

Revival van de Alpine in Nederland

AMBASSADEURSROL VOOR LARS-PETER DIJKSTRA EN EVA DE GELDER



Auto's aan de man brengen is één ding, een automerk (op)nieuw in de Nederlandse markt zetten, een ander. Zeker in het geval van nichemerke Alpine, dat onder de vleugels van Renault een 'wedergeboorte' meemaakt. *AM* in gesprek met Eva de Gelder en Lars-Peter Dijkstra, in hun rol van Alpine advisor bij respectievelijk Alpine Centre Soestdijk en Alpine Centre Hengelo: "In Frankrijk kent iedereen Alpine, in Nederland is die bekendheid beduidend minder. Ons verhaal moet daar iets aan doen."

TEKST RALPH FISCHER FOTO'S ROBIN BRITSTRA

“Rondom het Concours d'Élégance op Het Loo werden in de zomer van 2017 knopen doorgehakt. Toen duidelijk werd dat Munsterhuis en Stam werden aangesteld als twee Alpine Centres in Nederland, kwamen wij aan zet, vertellen Lars-Peter Dijkstra en Eva de Gelder. “We stonden voor de uitdaging van een heel ander en nieuw product en geheel andere verantwoordelijkheden. We werden vrijgemaakt uit onze ‘normale’ organisaties. Binnen driekwart jaar moest alles in de lucht zijn: twee Alpine Centres, één pal aan een rotonde in het meest in het oog springende deel van Stam Soestdijk, het andere op een entresol bij Munsterhuis in Hengelo, dichtbij de Ferrari's en Maserati's. Kort daarna volgde de eerste kennismaking met de auto. We wisten op dat moment zelfs de prijzen en uitvoeringsspecificaties nog niet.”

Naar Dieppe

“In november 2017 ‘klonk het echt in’: het is menens. We reisden naar Alpines thuisbasis in Dieppe voor de kick-off. Dat werd groots aangepakt: iedereen was er, Alpine wereldwijd. Met zowel de commerciële als technische collega's gingen we vier dagen lang in training. De contacten die toen zijn gelegd, vormen nu nog het informele fundament van de organisatie. We hebben een wereldwijde en actieve Alpine-appgroep;

van Italië tot Japan helpt en leert iedereen van elkaar. De volgende mijlpaal was de daadwerkelijk opening van de Centres in maart en april van dit jaar. En daarna de eerste auto die binnenkomt. Ze worden door een eliteclubje chauffeurs direct van de fabriek naar de Centres gereden in gesloten trucks. We zijn altijd zelf bij het afladen en doen samen met onze monteurs de inspectie. Ook bij dat soort details voel je dat je met iets bijzonders bezig bent. Wie krijgt er nou de kans om op zo'n manier bezig te zijn met een – in feite nieuw – automerk?”

Alpine-adviseur zijn, betekent alles zelf doen. We voelen ons zeker gesteund door onze organisatie, maar evengoed ligt er niets klaar en je moet overal zelf zijn. Er mag niets fout gaan, en dat is voor een nieuweling in deze tijd sowieso ondenkbaar. We staan altijd zelf in onze Centres en in het weekend ga je de (klassieker) beurzen langs met je brein op scherp. We presenteerden onlangs de nieuwe A110 Pure en Légende op het Loo. Alles wat met de promotie en verkoop van Alpine te maken heeft, hoort bij onze taken.”

Frankrijk versus Nederland

“De Nederlandse markt is voor Alpine een bijzondere markt. In Frankrijk leeft het

meer, hier zijn we onbekender. Wij moeten eerst de communicatie opbouwen en inspringen op de Nederlandse situatie. Dit betekent dat we meer Alpine-promotor moeten zijn dan onze Franse collega's. Zij brengen de auto, wij eerst het merk en dan de auto. Toch gaat het gevoelsmatig als vanzelf. Als je een aanstekelijk enthousiasme voelt voor deze auto's, draag je dat ook soepel over op je potentiële klanten. We willen hen grijpen met ons verhaal. Een prospect willen we evengoed snel achter het stuur krijgen voor een proefrit. Je hoeft echt niet meer dan 300 pk te hebben voor optimaal plezier; die testrit is het deel van het verhaal over het nieuwe Alpine dat anders niet is uit te leggen. Ons recept is dat je met een mix van oprecht enthousiasme, een stuk historie en beleving daadwerkelijk auto's verkoopt. Ook zonder keiharde targets. We worden behoorlijk vrijgelaten om ons ding te doen. Natuurlijk worden we vanaf de achtergrond bekeken. We liggen wat dat betreft toch onder een vergrootglas: iedereen is nieuwsgierig hoe dit loopt.”

