gevraagd hoe zij meer mensen richting het bedrijf kunnen krijgen. Daar gaat mijn scriptie dan ook over. Ik heb het voornamelijk gericht op de waardepropositie, ik weet niet of u weet wat een waardepropositie is.
RS	Ja wel ongeveer
IV	Ja het is de belofte van een bedrijf over de waarde die van een product of dienst verwacht mag worden.
RS	Okee

IV	Ik ga onderzoeken of dat een beetje overeenkomt met wat de klantbehoeften zijn. Naja het doel van dit onderzoek is om te achterhalen wat de voornaamste redenen van komst vertrek of overstap zijn. En ik heb mijn interview opgedeeld in 3 categorieën. Eerst algemene vragen over het leasen daarna iets dieper in op Rebel Lease en als laatste iets over de waardepropositie. Dat was het eigenlijk in het kort, maar nu ben ik ben of jij iets korts over jezelf zou kunnen vertellen.
RS	Ja ik ben ...
IV	Oke dat klinkt goed
RS	Dus ik heb maar 1 auto maar dat is tevens ook mijn belangrijkste instrument. Ja ik moet wel zorgen dat ik betrouwbaar op mijn werkafspraken kan komen.
IV	Ja dat is begrijpelijk
RS	Ik heb ooit een behoorlijk zwaar ongeluk gehad dus ik ga niet in een goedkope kleine auto op de snelweg zitten. Dus ik heb best wel wat wensen, en als zelfstandig ondernemer niet geheel onbelangrijk wil je natuurlijk ook gewoon een scherpe prijs. Ja ik ben niet een bedrijf dat 20 auto's leaset, ik heb maar 1 auto. Dat zijn een aantal belangrijke dingen maar die zullen vast zo in de vragen gesteld worden ga ik vanuit.
IV	Ja waarschijnlijk wel hahah, we gaan gewoon lekker beginnen. U gaf het net eigenlijk al een beetje aan, maar wat is de reden geweest om te gaan auto leasen?
RS	Omdat ik uhh de investering in een auto, vind ik gewoon zonde. Een betrouwbare auto dan ga je al gauw naar de 15000 euro. Als je een veiligere wat grotere auto wilt rijden is dat misschien nog wel wat krapjes. Als je start als ondernemer is 15000 een hele hoop geld dus dan is leasen wel een veilige optie.
IV	Want u schets nu een voordeel, maar ondervindt u nog meer voordelen.
RS	Ja dat je altijd nieuw rijdt. En dat je zelf een beetje kan bepalen hoe lang je hem wilt rijden. Want in het begin heb ik een maand geleased.
IV	Bij supershortlease was dat?
RS	Ja precies, dus in ieder geval zit je dan niet aan zo'n lang contract vast met een boeteclausule.
IV	Oke begrijpelijk, en ondervindt u ook nadelen aan het autoleasen?
RS	Nadelen in die zin van dat je weet dat het niet de meest goedkopen manier van rijden is. Maar dat is ook het enige nadeel.
IV	Ja en de voordelen vond u dus de nieuwste auto's en betrouwbaar?
RS	Ja precies
IV	En als we dan iets dieper ingaan op leasebedrijven, waar vind je dat een goed leasebedrijf aan moet voldoen?
RS	Naa weetje ik ben echt van het persoonlijk contact. Het hoeft niet altijd face 2 face te zijn maar ik haat de traditionele autoverkoper, die met hele mooie praatjes komt met blabla en als ik een maand later bel dat ze niet meer weten wie ik ben. Ja dat haat ik echt, dat meen ik echt prijs is voor mij helemaal niet doorslaggevend. Ik wil gewoon bij de eerste contacten duidelijkheid hebben en niet mitse en mare, want als het puntje bij paaltje komt dat er allemaal verrassingen uit de hoge hoed komen. Dat heb je wel vaker met de grotere leasemaatschappijen, weetje ik ben geen expert op het gebied van auto's en misschien word ik contractueel belazerd. En dat ik dan opeens een hele hoge leaseprijs betaal, er zijn veel bedrijven die daar niet zo helder in zijn.
IV	Dus u hecht heel veel waarde aan het persoonlijke contact en de service, maar in hoeverre is de prijs en de auto belangrijk voor u.
RS	Niet het allerbelangrijkste, maar wel plek 2 natuurlijk. Kijk voor 10 euro zou ik niet veranderen van keuze, dat is niet doorslaggevend. Maar voor 100 euro per maand is het natuurlijk logisch want dan klopt er iets niet. Maar ik zal niet voor een paar euro dat doorslaggevend laten zijn. Maar echt persoonlijk contact en transparantie is heel belangrijk.
IV	Harstikke duidelijk, mooi antwoord. Wat zou een reden zijn om te vertrekken bij een leasebedrijf?
RS	Waar ik nu zit moet het wel een hele goed reden zijn.
IV	Dat is mooi om te horen maar ik bedoel meer in het algemeen.
RS	Ja ik ben gewoon heel erg te spreken over Rebel Lease. Maar in het algemeen ik zou het niet weten joh. Kijk ik heb heel veel contact met Ivo, nu wat minder want ik heb geen problemen. Maar Ivo is wel voor mij degene die Rebel lease is. Stel dat Ivo weg zou gaan en het zou niet meer zo gaan zoals het nu gaat dat zou voor mij wel een overweging kunnen zijn van nou even kijken wat een ander mij zou kunnen leveren. Maar tot op heden is er geen haar op mijn hoofd die daaraan denkt.

