

RetailRookie Bynco.com: Tweedehands zonder addertjes

20-09-2017 10:36



Ze ruiken kansen, tonen lef én dragen bij aan consumentenverwachtingen. Maak kennis met de RetailRookies 2017-2018: tien innovatieve pioniers die inspelen op nieuwe consumentenbehoeften en de Nederlandse retail kleur geven. Deze vierde editie is samengesteld door de redactie in samenwerking met gasthoofdredacteur Tjeerd Jegen. De tien geselecteerden zijn Charlie Temple, De Föhnbar, Frank About Tea, IJsmanschap, Sneakerjagers.nl, Beer in a Box, Bynco.com, Gather, Anna van Mils en JPA Pizza-Automaat. Twee weken lang besteden we dagelijks aandacht aan één van de concepten. Vandaag is het de beurt aan Bynco.com.

De eerste webwinkel voor auto's. Zo zette Bynco.com zichzelf begin dit jaar in de markt. Online je auto uitzoeken, betalen met iDEAL en de auto nog dezelfde week thuisbezorgd krijgen, bij Buy Your Next Car Online is het mogelijk. Bevalt de auto niet? Dan heb je veertien dagen de tijd om hem kosteloos te retourneren. Ook het Thuiswinkel Waarborg-keurmerk ontbreekt niet.

Het idee komt uit de koker van AutoBinck Group, een Nederlands familiebedrijf met een jaaromzet van ruim 1,2 miljard euro. Bynco.com heeft in de eerste vier maanden twintig auto's afgeleverd. In de eerste klant moest nog flink wat effort worden gestoken, vertelt general manager Jeroen Veldman. "De tweede klant betaalde op een zondagavond ruim zestienduizend euro voor een Renault Captur via iDEAL, zonder enige vorm van contact met ons." Ook opvallend: de koper was een man van 69 jaar en behoorde in eerste instantie niet tot de – jongere – doelgroep van Bynco.com. "Meer dan zestig procent van onze bezoekers is onder de 45 jaar. Maar 45-plussers zijn nu goed voor 65 procent van de transacties."

De verklaring schuilt volgens Veldman in de voertuigen die de etailer aanbiedt. Er staan tientallen tweedehands auto's op de website, stuk voor stuk in de afgelopen twee jaar gebouwd. Daardoor kost de goedkoopste auto al gauw zeventuizend euro. Maar daar komt geen euro meer bovenop, benadrukt hij. "Bij veel dealers zitten er addertjes onder het gras. Wij werken niet met rijklaarmaakkosten of afleverkosten." Bovendien zijn de prijzen volgens Veldman scherp, omdat er geen dure showrooms gefinancierd hoeven te worden.

Tsjechië

Bynco.com maakt gebruik van het inkoopnetwerk van zijn moederbedrijf. Op basis van meerdere databronnen voorspelt de webwinkel welke wagens populair worden en stuurt de inkopers met een boodschappenlijstje op pad. Alle auto's komen in een opslagruimte, waar ze worden geïnspecteerd en vanbinnen en vanbuiten in 360 graden op de foto worden gezet. Elk voertuig wordt met plus- en minpunten – inclusief ieder krasje in de lak – en een onafhankelijk onderzoeksrapport op de site geplaatst.

De opslagruimte biedt plaats aan zo'n 250 auto's, vertelt Veldman. Het is niet de bedoeling dat het aanbod daarbij blijft. "We hebben de ambitie om de komende jaren uit te groeien tot een soort bol.com of Coolblue voor auto's." Daarbij denkt Bynco.com erover om het concept voor anderen toegankelijk te maken. Concreter is het plan om klanten ook te helpen bij de inruil van hun huidige auto. "We zijn met meerdere partijen in gesprek om te kijken of we een gegarandeerd bod kunnen doen. In het betaalproces kunnen we dat aftrekken van de verkoopprijs. Snelheid is daarbij van groot belang. Het idee is dat we daarna, op basis van extra informatie of handelingen, proberen een hogere inruilwaarde voor de klanten te realiseren. Dat bedrag krijgen ze dan teruggestort op hun rekening."

Veldman beschouwt Nederland als een attractieve proeftuin voor de startup van AutoBinck Group, zelf in acht landen actief. Ook Bynco.com kijkt voorzichtig over de grens. "AutoBinck heeft al een stevige aanwezigheid in Tsjechië. Niet iedereen is ervan op de hoogte, maar daar wordt al veel online gewinkeld. Een lancering in dat land zou op termijn een logische vervolgstap zijn."

Morgen besteden we in deze serie aandacht aan Anna van Mills.

Nick Möller