

Door Charles Hasselman

Plezier in samenwerken bij Alklima

Alklima in Alblasterdam vertegenwoordigt in Nederland sinds 1994 de systemen van Mitsubishi Electric Cooling & Heating. Gestart als nieuweling is Alklima nu een van de grote spelers. Algemeen directeur Arjen de Jong was er van het begin af aan bij. "Het gaat er in het leven niet om hoeveel airco's ik heb verkocht."



Het is dinsdag. Cursusdag bij Alklima. Dat betekent een overvloed aan busjes van installatiebedrijven op het parkeerterrein van de importeur van Mitsubishi Electric klimaatapparatuur aan de Van Hennaertweg in Alblasterdam. Algemeen directeur Arjen de Jong heeft het welkomstruieel erop aangepast: in plaats van het gebruikelijke ‘kon je het een beetje vinden?’, vraagt hij zich opgewekt af of de auto nog ergens tussengewurmd kon worden. “We hebben jaarlijks circa duizend monteurs over de vloer voor opleiding en bijscholing.” Dat zegt meteen al iets over de manier waarop Alklima het merk Mitsubishi Electric Cooling & Heating vertegenwoordigt. Want hoewel Alklima klimaatapparatuur levert die wereldwijd meedraait in de top, zijn technische innovaties, de breedte van het assortiment en de kwaliteit van de apparatuur voor De Jong meer een gegeven dan iets om uitvoerig bij stil te staan. Hij heeft het liever over ‘de mens achter de machine’.

Hoogwaardig produceren

De Jong: “Natuurlijk is de kracht van Alklima dat we een kwalitatief hoogwaardig product leveren. We hebben het meest uitgebreide programma op DX-gebied. Mitsubishi Electric komt bijna altijd als eerste met nieuwe ontwikkelingen. Dat is één kant van het verhaal. De andere kant is dat we echt ervan uitgaan dat de klant koning is. Ik weet het, dat zeggen mijn concurrenten ook. Maar ik merk dat klantvriendelijkheid vooral met de mond wordt beleden. In werkelijkheid is klantvriendelijkheid vaak ver te zoeken. Dat zie ik overigens in de hele maatschappij terug. We investeren heel bewust in de binding met de klant, in ons geval zijn dat installateurs en installatieadviseurs. Vandaar dat we ook zoveel aan opleiding, training en advies doen. En de mensen weten ons intussen ook goed te vinden. Zo zijn we laatst gevraagd het hoofdstuk warmtepompen voor een lesboek te schrijven. We worden ook regelmatig uitgenodigd voor een lezing of een bijdrage in een tijdschrift.”

Betrokkenheid

De Jong gelooft oprecht in echte betrokkenheid met de installateurs. “Ik hamer er nog elke dag op. Ik zit er bovenop.



De Jong: “Natuurlijk is de kracht van Alklima dat we een kwalitatief hoogwaardig product leveren.”

Nog steeds, na al die jaren. Als de klant vraagt om terug te bellen, dan wordt hij ook teruggebeld. Het maakt niet uit hoeveel andere dingen een medewerker aan zijn hoofd heeft. Laatst kwam hier een startende zzp'er langs die per se met Mitsubishi Electric in zee wilde. Waarom?, vroeg ik hem. Hij zei: Toen ik nog bij een baas werkte, kreeg ik bij jullie altijd direct vakkundig antwoord op mijn vraag. Hoe gemakkelijk kun je het maken? denk ik dan.”

Verder pratend over klantvriendelijkheid vertelt De Jong dat Alklima zich onderscheidt met een kundige technische dienst. “Alle onderdelen die voor uitval zouden kunnen zorgen, houden we tenminste elf jaar op voorraad. Onze technische dienst stelt systemen in bedrijf en lost storingen op. Dat doen we kosteloos. Er is een link met opleiden en trainen. Als je iemand goed opleidt en traint, hoef je zelf minder storingen te verhelpen.”

Voor het oplossen van een storing stuurt Alklima geen rekening. De Jong: “Veel van

mijn collega's doen dat wel. Ik redeneer: dat factuurtje van een paar honderd euro krijgt de installateur ook niet betaald van zijn klant. Dus gaan we niet moeilijk doen, zelfs niet als een installatie in storing gaat door een installatiefout. Iedereen heeft de mond vol van het modewoord partnership. Ik vind een vette factuur sturen voor het oplossen van een klein probleem niet echt partnership. Het probleem oplossen, en daardoor een goede band in stand houden, daar heb je uiteindelijk veel meer aan. Wij hebben liever een vervolgorde van 20.000 euro.”

Geen servicedienst

Het gevaar is wel dat installateurs die hun zaken niet voor elkaar hebben, te zwaar op Alklima leunen, onderkent De Jong. “We zijn geen servicedienst. Als een installateur zijn service niet goed heeft geregeld, en denkt, nou ja, dan bellen we Alklima wel, dan is dat natuurlijk niet de bedoeling. Een probleem lossen we samen met de installateur op. We gaan ervan uit dat

de installateur er ook wat van leert en het de volgende keer zelf kan.”

“Duidelijkheid vind ik superbelangrijk. Wij zijn groot geworden door zuiver te zijn. De deal gaat altijd via de installateur. We vormen nergens een bedreiging voor onze klanten. Bij ons kun je bijvoorbeeld geen servicecontract afsluiten. We doen ook alleen maar zaken met bedrijven die F gas-gecertificeerde mensen in dienst hebben.”