IV	Dat is mooi om te horen. Want we gaan nu iets dieper in op Rebel Lease, maar hoe ben je eigenlijk terecht gekomen bij het bedrijf?
RS	Omdat ik een slechte ervaring had met een leasebedrijf in de buurt. Shortlease Nederland hete dat geloof ik. Daar wilde ik van mij auto af omdat ik eigenlijk te duur reed vond ik zelf. Ik reed niet prettig in die auto, toen bleken al die mooie praatjes van je kan bij ons zo je auto inleveren en bla bla bla. Daar hadden ze gewoon maling aan ondanks dat dat op het contract stond, dat liep helemaal uit de hand. Dus toen ben ik verder gaan zoeken. En heel toevallig want Rebel Lease hete eerst anders supershortlease ofzo
IV	Ja supershortlease is wel een andere BV
RS	Dat leek toen heel erg op het bedrijf waar ik eerst mijn auto had geleased. En toen kwam ik uiteindelijk bij Ivo terecht. En die zei toen als je anders in de buurt ben rij anders gewoon even langs. Ik werkte toen in Amsterdam dus dat was voor mij heel makkelijk, ik had direct een klik, gewoon open en eerlijk en oprecht waren ze geïnteresseerd in wat ik deed. Ik kreeg toen direct al offertes en meedenken, na ik denk dit moet ik gewoon gaan doen. Dat doe ik nu al een jaar of 5 of 6.
IV	Oh dat is alweer hartstikke lang
RS	Ja en dat bedoel ik met persoonlijk contact dat je weet dat je een klik hebt en dat je voelt dat het goed is. En dat is ook gewoon meerdere keren gebleken dat het allemaal goed geregeld is.
IV	Dat is mooi om te horen. Want u heeft toen der tijd gekozen voor Rebel Lease omdat zij dat persoonlijk contact, dat sprak u aan.
RS	Ja ja
IV	Maar wat vond je dat ze uitstraalde?
RS	Ja dat ze echt wel dus ook, geïnteresseerd zijn voor kleine ondernemers en daar ook op ingesteld zijn. Dus hun contracten waren ook dusdanig opgemaakt voor mensen zoals ik. Stel dat ik ineens zonder werk kom te zitten en dan gaan ze zelfs nog met terugwerkende kracht kilometers herrekenen. Waardoor het weer wat voordeliger wordt, en niet dat je boetes krijgt omdat je het contract niet hebt uitgediend. Dat is allemaal heel helder, dat is echt duidelijk voor de zelfstandige ondernemer.
IV	Dus die flexibiliteit sprak aan?
RS	Ja precies
IV	Oke dat is fijn, waren er ook beloftes die Rebel Lease overbracht, van dit gaan wij sowieso leveren?
RS	Ja wat ik net al zei, de flexibiliteit. Het is altijd lastig om op voorhand je kilometrage in te schatten. Kijk ik werk nu in Delft en ik woon in Voorschoten dus dat is dichtbij. Maar hiervoor zat ik in Papendrecht en dat 3 keer zo ver rijden. Dus voor mij is het heel moeilijk om ieder jaar de kilometers in te schatten. En daar hebben zij dan echt aan gedacht, want stel ik zeg ik wil nu mijn kilometers toch aanpassen dan gaan hun herrekenen van is het voordelig om dit of dat te doen, ze denken echt met je mee en dat vind ik wel heel prettig.
IV	Oke mooi, en ze zijn die beloftes tot nu toe allemaal nagekomen?
RS	Absoluut, ik heb nu deze auto een half jaar dus ik heb die vorige ingeleverd. Ja dan wordt de kilometrage over het hele contact doorgerekend en kreeg nog een paar honderd euro terug. En stel dat ze het niet meer hadden gezegd dan had ik daar nooit aan gedacht. Maar dat was allemaal binnen 24 uur afgerond.
IV	Flinke meevaller dus.
RS	Ja absoluut.
IV	Oke leuk om te horen. En wat vind je nou echt als je een paar specifieke aspecten zou mogen noemen wat vind je nou een kracht van Rebel Lease?
RS	Ja, dat contract is voor mij wel belangrijk, die flexibiliteit en niet zo'n wurgcontract. Dat vind ik binnen de leasewereld erg belangrijk.
IV	En zwaktes kent het bedrijf ook zwaktes?
RS	Na ik weet niet. Ik zou misschien als grote organisatie is Rebel Lease te klein. Maar dat is puur een invulling waar ik geen last van heb. Want ik wil gewoon altijd Ivo spreken en stel dat Ivo op vakantie is dan gaat het wel door maar.
IV	Is het toch anders?
RS	Ja ja maar dat is ook de charme, maar ik denk dat voor grotere bedrijven dat het bedrijf te klein is.
IV	Maar zoals het er nu voorstaan blijven ze u behouden als klant?
RS	Ja absoluut.

