



Winnaar VMRG klantgerichtheidsprijs 2010:  
Anita de Groot van De Groot & Visser uit Gorinchem



Winnaar Anita De Groot van De Groot & Visser uit Gorinchem  
Runner up Jos Casparie van Van Dool Geveltechniek, De Lier  
Derde prijswinnaar Fred Mak van Solarlux, Nijverdal

# De Groot & Visser wint VMRG-klantgerichtheidsprijs 2010

**TEKST:** Bart van Luijk,  
DOOR Training  
& Coaching

De Groot & Visser (Gorinchem) mag zich een jaar lang 'meest klantgerichte bedrijf van de gevelbranche' noemen. Om de focus op klantgerichtheid onder de VMRG-leden te stimuleren, reikte de VMRG dit jaar voor het eerst de 'Klantgerichtheidsprijs voor de gevelbranche' uit. Alle tweehonderd bij de VMRG aangesloten bedrijven dongen mee. Afgelopen half jaar is elk VMRG-bedrijf doorgemeten op klantgerichtheid. Daarvoor is elk bedrijf anoniem door een 'klant' benaderd via telefoon, e-mail en de website. Er is gekeken naar reactiesnelheid, hoe gastvrij een klant onthaald werd of initiatief werd overgenomen en welke kwaliteit de organisatie bood in de contacten met de klant. Na elke ronde mocht slechts de helft van alle bedrijven door. De laatste 25 bedrijven namen deel aan een E-assessment. Daarbij is de concrete ervaring van de klant vergeleken met hoe de bedrijven zelf hun klantgerichtheid inschatten. De bedrijven werden zo een spiegel voorgehouden. Bij de laatste meting nodigde het bedrijf tien klanten uit om zich te laten beoordelen op goede punten en punten waar het voor de klant beter zou kunnen, waarna de persoonlijke resultaten teruggekoppeld zijn. In de allerlaatste ronde bezocht de jury de beste elf bedrijven. Het interview en de rondleiding ter plekke overtuigden de jury ervan dat de juiste top 11 was gekozen.

## De weg naar succes

Om tot het meest klantgerichte bedrijf in de gevelbranche te worden gekozen, werd een lange weg afgelegd.

### 1. Telefoonmeting

Viermaal zijn alle VMRG-leden op verschillende tijdstippen gebeld door een anonieme klant. Belangrijk bij de telefoon is de snelheid van opnemen. Te veel bedrijven nemen pas na zes- tot zevenmaal overgaan op. Wat dan volgt, is de begroeting. Eerst een welkomstgreet 'goedemorgen', vervolgens het noemen van de firmanaam en als laatste





De 11 finalisten bij elkaar

actie stelt degene die opneemt zich persoonlijk voor. In de consumenten-sector is dit laatste minder aan de orde, maar in de gevelbranche waar persoonlijk contact belangrijk is, moet degene die opneemt de eigen naam noemen. 'Goedemorgen met de Groot & Visser, met Anita, wat kan ik voor u doen?' Niet alleen legt u zo voor de klant de rode loper uit, u neemt ook gelijk het initiatief.

## 2. Website

Bedrijven investeren veel tijd en geld in de website. Technisch en inhoudelijk moet alles kloppen. Beleidsplannen van veel gevelbedrijven reppen over oplossingen aan klanten bieden. Geen producten verkopen maar 'oplossingen'. De jury lette vooral op dit laatste fenomeen. Technisch klopt het allemaal, maar er worden nauwelijks antwoorden gegeven op de vragen die leven bij klanten: Hoe kom ik aan een gevel die passanten aanspreekt en duurzaam is?; Hoe bespaar ik energie en bereik ik een maximum aan comfort om in te werken?; Welke gevel zorgt voor het meeste licht, lucht en leven in mijn gebouw?; Hoe de gevel te renoveren zonder dat de bewoners een jaar elders moeten wonen? Het antwoord op deze wezenlijke klantvragen wordt meestal alleen ver weggestopt op de site haast schoorvoetend beantwoord.

## 3. E-mail

Stuur een email naar een 'info-adres' en bij vijf van de tien bedrijven wacht u twee dagen op een antwoord. Twee op de tien bedrijven antwoorden zelfs helemaal niet.

