

WERKPLAATS PRAKTIJK



Elk detail telt

Bij het binnenlopen van de werkplaats van Kees van Gent Banden-Wielen in Wijchen valt direct op hoe schoon en opgeruimd het er is. Ook hieruit blijkt de gedachte die al vanaf de oprichting in 1967 het familiebedrijf kenmerkt: doen waar je goed in bent en dat heel goed doen.

Tekst Emil Peeters

Joost Krowinkel: “Waar de klant voor komt, proberen we te overtreffen. Wat veel bedrijven niet of niet meer doen, doen wij juist wel. Als een klant bijvoorbeeld een sportievere weglijging wil, praten we over banden, maar ik leg ook uit wat we kunnen bereiken met uitlijnen of verlagen. Als een klant zegt: ‘Ik heb twee nieuwe banden nodig’, dan kun je zeggen: ‘Ik heb wel een setje goedkope banden voor u’, maar als je even doorvraagt, blijkt pas wat een klant echt wil. Wil hij nog een jaar doorrijden met die auto, of moet hij door de apk omdat hij de auto wil verkopen? Wil hij er misschien op zondagochtend mee naar Duitsland om hem eens flink op zijn staart te trappen? Wij houden ook geen verkoopverhaal; we laten de klant inkopen. In gesprek met de klant proberen we erachter te komen wat het beste is voor de klant. Dat kan telefonisch, maar vaak blijkt dan dat het de moeite

loont om persoonlijk langs te komen. Dat praat wat makkelijker.”

KLANTEN

Joost Krowinkel: “Door alleen maar te doen waar we heel erg goed in zijn, praten mensen op verjaardagen ook positief over ons. We vragen daar niet eens de hoofdprijs voor, maar een marktconforme prijs. Mensen met een bijzondere auto snappen dat ook. Door onze klanten totaal te ontzorgen, binden we klanten aan ons bedrijf. Bij een bandenwissel kijken we meteen even onder de auto. We slaan de banden voor ze op, controleren ze en geven advies. Als klanten tevreden zijn, gaan ze ook niet zo snel naar een ander.”

Mireille van Gent: “Juist door uit te dragen hoe belangrijk banden zijn voor de auto, proberen we mensen enthousiast te maken om aandacht te besteden aan banden. Daarbij proberen we het bezoek aan ons bedrijf voor

de klant zo plezierig mogelijk te maken. Wat we willen is zo veel mogelijk contact, zodat we over zoveel mogelijk data beschikken over de banden van onze klanten. Daar willen we, onder andere met social media, nog meer werk van maken.”

KLANTEN

Kees van Gent Banden-Wielen is een familiebedrijf dat in 1967 door de vader van de huidige mede-eigenaar Mireille van Gent is opgericht. Zij weet: “Mensen komen hier van oudsher. En doordat we zo’n goede naam hebben, komen ook hun kinderen weer hier. We monteren ook wel banden voor een auto die niet door de apk is gekomen, maar de meeste klanten komen wel met speciale wensen.”

Om klanten beter te informeren over de verschillende eigenschappen van verschillende banden is in Europa ooit het bandenlabel geïntroduceerd. Joost Krowinkel weet dat het de meeste klanten nog niet veel zegt. “Wat er bijvoorbeeld niet bij staat, zijn de gevolgen van bepaalde eigenschappen voor de levensduur. Sommige goedkopere banden zijn bijvoorbeeld heel goed gemaakte kopieën van premiumbanden, maar zijn veel zachter, waardoor ze sneller slijten. Dat verhaal vertellen we er graag bij. Klanten hebben ook steeds meer vragen. Dan



Kees van Gent Banden-wielen

Het bandenbedrijf van Kees van Gent in Wijchen wordt opgericht in 1967. In de loop der jaren komen dochter Mireille van Gent en Joost Krowinkel in het bedrijf werken. In 2005 gaan beiden ook elders aan het werk; Joost Krowinkel bij Bridgestone en Tyrenet, Mireille van Gent gaat minder werken in verband met de kinderen.