IV	Dan gaan we nu naar de laatste categorie, ik heb 3 waardeproposities op een rij gezet. Ze zijn niet van Rebel Lease maar ik ben benieuwd welke u het meeste aanspreekt en welke het minst. De allereerste is, leasen kan niet alleen anders, maar vooral ook beter. Ben je ondernemer? Dan gaan wij graag met je op avontuur. Wij zijn een kleine, ambitieuze club die zich durft te onderscheiden in de leasewereld. Dan is de tweede, wij bieden innovatieve, duurzame oplossingen voor autoleasing, ongeacht wie je bent en waar je naartoe gaat - zodat je je kunt concentreren op what's next. Dan de allerlaatste, we zoeken altijd naar de beste oplossing. Binnen het budget, de klantafspraken, de autoregeling en de gestelde termijn. Duidelijk, helder en transparant. Daar houden wij van. Welke vond je het beste en welke het slechtste?
RS	Slechtste de middelste, innovatief enzo. Kijk een leasemaatschappij kan niet innovatief zijn je moet het doen met het wagenaanbod wat de fabriek produceert. En de beste vind ik dan de 3 ^{de} omdat ik die het meest helder te begrijpen vindt. Als je dat zou lezen dan begrijp je in 1 wat er bedoeld wordt. En bij de eerste moet je het nog een paar keer tot je door laten dringen, ik vind de derde pakkend en helder.
IV	Oke duidelijke uitleg. En denk je dat zo'n waardepropositie invloed kan hebben op de uiteindelijke keuze?
RS	Ja zeker, want dat heeft mijn getriggert. Want mijn eerste contacten met Rebel Lease gingen over de 3 ^{de} en een beetje over de eerste, en ja dat heeft mij zeker getriggert. En ze hebben dat ook waargemaakt. Dus ja ik zeker het heeft voor mij een heel groot deel bepaald.
IV	Oke goed, dan zijn we alweer bij de laatste vraag aangekomen dat is best snel gegaan. Stel je zou een waardepropositie mogen formuleren voor Rebel Lease wat zijn aspecten die jij erin terug zou laten komen?
RS	Uhm toegankelijk, persoonlijk en dat ze echt wel met je meedenken. Dus als je helder formuleert wat ongeveer je wensen zijn en open en eerlijk over je budget bent, dan heb ik wel gemerkt dat ze daar echt voor gaan zitten, ook gewoon dealers gaan bellen voor een goede deal. Je hebt echt het gevoel er wordt veel energie gestoken in mijn wens. Misschien een lang antwoord.
IV	Nee het is juist een top antwoord.
RS	Ja er wordt naar je geluisterd, kijk je belt tegenwoordig een willekeurig bedrijf op en je krijg een callcenter, met ja u wordt teruggebeld of stuur maar een mailtje. Rebel Lease doet dat niet zo hoort het.
IV	Oke hartstikke duidelijk, ik wil u hartstikke bedanken voor uw tijd en uw goede antwoorden. Het helpt mijn namelijk heel erg.
RS	Ja geen probleem. Ik wens je heel veel succes en ik vind het leuk dat ik je heb kunnen helpen.
IV	Top, superfijn. Ik wens u een fijne dag.
RS	Ja van hetzelfde, hoi hoi.
IV	Dag.