Traag of helemaal niet reageren op een e-mailbericht komt overeen met de telefoon niet opnemen. De norm ligt op 'reageren binnen een uur'. De bedrijven die een email beantwoorden, doen er goed aan zo te communiceren alsof de email een normale brief is. De gewone zakelijke correspondentie-normen gelden;

- een persoonlijke aanhef
- direct de aandacht trekken
- communiceren in de tweede-persoonsvorm: u in plaats van wij
- geen stijl- of schrijffouten
- eindigen met een actief slot waarin om actie wordt gevraagd.

## 4. De rondleiding

Weinig bedrijven blijken te zijn voorbereid op een rondleiding. Zelfs de bedrijven met een showroom weten geen goede rondleiding te geven. Een goede rondleiding is een tweegesprek waarbij de 'gids' nauwlettend de (non verbale) communicatie van de gast volgt. Door op de signalen van de gast te reageren wordt informatie verkregen, die belangrijk is voor het vervolgesprek. 'Technisch leeglopen' is over het algemeen het devies.

## VMRG Klantgerichtheidsprijs 2011

September 2011 wordt de tweede VMRG-klantgerichtheidsprijs uitgereikt tijdens de VMRG Marktdag. In maart starten daarvoor de eerste metingen weer. Zorg dat u vanaf vandaag 100% scherp bent aan de telefoon, op het web, in uw correspondentie, langs de weg en in uw commerciële uitingen. Klantgerichtheid hoort in uw genen te zitten.

## VMRG-VOORZITTER BENOEMD TOT TOEKOMSTIG FAECF-VOORZITTER

De Management Council van de FAECF (Europese federatie van gevelbouwers) benoemde in de laatste vergadering te Stockholm Nico Kremers (huidig voorzitter van de VMRG, directeur-eigenaar Kremers Aluminium BV en Alvema Gevels BV Tilburg) tot vicevoorzitter van FAECF. In 2012 zal Kremers automatisch de huidige FAECF-voorzitter George M. Mylonakis opvolgen om voor een periode van maximaal 6 jaar het FAECF-presidium te leiden.

## REORGANISATIE FAECF

Nederland versterkt hiermee zijn internationale invloed op het gebied van de gevelbouw. Immers, het General Secretariat van de FAECF is sinds 2008 in handen van de VMRG waar Bert Lieverse de functie van General Secretary vervult. De FAECF is onlangs gereorganiseerd en kent nu werkgebieden die onder de verantwoordelijkheid van verschillende nationaliteiten vallen. Zo vallen Policy, Information & Communication en Research & Development & Education onder Nederland. Daarnaast kent FAECF Sustainability waarvoor Frankrijk verantwoordelijk is. Energy is in Engelse handen en Oostenrijk zorgt voor Standardization. Duitsland coördineert technische zaken in de rol van technisch secretariaat. Uiteraard nemen vertegenwoordigers van de andere 15 landen deel in de verschillende werkgroepen. FAECF zet de gevelbouw Europees op de kaart met een aanpak op elk van deze gebieden.

## INDUSTRIËLE AANPAK

Nico Kremers vertegenwoordigt vanuit zijn rol als ondernemer enkele tienduizenden Europese ondernemingen. Hij zal de nogal bureaucratie krachten in Europa op dezelfde actieve en energieke manier tegemoet treden, zoals hij dit altijd al vanuit de VMRG voor de gevelbouw in Nederland heeft gedaan. FAECF ontwikkelt plannen voor gecoördineerde research, voor Europese opleidingen, voor een Europees gevelbouw magazine en een Europa-brede aanpak van Duurzaamheid en Energie. Het is duidelijk dat de gevelindustrie in heel Europa de katalysator wil zijn van topprestaties in de bouwsector. Vooral de gevel, de schil van een gebouw, is het meest geëigende middel hiervoor. Zeker ook omdat de gevel een industriële aanpak kent.



## MEER INFORMATIE?

Bert Lieverse. Nieuwegein  
Telefoon 030 6053644  
Website [www.vmr.nl](http://www.vmr.nl)