Alklima heeft een aantal mensen in de verkoopbuitendienst dat zich alleen bezighoudt met het bezoeken van advies-

bureaus. “Zeg maar de adviseur van de adviseur. Ze zorgen ervoor dat Alklima met Mitsubishi Electric in de bestekken komt te staan. Ze wijzen klanten op nieuwe technische en tegenwoordig vooral duurzame mogelijkheden. Een interessante ontwikkeling is het gebruik van restwarmte, niet alleen van ventilatie maar ook van koudemiddelen. Wij hebben een groot marktaandeel in heat-recovery-systemen.” “Een mooi project hebben we onlangs gerealiseerd in winkelcentrum The Wall in Utrecht, langs de A2 naar Amsterdam. Daar hebben we klimaatsystemen geleverd

met luchtgordijnen die werken op restwarmte van de koeling. Dat levert een substantiële besparing op de energierekening op. Het restwarmteluchtgordijn wordt een trend, zo verwachten wij. In deze branche ben je nooit lang alleen met een noviteit.” De Jong heeft zijn werkterrein de afgelopen zestien jaar zien uitgroeien van een markt van ‘splitjes’ naar een markt van ‘totaalconcepten voor binnenklimaatoplossingen’. Het begrip duurzaam speelt daarbij steeds nadrukkelijker een sleutelrol. “Mitsubishi Electric heeft het begrip airco al uit haar naam geschrapt. Het is nu Cooling and Heating. Een volgende naamsverandering staat al op stapel: het wordt environment systems.”

“We verwachten in de particuliere markt veel van de lucht/water-warmtepomp, waarmee je kunt koelen, verwarmen, ventileren en warmwater maken. Wij hebben er een aparte divisie voor opgericht, Mitsubishi Electric Durable Energy. We merken aan alles dat de vraag naar duurzame, hoogwaardige oplossingen aanhoudt. Ondanks de crisis in de bouw hebben we afgelopen jaar dezelfde omzet gerealiseerd als in 2008. Kennelijk kiest men juist in crisistijd voor kwaliteit. Ik verwacht dat duurzame producten de economie uit het slop gaan trekken. Het is nu de tijd om je organisatie daarop in te richten. Dan kun je straks weer lekker groeien.”



De Jong: “Duidelijkheid vind ik superbelangrijk. Wij zijn groot geworden door zuiver te zijn.”

Leuk en succes gaan hand in hand

Alklima is in 1994 gestart met de import van Mitsubishi Electric. In die tijd was het Japanse merk in de hele wereld al een grote speler. Maar in Nederland was amper afzet. Intussen is Alklima is uitgegroeid tot één van de grote leveranciers van klimaatapparatuur in ons land. Het heeft circa 40 mensen in dienst.

De Jong: “Als ik mijn concurrenten moet geloven zijn we marktleider. Begrijp me goed, dat heb ik nooit geroepen, dat zeggen anderen. Het zegt mij niet zoveel. Ik heb zelf als uitgangspunt dat als je iets doet, je het goed moet doen. Ik vind het veel leuker om de beste te zijn. Als je de beste bent, word je vanzelf de grootste. Dat is kennelijk gebeurd.”

“Nogmaals, of we echt de grootste zijn, weet ik niet. Ik weet wel dat we door de jaren heen een sprankelend, leuk en enthousiast bedrijf zijn gebleven. Het is hier altijd een combinatie geweest van hard werken en een leuke sfeer. Als ik dood ga, is het niet zo belangrijk hoeveel airco's ik in mijn leven heb verkocht. Wel dat ik en de mensen om me heen een leuk leven hebben gehad. Ik

werk graag met enthousiaste mensen.”

“Ik ben er trots op dat ik het enthousiaste sfeertje dat in dit bedrijf heerst, zestien jaar overeind heb kunnen houden. Ik heb iedere werknemer zelf aangenomen. Ik let erop hoe mensen in het leven staan. Ik vraag naar passies, wat ze in het weekend doen en wat ze nastreven in het leven. Nee, dat zijn geen vragen die je verwacht in een technische omgeving. Ik heb HTS gedaan, maar uit persoonlijkheidstesten blijkt dat ik in het profiel heb van een creatieve ondernemer. Dat vind ik alleen maar leuk.”

“Mijn taak is mensen op een plek neer te zetten waar ze passen en waar ze de dingen kunnen doen waar ze goed in zijn, zodat ze zich kunnen ontwikkelen. Leuk en succes gaan in mijn visie hand in hand. In een bedrijf dat succesvol is, is het ook leuk werken. We hebben amper verloop. Ook merken we weinig van de krapte aan vakmensen. Wij worden gebeld door mensen die hier willen werken. Heel bijzonder. Ik heb wel eens de indruk dat ze denken dat hier niet gewerkt hoeft te worden. Dat is natuurlijk onzin. Ik werk met een Japanse fabrikant.

En Japanners letten maar op een ding: marktaandeel. Die druk voelen we wel degelijk. Daarom ben ik er ook ze trots op dat we het goede sfeertje hebben kunnen handhaven. Zorg in ieder geval dat je het leuk hebt met elkaar. Dat straalt ook af op de klanten.”

Meer informatie

Alklima BV
Van Hennaertweg 29
Postbus 1176
3350 CD Papendrecht
T: 078 – 615 00 00
F: 078 – 641 41 02
E: info@alklima.nl
I: www.alklima.nl of www.mitsubishi-airco.nl