Bijlage 11: Trends & Ontwikkelingen

Mesoniveau

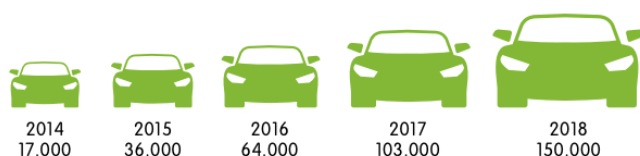
Meso niveau is de directe omgeving van het bedrijf waar je invloed op kan uitoefenen maar waarover je niet de controle hebt. Binnen de automotive branche/ lease branche zijn er een aantal van ontwikkelingen en trends te zien die invloed kunnen hebben op Rebel Lease. Er is een onderscheid gemaakt tussen positieve ontwikkelingen/kansen en bedreigende ontwikkelingen.

Positieve ontwikkelingen/kansen

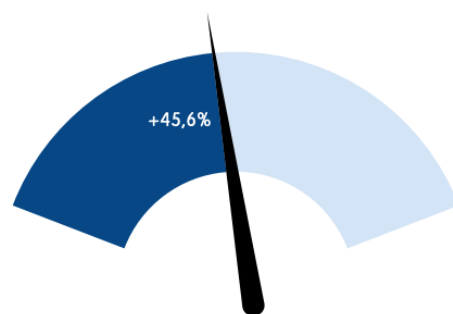
o **Opkomst private lease**

Private lease is enorm populair aan het worden. Steeds meer mensen zien de gemakken en de voordelen van private lease in. Binnen de leasemarkt zijn er veel verschillende ontwikkelingen maar de opkomst van private lease is één van de belangrijkste trends op het moment. Afgelopen jaren was er al een enorme groei maar het aantal privé leasecontracten zal blijven stijgen. (Rijpert K. , 2018) Uit onderzoek van de VNA (vereniging van Nederlandse autoleasemaatschappijen) is gebleken dat er in 2018 in Nederland maar liefst 150.000 privé leasecontracten waren, dat is bijna een stijging van 50% met het jaar ervoor (VNA, 2019). Rebel Lease bevindt zich in de leasemarkt waardoor de private lease trend belangrijk is om in de gaten te houden. De trend zorgt momenteel namelijk voor verschuivingen binnen de markt.

Geschat aantal privé leasecontracten in Nederland



Vier op de vijf nieuwe ingezette private leaseauto's heeft een contract onder de voorwaarden van het Keurmerk



Figuur 10 Vloot Privé Leasecontracten in Nederland (VNA, 2019)

o **Markt voor elektrische voertuigen is enorm stijgende**

Om de grote maatschappelijke problemen op te lossen moest er iets veranderen. Het opraken van fossiele brandstoffen, het tegengaan van de slechte luchtkwaliteit en de klimaatverandering is de doorbraak geweest voor de elektrische voertuigen. Het is een ontwikkeling die zichtbaar maar ook onzichtbaar verschil in Nederland aan het maken is. Zoals in figuur 11 te zien is waren er eind 2016 ruim 110.000 elektrische auto's, in 2019 is dat aantal al gestegen tot ruim 170.000 elektrische auto's. Een enorme groei die verder zal uitgroeien zodra er een betere en dekkende laadinfrastructuur volgt. Doordat elektrische auto's nog niet dezelfde afstanden kunnen afleggen als benzineauto's zijn veel consumenten bang om over te stappen. Toch zijn de verwachtingen dat in 2030 maar liefst 25% van de bevolking al elektrisch rijdt (Rijpert K. , 2019). Het aantal benzineauto's zal niet mee stijgen maar zal verminderen (Rijpert K. , 2019). Een ontwikkeling die voor Rebel Lease erg van belang is, deze ontwikkeling gaat namelijk iets doen met de vraag en Rebel Lease moet zijn aanbod hierop aanpassen.

Number of electric vehicles registered in The Netherlands (fleet)²

Type of vehicle	/	Number as of	31-12-2016	31-12-2017	31-12-2018	31-08-2019	31-09-2019
Passenger Car – BEV			13,105	21,115	44,984	67,226	74,961
Passenger Car – FCEV			30	41	50	147	162
Passenger Car – PHEV			98,903	98,217	97,702	96,219	96,194
		Subtotal	112,038	119,373	142,736	163,592	171,317

Figuur 11 Geregistreerde elektrische auto's in Nederland (RVO, 2019)

- **Merkdealers en universele autobedrijven gaan samenwerking aan met leasemaatschappijen**

