

Direktør på fransk visit



Adm. direktør Stephane Basset-Chercot fra Total Nordic ser det danske marked som stabilt snarere end markant voksende.

Af Henrik Nordstrøm Mortensen

MARKED Larmen i baggrunden får Stephane Basset-Chercot til at stoppe sin sætning. Motor-magasinet har fanget den 41-årige adm. direktør for olieselskabet Total Nordic på Copenhagen Historic Grand Prix 2015.

Ved siden af det telt, som Total har opstillet til det årlige racerløb, kører flere af de biler forbi, som har kørt race på banen, der igen var placeret ved Bellahøj lidt uden for København.

Stephane Basset-Chercot har siddet tre år på topposten hos Total i norden, hvilket vil sige Danmark, Sverige, Norge og Finland. Men at Motor-magasinet fanger direktøren til racerløbet er ingen tilfældighed.

– Vi vil i stigende grad gerne ud og møde vores kunder og andre i markedet på events, som Copenhagen Historic Grand Prix. Vi har selvfølgelig mange forskellige produkter til mange forskellige typer motorer, men det her handler lige så meget om at møde kunderne i øjenhøjde, siger Stephane Basset-Chercot, da larmen fra en gammel Ford Cortina i baggrunden har lagt sig.

Total Nordic har samarbejde med størstedelen af distributionsfirmaerne i Danmark, tredjepartsleverandører og dækfirmaer. Nogle af de største bilmærker, som Total samarbejder med er PSA-koncernen, Renault-Nissan, Kia, Mazda og Opel.

Stabilt marked

Total er det fjerdestørste olieselskab på verdensplan, og firmaet opererer i 130 forskellige lande. Med så stort et moderselskab i ryggen er Total i sagens natur en stor spiller i den danske auto-branchen. Men ifølge Total-direktøren er Danmark ikke et marked, der kommer til at rykke sig markant.

– Det danske marked er ret stabilt. For Total vil en lang-



41-årige Stephane Basset-Chercot på den stand, som Total havde på Copenhagen Historic Grand Prix 2015. (Foto: Henrik Nordstrøm Mortensen)

sitet tilstedeværelse forhåbentlig være et godt fundament for kundetilfredshed. Fordi det er meget vigtigt for os, fortæller Stephane Basset-Chercot.

Loyalitet fylder meget

Den 41-årige direktør har arbejdet godt 12 år hos Total. Før han kom til Danmark, arbejdede han først i Frankrig, Rusland og senest Storbritannien. Med udgangspunkt i den baggrund, kan franskmænd allerede nu begynde tegne et billede af auto-Danmark.

På dansk jord er det typisk

varemærkerne Total og Elf, som går igen. Mærkerne leverer produkter til lastbiler, den maritime verden, motorcykler og landbrugsmaskiner.

Når direktøren så skal opsummere de erfaringer, han gennem sine tre år i Danmark har fået med de produktkategorier, er markedet defineret ved tre ord:

– Branchen er kvalitetsbevidst, meget miljøbevidst og så fylder loyalitet rigtig meget. Det hænger sammen med, at markedet er relativt konsolideret, så der sker ikke de store udskjelset, for-

klarer Total-direktøren.

Virksomheden raffinerer lidt over to millioner tønder olie om dagen og beskæftiger omkring 97.000 ansatte på verdensplan.

Langt de fleste af de produkter, som Total sender ud på det danske marked bliver produceret i Frankrig og Belgien, og ifølge direktøren er logistikken god.

Foruden at levere smøremidler og specialvæsker til både privatmarkedet og industrien, leverer Total også brændstof til Københavns Lufthavn.

Bilsælgere ignorerer e-mails

Af Henrik Nordstrøm Mortensen

KONTAKT Det står sløjt til ude blandt landets bilforhandlere, når det drejer sig om at besvare e-mails fra kunder. Det viser en undersøgelse, som Biltorvet.dk har lavet. Hver tredje e-mail, som sendes til forhandlerne, bliver hverken åbnet eller besvaret, viser data fra Biltorvet.dk, og det er et stort problem, mener Claus Nyboe, der er direktør hos Biltorvet.

– Det er tankevækkende og en smule overraskende, at bilforhandlerne er så dårlige til at åbne og besvare e-mails. Det er e-mails fra mulige kunder, som spørger på en specifik vare, og så gør man intet ved det. Jeg ved ikke, om det skyldes manglende tid, eller hvad årsagen er, men der ligger en stor mængde af uudnyttet potentiale, siger han.

E-mails sendes om aftenen

En anden mulig forklaring kan være, at potentielle og nuværende kunder sender

sine e-mails uden for forhandlerens åbningstider. Ifølge Biltorvets tal svarer det rundt regnet til hver anden e-mail, der sendes efter, at den fysiske dør til forhandleren er lukket.

– Det er selvfølgelig ikke decideret overraskende, at rigtig mange e-mails sendes om aftenen. Hvis jeg drev en bilforretning, ville jeg øge fokus på de mange e-mails, som end ikke bliver åbnet. Hvis man virkelig satsede på at besvare samtlige e-mails hurtigst muligt, så ville man have en stor fordel i forhold til konkurrenterne, fortæller direktør Claus Nyboe.

Nye app på vej

Biltorvet vil forsøge at imødekomme problemet ved at bygge en nye AutoDesktop-app. Den giver den eller de sælgere, som er på vagt, en besked på telefonen, når der dumper en ny mail ind. Biltorvets folk mener så, at det vil gøre en vagtordning til at besvare e-mails uden for åbningstiden nemmere.

Forhandler mister Opel og Fiat

Fokus på egne mærker i Bilernes Hus i Silkeborg.

BILFORHANDLING Ønsket om fortsat at styrke Bilernes Hus A/S i Silkeborg og styrke indtjeningen i driftsselskabet, er en del af den turnaround, der tidligere på året blev introduceret af den nye ledelse og bestyrelse i Bilernes Hus.

Handlen med nye biler fra

Opel og Fiat er netop ophørt pr. 1. august 2015. Der handles pt. om, at Uggerhøj – som har forhandlingen af nye Opel og Fiat – kan leje sig ind i Bilernes Hus og selv drive salget af de to mærker.

– Det skal understreges, at Bilernes Hus fortsætter som autoriseret servicepartner

på Opel og Fiat. Det betyder, at vores Opel- og Fiat-kunder kan købe originalt udstyr og reservedele i Bilernes Hus. Samtidig vil alle vores kunder naturligvis fortsat blive mødt af specialuddannede eksperter på de respektive mærker, udtaler adm. direktør Ivan Dyrhund.

– Med ovenstående ændringer kan ledelsen og personalet i Bilernes Hus koncentrere sig om at give kunderne den bedste service og rådgivning. Videreudviklingen af Danmarks største brugtvognsafdeling vil ligeledes have høj prioritet, tilføjer han. *mich*



Total-direktøren står her sammen med den 19-årige racerfører Lasse Sørensen, som fra september kører Formel Renault 2.0-serien. Total/ Elf er sammen med Saxo Bank nogle af den unge køres vigtigste sponsorer. (Foto: Henrik Nordstrøm Mortensen)