In 2015 bereikt oprichter Kees van Gent de pensioengerechtigde leeftijd en doet hij de zaak over aan zijn dochter en schoonzoon. Mireille van Gent: "Het waren lastige tijden in bandenland, maar uiteraard ben ik trots en dankbaar dat ik het familiebedrijf samen met mijn man mag voortzetten."

hebben ze bijvoorbeeld iets gehoord over fluisterbanden, of groene banden en komen ze hier navragen wat dat precies inhoudt. En mensen die hier komen voor die heel brede banden weten dat die in principe niet heel zuinig zijn. Het zijn de klanten voor de gewone gezinsauto's die nog het meest op het bandenlabel letten, bijvoorbeeld omdat ze bezorgd zijn om het milieu en dus een band willen hebben met weinig rolweerstand."

De elektrische auto brengt voor het bandenservicebedrijf veranderingen met zich mee. Joost Krowinkel: "Het zijn stille auto's, dus mensen willen daar een stille, slijtvaste band voor. Ze zijn vaak ook milieubewuster, tenminste de mensen die een kleine elektrische auto hebben. Mensen die milieubewust zijn, kopen geen Tesla. Die kopen liever helemaal geen auto en reizen bij voorkeur met het openbaar vervoer, of met de fiets."

BANDENHOTEL

Wat betreft investeringen is de afgelopen jaren het geld vooral in het bandenhotel gaan zitten. Mireille van Gent: "We houden natuurlijk wel al onze equipment up-to-date. Nu willen we graag een nieuwe bandenmonteermachine aanschaffen. We zijn nu aan het kijken hoe we de werkplaats daarvoor opnieuw moeten inrichten. Met

het bandenhotel hebben we echt belangrijke stappen gezet. Dankzij de invoering van scanners en barcodes zijn we in staat geweest met hetzelfde aantal mensen de hoeveelheid opgeslagen sets te laten groeien van tweeduizend tot bijna zeventuizend. Duizend daarvan zijn van onze eigen klanten, de rest slaan we op voor dealerbedrijven. Het is daardoor wel een heel ander bedrijf geworden."

'Hoe vaak we niet zien dat banden in de verkeerde rijrichting gemonteerd zijn. Het is geen moedwil, maar een gebrek aan kennis.'

De doorbraak van de vierseizoenband, zo'n vier jaar geleden, is geen bedreiging gebleken voor het bandenhotel. Joost Krowinkel: "We zijn alleen maar gegroeid. Voor sommige mensen is die vierseizoenband een uitkomst, maar er zijn ook mensen die het hebben geprobeerd en toch weer teruggegaan zijn naar zomer- en winterbanden. De vierseizoenband is niet de ideale band. Het is een compromis, dus maken we de klant duidelijk dat hij een goede afweging

Ook de Vaco is trots op een bedrijf als Kees van Gent en reikte het in 2018 de award uit voor Goed Werkgeverschap.



moet maken. Voor de een is het wisselen een bezwaar, de ander wil vooral een heel stille band en weer een ander rijdt ermee naar de wintersport... Daarbij heeft de ene vierseizoenband een lijnprofiel en de andere een V-profiel, wat weer gevolgen heeft voor het afrolgeluid."

De eigen voorraad is door de opkomst van de bandengroothandels vrij klein. "Concurreren op prijs kan bovendien bijna niet. Eenzelfde band is bij een ander bedrijf niet mooier, of beter. De prijs moet ook dezelfde zijn, want iedereen kan zo op internet zien wat een bepaalde band kost. Bovendien, er zijn ondertussen al zoveel verschillende merken en maten, die kun je als bandenservicebedrijf niet eens allemaal op voorraad hebben. Wij hebben het bandenspecialisme in huis. Daar proberen wij ons mee te onderscheiden. Daardoor komen zelfs dealerbedrijven naar ons toe om auto's te laten uitlijnen."

REPARATIE EN ONDERHOUD

Mireille van Gent: "We zijn een aantal jaren geleden ook gestopt met apk. Hier tegenover zit een apk-station. Die doet niets anders dan apk's. Als een auto afgekeurd wordt op banden, stuurt hij hem naar ons."

Toch is er omgekeerd de trend dat bandenspecialisten steeds meer onderhoud en reparatie naar zich toe trekken. Joost Krowinkel: "Je ziet dat inderdaad bij de bandenketens, maar individueel is het per bedrijf heel verschillend hoe daarmee omgegaan wordt. Sommige bedrijven moesten daarvoor ineens flink gaan investeren in apk-bruggen, een apk-monteur en meer.



