

Joost en Mireille Krowinkel (Kees van Gent) over hoe je het verschil maakt:

# 'Breed aanbod, vakmanschap en uitstekende service'

Toen Joost Krowinkel en Mireille Krowinkel – van Gent bandenspecialzaak Kees van Gent uit Wijchen in april 2015 overnamen wisten ze dat ze wilden werken aan het verder uitbouwen van een sterk merk. Kees van Gent stond al 48 jaar voor alles wat te maken heeft met banden en wielen, maar het kan altijd beter. "Onze kernwoorden? Passie, kwaliteit, trots, kennis en vooral nog meer service, service en nog eens service. Daar zullen we uiteindelijk het verschil in maken."

**J**oost en Mireille gingen met een grote dosis kennis van het bandenvak aan de slag. “We hebben beiden tientallen jaren ervaring en weten dus alles wat er te weten valt over banden en wielen. Maar de markt verandert, steeds meer autobedrijven kiezen voor banden en wielen als een aanvullende dienst. Bedrijven gespecialiseerd in banden gaan op hun beurt op zoek naar andere manieren om hun omzet te vergroten. Dat is niet onze visie. Wij kiezen niet voor de breedte in dit vak, geen APK, geen ruitherstel of aircoservice, maar alleen banden, wielen en alles horend bij ondersteltechniek, zoals uitlijnen en balanceren. Wij hebben zelfs veel dealers als klant die hier de auto’s van hun klanten laten uitlijnen. Volgers van sites als Audi Forum komen uit het hele land om hier hun banden en wielen te regelen en met gespecialiseerde apparatuur door vakmensen uit te laten lijnen.”

#### VISIE

Joost en Mireille kiezen dus voor een andere weg. “Wij willen juist zoveel mogelijk de diepte in. Een zeer breed aanbod in zomer-, winter- en all seasons-band. Wielen van alle merken, van eenvoudig tot de absolute top. Alle merken, alle maten, voor ieder wat wils en de nieuwste apparatuur die nodig is om topservice te verlenen. Ons bandenhotel komt daar logisch uit voort. De klant begreep zo’n tien jaar geleden dat ook in ons klimaat het aanpassen van banden aan zomer- en winterseizoenen

slim was. In de herfst werden zomerbanden verwisseld voor de winterbanden, de zomerbanden kwamen in onze opslag.”

Het bedenken van een visie is één, zorgen dat al je medewerkers ervan doordrongen raken én zorgen dat de consument het weet is twee. Dat is nodig om verwarring te voorkomen, je kiest niet voor Kees van Gent voor APK of ruitherstel, maar voor alles wat met banden en wielen heeft te maken. “Dat was een proces. Wij zijn er mee gestart werkprocessen efficiënter in te richten en dat heeft natuurlijk enige tijd nodig gehad voordat het helemaal was ingeslepen. Ons motto voor onze medewerkers: ‘gedraag je op elk moment alsof je aan je eigen auto werkt, behandel onze klanten zoals je zelf behandeld wilt worden’. Dat heeft gewerkt, we hebben de VACO-award gewonnen voor uitstekend werkgeverschap. Wij geloven heilig in de balans tussen geven en nemen. We vragen goed werk, maar we denken op elk moment ook met onze mensen mee. Dat heeft er toe geleid dat we werken met een team dat begrijpt wat wij willen en dat er samen de schouders onder zet.”

#### VERANDERINGEN

Er veranderde meer. “De receptie was eigenlijk als eerste aan de beurt”, vertelt Joost. “De klant wil aandacht, maar ik wil zelf ook graag voeling houden met alle processen en de klanten die in en uit lopen.” Dat was snel geregeld, maar er gebeurde meer.” We hebben meer aandacht

besteed aan de showroom in de entree. Daar staan onze topproducten, de velgen van onder andere Vossen en Vorsteiner. De barcodering werd bijvoorbeeld overal ingevoerd en we hebben de routing in de werkplaats slimmer ingericht. Allerlei investeringen in software gaven ons de kans sneller in te spelen op veranderingen in de markt. Je ziet sneller wat werkt en wat niet, waar je marges zitten en hoe je dus met een beter resultaat kunt werken. We hebben ook fors geïnvesteerd in het bandenhotel, met als gevolg dat we nu 6.000 sets opslaan, kwestie van slimmere logistiek. Wat goed was hebben we goed gehouden. We hebben een transparant bedrijf, klanten mogen gerust de werkplaats of ons bandenhotel inlopen. Dat betekent dus, dat de werkomgeving er altijd spik en span uit moet zien. Dat is niet alleen goed voor ons imago, het zorgt ook voor een prettige werksfeer, want niemand werkt graag in een rommelige omgeving.”

#### VERSCHIL

Waar maak je het verschil? “Dat kun je op verschillende fronten maken, waarbij prijs pas op de vierde of vijfde plaats komt

en die is bij ons natuurlijk marktconform. Maar het gaat om zoveel meer. Dat begint met kwaliteit van de producten en het vakmanschap van je medewerkers. Dat stelt je in staat het juiste advies uit te brengen, afhankelijk van wat de klant van zijn auto verwacht. Banden zijn zo ongeveer het belangrijkste onderdeel van je auto, ze zijn bepalend voor de wegligging en dus

‘We hebben ook fors geïnvesteerd in het bandenhotel, met als gevolg dat we nu 6.000 sets opslaan’

de veiligheid van de auto. Het is niet voor niets dat je F1-coureurs voortdurend over hun banden hoort praten, die zijn namelijk enorm belangrijk. We luisteren naar wat de klant wil en zoeken daar de goede banden en wielen bij. Daarvoor heb je een diep assortiment nodig, we hebben bijna

alles en de klant weet dat. We bedienen particulieren, zakelijke klanten, maar ook garagebedrijven, zowel algemene garagisten als dealerbedrijven. De ene klant wil gewoon een goede set banden, de andere wil met zijn banden en wielen een statement maken, ze zijn ons beide even lief. Verschil maak je ook in service en gastvrijheid, transparantie en laagdrempeligheid. Dat start met een warm welkom, maar ook met een perfecte wachtruimte, met goede koffie en vers fruit. Dan gaat het vervolgens om het juiste advies, de vlekkeloze montage en de spik en span aflevering van de auto. Door ons digitale afsprakenstelsel kunnen we klanten ook in de bandenwisselweken snel bedienen en als je dan even moet wachten verzacht onze wachtruimte de pijn. Het zijn details, maar die details maken samen het hele plaatje en dat moet kloppen. Het gaat er in onze beleving om de verwachting van klanten te overtreffen, ze meer dan goed te bedienen, want dan speel je mee, dan komen ze de volgende keer ook weer terug en – misschien nog belangrijker – dan worden het je ambassadeurs. Daar werken we elke dag hard aan.”