Merkdealers en universele autobedrijven merken dat het steeds moeilijker wordt om auto's te verkopen. Om die reden gaan ze samenwerkingen aan met onder andere leasebedrijven. De reden hiervoor is dat leasemaatschappijen continue afnemers zijn van nieuwe auto's. Door een samenwerking aan te gaan met leasemaatschappijen kunnen de merkdealers goede prijzen aanbieden en werk uit handen nemen van de leasemaatschappijen (SRA, 2018). Merkdealers kunnen bijvoorbeeld het onderhoud van de leaseauto's gaan overnemen waardoor er minder kosten voor de leasemaatschappijen zijn. Een ontwikkeling die voor Rebel Lease interessant is aangezien een goede samenwerking voor groei van het bedrijf kan zorgen. Rebel Lease kan noodzakelijke activiteiten uitbesteden waardoor er meer gefocust kan worden op de verkoop van leasecontracten (SRA, 2018).

Bedreigingen

- **Fabrikanten zetten sterker in op directe verkoop**

De automotive branche is volop in beweging. Door de hoge druk op het rendement hebben fabrikanten ervoor gekozen om andere keuzes te maken. Autofabrikanten zullen steeds meer aandacht besteden aan de directe online verkoop van auto's. Autofabrikanten hebben deze keuze gemaakt omdat een groot deel van de klantreis online en digitaal verloopt. Autofabrikanten kunnen hierdoor de kosten lager houden en sneller en directer communiceren met de klanten (Rijpert, 2018). Voor leasebedrijven en autodealers hoeft het geen concrete bedreiging te zijn aangezien zij in het verkoopproces alsnog een belangrijke rol kunnen spelen. Toch is het voor Rebel Lease een trend die ze in de gaten moeten houden aangezien de klantenreis verandert waardoor de tussenpartij steeds minder belangrijk wordt (Rijpert, 2018).

- **Gedeeld autogebruik groet explosief**

Een andere zichtbare trend in de markt is autogebruik, in plaats van autobezit. Autodelen is enorm in populariteit gegroeid. Tien jaar geleden waren er nog ongeveer 1600 deelauto's in Nederland, begin 2018 is dat aantal in Nederland gegroeid tot 41.000 deelauto's (Consultancy.nl, 2019). Er zijn verschillende partijen in Nederland die een bedreiging voor Rebel Lease kunnen worden. Car2Go en Greenweels zijn voorbeelden van bedrijven die de automarkt lichtelijk op zijn kop aan het zetten zijn. Bedrijven in de autodeelmarkt bieden auto's aan die bedoeld zijn om gedeeld te worden. Hierdoor kunnen de kosten laag gehouden worden en betaal je alleen wanneer je een auto nodig hebt. Een gevolg van de opkomst van deelauto's is dat er minder auto's geleased of gekocht worden, hierdoor vormt het een bedreiging voor Rebel Lease (Consultancy.nl, 2019).

- **Teruggang in verkoop en lease van diesels**

Een zichtbare ontwikkeling in de automarkt is de teruggang in verkoop en lease van dieselauto's. In 2018 was nog 15% van de nieuw gekochte auto's een diesel, nu in 2019 is dat percentage gedaald tot 10% (Carros, 2019). De teruggang heeft te maken met het slechte imago van een dieselauto. Dieselauto's stoten veel NOx uit en dit is erg schadelijk voor het milieu. Door de hoge NOx uitstoot is de bijtelling van dieselauto's enorm hoog. Een dieselauto heeft een bijtelling van 22%, een elektrische auto heeft daarentegen maar een bijtelling van 4%. De hoge kosten en de NOx uitstoot zorgen mede voor een teruggang in verkoop en lease van diesels.

Macroniveau

De macro omgeving omvat factoren waar een organisatie geen invloed op kan uitvoeren. Toch zijn het factoren die een grote invloed kunnen hebben op het succes van een organisatie. De trends en ontwikkelingen op macroniveau worden uitgewerkt aan de hand van een DESTEP-analyse.

Demografische ontwikkelingen

Demografische ontwikkelingen zijn externe invloeden die te maken hebben met demografie. Volgens de prognose van CBS blijft de bevolking en het aantal huishoudens in Nederland als geheel groeien. Er wordt verwacht dat in 2040 er ongeveer 1.3 miljoen mensen bij zijn gekomen waarvan 1.1 miljoen huishoudens (van Eck, van Dam, de Groot, & de Jong, 2013). Alhoewel er tussen 2030 en 2040 door de vergrijzing verwacht wordt dat de sterftegevallen het aantal geboorte zal gaan overtreffen, blijft mede door het positieve migratiesaldo de bevolking groeien. De vergrijzing zorgt er mede voor dat de potentiële arbeidskrachten in verhouding afnemen. De verhouding tussen het aantal potentiële arbeidskrachten en 65-plussers daalt van 4 op 1 tot 2 op 1. De krimp van de potentiële beroepsbevolking zal mogelijk tot tekorten op de arbeidsmarkt leiden.