Joost Krowinkel in gesprek met een wel heel bijzondere klant: Kees van der Grint, bandenexpert van zeventvoudig Formule 1-winnaar Michael Schumacher.



Het is Joost Krowinkels uitdrukkelijke wens om alle bandenetiketten netjes onder elkaar te hebben, zodat in één oogopslag duidelijk is wat er ligt.



Dat was niet voor ieder bedrijf weggelegd. Bovendien verlies je, door alles te gaan doen, de specialistische kennis op bandengebied. Je krijgt een heel ander type medewerker in het bedrijf.”

PERSONEEL

Investeren in equipment is investeren in personeel. Dat blijkt wel uit het feit dat een mooi bedrijf als Kees van Gent weinig problemen heeft om aan goede monteurs te komen. Ze krijgen bij Kees van Gent dan ook volop kansen om door te groeien. Daarbij worden ze zowel intern als extern via trainingen geregeld bijgespijkerd.

Mireille van Gent: “Iemand komt van school met een diploma autotechniek, maar van banden weet hij dan nog niet veel. Het is echt een specialisme, waar veel specifieke kennis bij komt kijken.”

Joost Krowinkel: “Wat wij doen is feitelijk ondersteltechniek: uitlijnen, verlagen, banden, velgen. Dat alles, in combinatie met het bandenhotel, exclusief voor personenwagenbanden, bepaalt ons specialisme. Omdat wij dat alleen maar doen, wordt ons die business ook vaak gegund door andere bedrijven, die vertrouwen op onze specialistische kennis. Het is ook geen kwestie van met een rubberen hamer die band eraf rammern. Wij leren onze monteurs met gevoel monteren, insmeren en het overtollige bandenvet met een todje weghalen. Uitlijnen ook, dat leren ze wel op school, maar niet hoe je dat met gevoel doet.”

Mireille van Gent: “Alles wat je doet, moet je met passie doen, zo goed mogelijk. En als je iets niet meer leuk vindt, moet je ermee

stoppen. We willen ook uitdragen dat het fijn is om hier te werken.” Omdat alle monteurs ook direct contact met klanten onderhouden, worden ze ook daarin begeleid. Joost Krowinkel: “Dat betekent onder andere een klant in de werkplaats erop wijzen: ‘Kijk uit waar u staat’, dat hij niet over een snoer of een slang kan struikelen. En natuurlijk leren we onze monteurs dat ze op zijn tijd moeten kunnen zeggen dat ze weer aan het werk moeten. We praten graag met onze klanten, maar het werk moet wel gedaan worden.”

BRIDGESTONE PREFERRED SUPPLIER

En dan is er nog het fantastische verhaal van het label Bridgestone Preferred Supplier. Joost Krowinkel: “Ja, daar hebben we wel heel veel reacties op gekregen. Bridgestone zocht eigenlijk naar enkele geselecteerde bedrijven waar ze mensen naartoe konden sturen met wat exclusievere auto's die ze de juiste Bridgestones zouden kunnen verkopen. Vaak stuurden ze zo iemand naar een bandenservicebedrijf die er een heel ander merk op zette. Toen heb ik Bridgestone Preferred Supplier bedacht. Met mijn achtergrond bij Bridgestone ben ik ook bereid om helemaal voor dat merk te gaan. De filosofie van het merk is ook: we maken een superieur product en dan komt de rest vanzelf. Natuurlijk, als iemand Michelin wil, krijgt hij Michelin. Maar als iemand om advies vraagt en ik heb geschikte Bridgestone banden staan, dan krijgt hij Bridgestone. Nou goed, dat concept bleek toch niet zo makkelijk uit te zetten, dus zijn wij nog steeds de enige Bridgestone Preferred Supplier ter wereld.” <

Cijfers en algemeenheden

Aantal doorgangen per jaar

4100

Aantal bruggen werkplaats

4

Aantal monteurs

4

Gemiddeld aantal trainingsuren per monteur

8

Gemiddeld uurtarief

65,00 euro excl. btw

Capaciteit bandenhotel

7500

Verkoop aantal banden

6600

Werkplaatsformule

Eigen formule

Aantal leenauto's

2