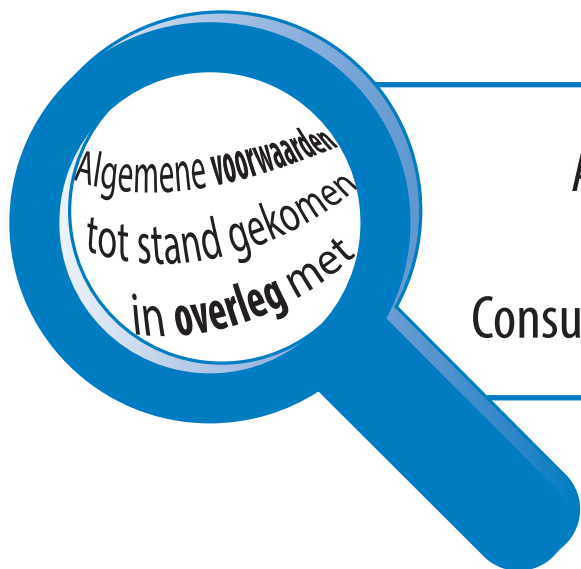


VLOK BRENGT KWALITEIT NAAR DE CONSUMENT



Algemene voorwaarden tot stand gekomen in overleg met Consumentenbond en Vereniging Eigen Huis

Overlegkader SER Coördinatiegroep Zelfreguleringoverleg

De VLOK is al sinds 1983 dé brancheorganisatie voor klussenbedrijven. Nu is de tijd rijp de consument te laten weten wat van een goed klussenbedrijf mag worden verwacht.

De eerste 15 jaar van haar bestaan heeft de VLOK gewerkt aan erkenning van het bijzondere karakter van het allround vakmanschap. Daarvóór werd het ambachtveld vooral bepaald door allerlei afzonderlijke beroepen. De tweede periode van 15 jaar stond in het teken van het borgen van kwaliteit door middel van goede algemene voorwaarden, onafhankelijke geschillenregeling en de unieke nakomingsgarantie. Bovendien heeft de VLOK het terrein van het klussenbedrijf in kaart gebracht via de door de overheid erkende beroepsopleidingen Servicemedewerker Gebouwen (MBO niveau 2) en Allround Ondernemer Klussenbedrijf (MBO Niveau 3) en via een tiental door de Stichting Bouwresearch (SBR) uitgebracht VerbouwVakwijzers.

Erkenning

De komende jaren zullen in het teken staan van communicatie. De VLOK zal nu aan de consument duidelijk maken wat de klant van een goed klussenbedrijf mag verwachten en waar de klant een goed klussenbedrijf kan vinden. Voor de leden heeft de VLOK een speciaal logo ontwikkeld, dat van de VLOK-

Erkend Klussenbedrijf. Voor het VLOK-lidmaatschap moet je namelijk wel iets doen. Je tekent ervoor, dat je de afspraken met jouw klant nakomt. De VLOK garandeert vervolgens naar de klant via de VLOK-Uitvoeringsvoorwaarden.

Consumentenorganisaties

Een logo is een belangrijk wapen in de dagelijkse slag om de gunst van de klant. Als een logo eenmaal goed bekend is doet het erg veel. Veel meer dan je zou denken.

Als jouw klant jouw logo weer eens op zijn netvlies krijgt, zal hij denken aan de mooie klus die je voor hem (of haar) hebt gedaan. Bovendien zal de klant onwillekeurig zichzelf afvragen: is alles op orde? Wanneer je de klant advies hebt gegeven over hoe hij nog meer woongenot of besparingen op woonlasten

kan bereiken, zal dat hem weer even bezig houden. Heeft hij geen geld voor een nieuwe opdracht dan houdt het natuurlijk (nog) op. Maar heeft de klant wat financiële armsgslag, dan staat hij toch weer voor een keuze. Een keuze die goed voor je kan uitpakken. Vertrouwen en zekerheid zijn van extra invloed op de keuze van de klant. Dit heeft geleid tot de opkomst van keurmerken. Inmiddels zijn consumentenorganisaties zich ermee gaan bemoeien. De Consumentenbond en Vereniging Eigen Huis hebben een nieuw logo ontwikkeld. Een logo, dat de klant wijst op bedrijven die tweezijdige algemene voorwaarden hanteren. Tweezijdig houdt in, dat zij door het bedrijfsleven zijn opgesteld en door de consumentenorganisaties zijn goedgekeurd. Voorwaarden waarmee de klant met een bedrijf eerlijke en klantvriendelijke afspraken maakt. VLOK-erkende klussenbedrijven doen dat!