Ontwikkeling potentiële beroepsbevolking in hoog en laag scenario en volgens bevolkingsprognose in absolute aantallen en aandelen, 2020-2030-2040

	2020		2030		2040		Δ 2010-2040
	N	%	N	%	N	%	N
Laag scenario	10.800.000	65	10.200.000	62	9.500.000	60	-1.600.000
Hoog scenario	11.300.000	65	11.300.000	61	11.500.000	59	400.000
Prognose	11.100.000	64	10.700.000	60,2	10.400.000	58	-800.000

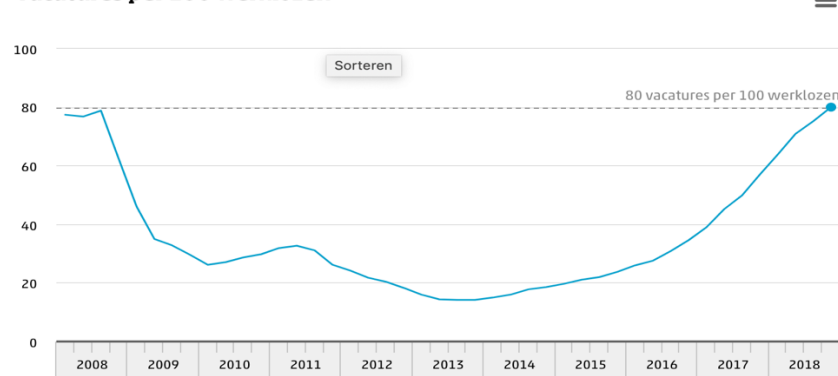
Figuur 12 Ontwikkeling potentiële beroepsbevolking Nederland (van Eck, van Dam, de Groot, & de Jong, 2013)

Verder zal er in Nederland spraken zijn van een regionalisering (VNG, 2015). De wereldwijde trek naar de stad is ook duidelijk zichtbaar in Nederland. De drukte in de steden komt onder andere door een andere bevolkingsgroei, economische omstandigheden en veranderingen in het leefpatroon van de bevolking. Grote ondernemingen gaan zich in grote steden vestigen wat zorgt voor een afname van werkgelegenheid in krimpgebieden (VNG, 2015). Rebel Lease moet rekening houden met deze ontwikkeling want een mogelijk gevolg kan zijn dat de noodzaak van auto's afneemt. Hierdoor worden er minder auto's verkocht wat invloed heeft in de autobranche.

Economische ontwikkelingen

Met de economie van Nederland gaat het de laatste 10 jaar erg goed. Na de economische crisis is de Nederlandse economie nu al voor het 19^{de} kwartaal op rij gegroeid (CBS, 2019). De economische groei komt grotendeels door de binnenlandse bestedingen en investeringen. Mede hierdoor geeft een kwart van de bedrijven aan dat zij last hebben van een personeelstekort. Per 100 werklozen zijn er 80 vacatures vrij, dit komt door de groeiende economie en de stijging in het aantal banen.

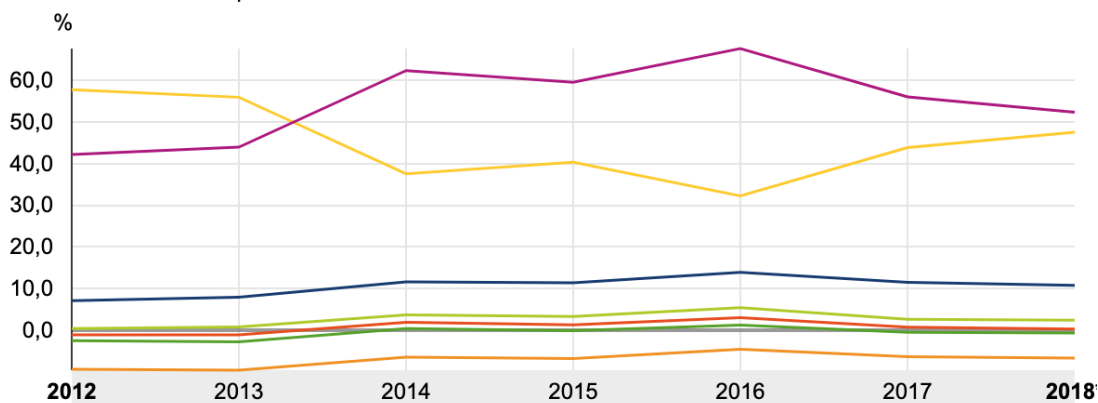
Vacatures per 100 werklozen



Figuur 13 Vacatures per 100 werklozen (CBS, 2019)