Daily drivers en babyboomers

“De Premières Éditions, in Nederland enkele tientallen, zijn nu allemaal afgeleverd. De echte opstartfase is bijna voorbij en de productie in Dieppe gaat binnenkort van 15 naar



Wedergeboorte

Alpine werd in 1955 gesticht door garagehouder Jean Réd  l  . Hij ontwierp en bouwde lichtvoetige sportwagens, aanvankelijk op basis van onderdelen van de eenvoudige Renault 4CV. De A110, door velen gezien als Alpines meest iconische model en de inspiratiebron voor de huidige auto met dezelfde naam, verscheen in de jaren zestig. De productie van Alpine kwam in 1970 in handen van Renault. In 1995 rolde de laatste Alpine van de band. De fabriek in Dieppe ging zich bezighouden met de producten van Renault Sport. Totdat in 2012 de eerste beelden van de nieuwe Alpine A110 verschenen. Onder leiding van de Nederlandse CEO Michael van der Sande werd vanaf 2016 de productie opgestart en in 2018 openden de twee Nederlandse Alpine-Centers hun deuren. Consumentenprijzen beginnen bij 64.300 euro voor de A110 Pure.

20 auto's per dag. Desalniettemin moet een klant die nu een order plaatst, nog steeds zo'n 12 maanden geduld hebben. Alleen de echt vroege vogels die per app een productieplek reserveerden – nog voordat de Nederlandse Alpine-organisatie volledig in de lucht was – hebben hun auto's sneller weten te krijgen. Onze klanten zitten qua leeftijd tussen de 35 en 75 jaar, met een hoofdcontingent babyboomers. Opvallend is dat een behoorlijk deel van de Alpines niet (alleen) als hobby-auto wordt ingezet, maar vaak de daily driver wordt. Evengoed verkopen we meer dan andere merken in dit prijssegment aan mensen bij wie de autoliefhebberij voor prestige komt. Een Alpine is sportief en comfortabel genoeg voor dagelijks gebruik."

Onbekend maakt juist bemind

Onbekend maakt in ons geval juist bemind: je begint relatief blanco met dit merk en dit maakt dat Alpines bij de autoliefhebbers worden geaccepteerd. Vooroordelen

zijn er nog niet en het referentiekader is nog niet ingevuld. Net als Lotus zijn we klein. Je zit met pure liefhebbersauto's als de Alpine in een bijzonder deel van de markt. In deze autoklasse waardeer je ook je concurrenten; de merken zijn allemaal verschillend en Alpine is in zekere zin complementair aan het aanbod van merken als Lotus en Porsche. Lotus zit prijstechnisch in ons segment, Porsche zit voor een groot deel hoger in de markt. We hebben de Cayman zeker op de korrel, maar als je een – toch – heel andere auto als concurrent ziet, wedijvert het aankoopbedrag voor een Alpine ook met het geld voor een boot of een keuken.

Alpine is en blijft vooral een toevoeging in de markt: een Ferrari-rijdende Munsterhuis-klant kwam pas eens kijken in het Alpine-Centre en kocht kort daarna een auto bij ons. Voor erbij."

"De echte opstartfase is bijna voorbij; de productie in Dieppe gaat binnenkort van 15 naar 20 auto's per dag"

widest and most up-to-date range

AVA QUALITY COOLING
— A BRAND OF ENTEREX GROUP —

De hoge kwaliteit, het continue vernieuwende productaanbod en de concurrerende prijzen maken AVA Quality Cooling tot een zeer betrouwbare partner voor Motorkoeling en Air-Conditioning

AVA Benelux BV | +31 13 505 8100 | verkoop@ava-cooling.nl | www.ava.eu