Alhoewel het goed met de economie gaat is het belangrijk voor Rebel Lease om in de gaten te houden hoe de koopkracht per huishouden zich gaat ontwikkelen. Koopkracht heeft namelijk invloed op het uitgavenpatroon van een huishouden. Op korte termijn zal de koopkracht per huishouden in Nederland lichtelijk achteruitgaan (CBS, 2019). Tot 2016 was goed te zien dat de koopkracht stijgende was, maar vanaf 2016 is de koopkracht dalende wat invloed heeft op het koopgedrag van de huishoudens. Consumentenprijzen stijgen sneller dan verwacht dit zorgt mede voor de dalende koopkracht. In 2018 lagen de prijzen gemiddeld 1.7% hoger dan het voorgaande jaar. (CBS, 2019)

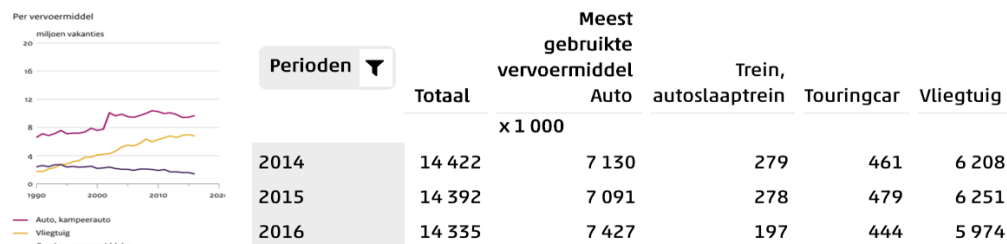
Huishoudenskenmerken: Totaal personen



Figuur 14 Koopkrachtontwikkeling personen (CBS, 2019)

Sociaal culturele ontwikkelingen

Een ontwikkeling die Rebel Lease in de gaten moet houden is de ontwikkeling op gebied van vakanties. Uit de cijfers van het CBS blijkt dat er een ontwikkeling is in hoe Nederlanders op vakantie gaan (CBS, 2017). Belangrijk om te weten is dat steeds meer mensen weer ouderwets met de auto op vakantie gaan. In vergelijking met 2014 zijn er in 2016 bijna 300.000 mensen meer met de auto op vakantie gegaan. De vakantiegangers die met het vliegtuig zijn gegaan in dezelfde periode zijn met 300.000 mensen verminderd. Hoe dit zich verder gaat ontwikkelen is nog niet bekend maar het is een ontwikkeling die eventueel een kans kan zijn voor Rebel Lease (CBS, 2017).



Figuur 15 Lange vakanties buitenland (CBS, 2017)

Technologische ontwikkelingen

Een trend op technologisch gebied zal de komst van de slimme werkplek zijn. Werkplekken worden steeds slimmer ingedeeld en dankzij technologie steeds beter met elkaar verbonden (Hooijdonk, 2018). De reden hiervoor is dat bedrijven efficiëntere en milieuvriendelijkere kantoren willen. Technologieontwikkelingen maakt het mogelijk dat een werknemer overal op de wereld zijn taken kan uitvoeren (Hooijdonk, 2018). In plaats van elke ochtend kilometers te rijden naar werk kan de werknemer nu makkelijker zelf bepalen wanneer het noodzakelijk is om die afstand af te leggen. De werkgever kan op deze manier de kosten lager houden en daarnaast zorgt de technologie ook voor productievare werknemers. Een ontwikkeling die als bedreiging kan worden gezien voor Rebel Lease. In de toekomst kunnen leasecontracten minder noodzakelijk worden omdat er een mindere meldplicht op werk is door het flexwerken.

Binnen de autobranche is er nog een belangrijke ontwikkeling die is ontstaan door de geavanceerde technologie, de zelfrijdende auto. De zelfrijdende auto is opkomend omdat het voor gemak en veiligheid gaat zorgen (Baaz, 2019). Zelfrijdende auto's worden op het begin van de rit ingesteld waarna er vervolgens geen handen of voeten meer nodig zijn om de auto te besturen. Daarnaast halen zelfrijdende auto's de menselijke fouten uit het verkeer wat zorgt voor minder ongelukken. Natuurlijk een groot voordeel voor de mensheid maar voor autobedrijven een bedreiging. Zelfrijdende auto's zorgen voor minder ongelukken waardoor de auto's zelf ook minder snel kapotgaan (Baaz, 2019). Hierdoor krijgen vak garages minder auto's binnen voor herstel en zullen autobedrijven in het algemeen minder auto's gaan verkopen.

Ecologische ontwikkelingen

Het klimaat in Nederland is aan het veranderen. Prognoses geven aan dat de gemiddelde temperatuur de

komende jaren zal blijven stijgen (BZK, 2019). Deze verandering heeft gevolgen voor het milieu in Nederland. Het is een probleem waar tegenwoordig veel aandacht naar uitgaat. Zo proberen mensen minder plastic te gebruiken of minder in de auto te zitten om zo de CO2 uitstoot te verminderen (Brüggenwirth, 2018). Daarnaast proberen bedrijven ook steeds meer rekening te houden met de klimaatverandering door duurzaam te ondernemen. Hetzelfde gebeurt met consumenten want die vinden duurzame bedrijven steeds belangrijker en aantrekkelijker (Brüggenwirth, 2018).

Politiek juridische ontwikkelingen

Zoals bij de ecologische ontwikkelingen is beschreven is het klimaat enorm aan het veranderen. Die veranderingen zijn de politiek niet ontgaan en dat is de reden dat de politiek diverse regels opstelt om de CO2 uitstoot te reduceren. Een belangrijke regel die veel invloed heeft op de autobranche is de wegenbelasting. Hoe meer CO2 een auto uitstoot hoe meer belasting er betaald moet worden, een zuinigere auto is hierdoor vele male voordeliger (Milieu Centraal, 2019). Om elektrisch rijden te stimuleren biedt de overheid financiële ondersteuning aan elektrische rijders (RVO, 2019). Elektrische rijders kunnen profiteren van belastingvoordelen en subsidies. Ondanks dat Rebel lease weinig invloed heeft op de belastinghoogtes is het wel van belang om het in het achterhoofd te houden bij de aankoop van nieuwe auto's.

Bijlage 12: Randvoorwaarden eindproduct

Het schriftelijk product wordt alleen beoordeeld wanneer het voldoet aan de onderstaande formele criteria. De beoordeling vindt plaats met V of O.

Normering:

Indien voor één of meer criteria een O is gegeven, wordt de beoordeling NB (niet beoordeelbaar). Ook bij afwijzing op randvoorwaarden krijgt de student inhoudelijk feedback, zij het op hoofdlijnen. Dit wordt in een persoonlijk gesprek toegelicht door de eerste beoordelaar.

1. Het beroepsproduct (inclusief verantwoording) of het onderzoeksrapport is volledig, inclusief voorblad, Engelstalige (management-) samenvatting, bronvermelding en literatuurlijst.	V
2. Het voorblad vermeldt of het een beroepsproduct of een onderzoeksproduct betreft.	V
3. Het schriftelijk eindrapport beslaat <i>maximaal</i> 16000 woorden. Dit is zogenaamde “bodytekst” dus exclusief omslag, titelpagina, inhoudsopgave, aanleiding en/of inleiding, bronnenlijst overige bijlagen. Het aantal woorden wordt op de voorpagina of de omslagpagina vermeld.	V
4. De lay-out is duidelijk en overzichtelijk; er is een inhoudsopgave en een paginanummering, een voldoende regelafstand, een leesbaar lettertype en een ruime bladspiegel. Citaten staan tussen aanhalingstekens.	V
5. Er is gebruik gemaakt van minimaal 5 wetenschappelijke artikelen in het theoretisch kader of de theoretische onderbouwing.	V
6. De literatuurlijst en bronvermelding zijn volgens de regels van de APA.	V
7. Het schriftelijk eindproduct kent een logische opbouw en structuur en is ingedeeld in genummerde hoofdstukken en paragrafen. Hoofdstukken en paragrafen zijn ingedeeld in alinea's.	V
8. Schema's en tabellen, grafieken, foto's en/of illustraties zijn genummerd. De belangrijkste figuren/tabellen zijn opgenomen in het hoofdrapport, overige figuren/tabellen zijn opgenomen in de bijlage.	V
9. De spelling is correct volgens het Woordenboek der Nederlandse Taal (Het groene boekje). Indien er op één pagina in het rapport drie of meer spelfouten voorkomen, kan dat reden zijn voor een “NB” beoordeling.	V
10. De opgenomen bijlagen zijn genummerd.	V
11. Bij duo's (indien van toepassing): het individuele aandeel is gespecificeerd.	V

Feedback bij afwijzing: