

Workshops Rabobank

Herkenbaar! Dat was de korte en duidelijke reactie van de deelnemers aan de eerste workshop "Crisis en Kansen" bij de Rabobank te Rotterdam.



Met gevoel voor de praktische kant van het klusenvak gaven VLOK-bestuurslid Ed Stolwerk en commercieel manager Mark Seveke van de VLOK allerhande tips om in deze economische mindere tijden problemen voor te zijn.

Op de vraag hoe het met iedereen gaat wat het algemeen geantwoord: oh, wel goed. Er is voldoende werk, maar het is wel wat minder geworden en de klussen zijn kleiner. De meeste bedrijven hebben een werkvoorraad van twee tot drie weken, enkele van zes tot acht weken en één van de aanwezigen geeft aan voor de komende anderhalf jaar vol te zitten.

Belangrijk is om jezelf te laten zien. Nou, dacht iedereen, dat doen we toch! En vol trots leverde eenieder zijn visitekaartje in bij Mark Seveke. Deze wees de aanwezigen direct op de eerste gemiste kans: bij acht van de tien visitekaartjes was de achterkant leeg! Waarop Ed vroeg: waarom een visitekaartje? Waarom geef je jouw klant niet een notitieblokje? Dat is altijd gemakkelijk bij de telefoon en wordt niet opgeborgen of weggegooid!

Maar je moet ook laten zien wie je bent. Ben je specialist of ben je generalist, en beschik je wellicht over een netwerk van collega's met bepaalde specialismen? De stappen die de klussenondernemers nemen om zich te laten zien zijn:

- elke week een mailing (20 brieven naar makelaars, e.d.)

- eigen website
- advertenties en artikelen in lokale krant
- bij woningbouwvereniging naar binnen stappen
- spandoek en bouwbord op de bouwplaats
- advertenties op de televisie in de bibliotheek (doelgroep huisvrouwen)
- flyers in de brievenbus bij particulieren
- advertentie in deelgemeentegids (voor nieuwe bewoners)
- telefoonnummer op de klussenbus werkt ook goed!

Op de vraag hoe je aan werk komt rolt de 'mond-tot-mond'-reclame er als eerste uit, gevolgd door 'een gesprek met de klant' (bijvoorbeeld door bestaande klanten na te belten) en flyers. En de VLOK heeft voor haar leden speciale consumenten-flyers!

Het slagingspercentage bij uitgebracht offertes ligt lager dan enige tijd geleden, maar is nog steeds behoorlijk hoog. Ging vroeger 80 tot 90 procent van de offertes door, nu ligt het percentage tussen de 50 en 70 procent.

Ook het bedanken van bestaande klanten levert enkele leuke ideeën op: koffiemokken met bedrukking of een kerstpakket. Het voordeel van het nog even langs rijden is dat de mensen (en ook de burens) weer even je bus zien staan.

Ed Stolwerk stond in de workshop stil bij het begrip "service". Let op

dat jouw uitstraling goed past bij het gevoel dat de klant heeft. Denk hierover na voordat je naar een klant gaat. Kleed je om, als het kan. Doe je werkschoenen uit voor de deur. Stel je netjes voor en geef je visitekaartje (of notitieboekje) af. Service is vooral doen wat je moet doen, wat je hebt afgesproken.

En weer terug naar de centrale vraag: wie ben je? Ben je een verwerker (u vraagt, wij draaien) of ben je een adviseur? Zomaar een voorbeeld: een klant wil een dakraam laten aanbrengen. Doe dan even een stapje terug en vraag de klant waarvoor hij de zolder wil gebruiken. Wijs hem op bouwregelgeving en houdt hem alternatieven voor. Uiteindelijk levert dat in de meeste gevallen meer werk op dan wanneer je alleen

het dakraam zou plaatsen. Dan blijkt bijvoorbeeld dat er ook nog nieuwe leidingen moeten worden gelegd en kasten afgetimmerd.

Ook tijdens de klus moet je scherp blijven: laat de klant niet in de rommel zitten omdat je de volgende dag weer snel wilt beginnen, maar ruim je spullen op aan het eind van de werkdag.

En aan het eind van de klus leg je de basis voor een nieuwe klus. Plaats een sticker in de meterkast of in het gootsteenkastje. Geef de klant een map met foto's van hoe het was en hoe het is geworden, met nuttige gegevens (zoals kleurcodes en onderdelenspecificaties) en met garantiebewijzen en een onderhoudsschema. Keukenkastjes stel je na drie weken even na. ■

Doe mee met de gebruikerstest BouwVakWijzer Online!

Kennisplatform voor de bouw SBR, komt na de zomer met een handige website waarop oplossingen voor de tien meest voorkomende klussen worden geboden. Door hiervan gebruik te maken, kun je je professioneel profileren en onderscheiden ten opzichte van collega's bij (particuliere) opdrachtgevers. Ook voldoet je werk aan het Bouwbesluit. Aan kennis heb je alleen iets als deze ook echt wordt gebruikt in de praktijk. Dat is het motto van SBR. We vinden het dus belangrijk om vooraf grondig te testen of de website naar wens is. Daarom zijn we op zoek naar proefpersonen voor onze gebruikerstest, die in mei plaats zal vinden. Geïnteresseerd om mee te doen? Mis deze kans niet en geef je op bij SBR, Tiffany Fuhler, t.fuhler@sbr.nl en zij neemt contact met je op. Jouw mening is goud waard. Om dat te onderstrepen ontvangt elke proefpersoon van SBR een presentje.

Bang voor de bank?

De bank kan ook in deze tijden veel voor een ondernemer betekenen. Dat bleek uit het verhaal van gastheer Karim El-Khetabi, manager Bedrijven Advies van Rabobank Rotterdam en Sander Kuijpers, sectormanager Bouw en Vastgoed van Rabobank Nederland. De ondernemer hoeft volgens hen niet bang te zijn dat hij verstrikt raakt in allerlei regeltjes en voorwaarden, om vervolgens te horen dat zijn verzoek wordt afgewezen. Hij moet vanzelfsprekend wel laten zien dat hij een echte ondernemer is. Dat blijkt met name uit de ondernemingsvisie ofwel – zonder vrouwelijke ondernemers te kort te willen doen – : 'Man en Plan'. Inhakend op de woorden van Mark Seveke: zorg dat je in tien zinnen duidelijk kunt maken wat je doet, waar je heen wilt en wat jouw meerwaarde is. Vertel het en straal het uit!

Een echte ondernemer zal ook onderkennen, dat banken niet te soepel kunnen zijn met het verstrekken van geld. Tenslotte lag daarin mede de oorzaak van de huidige crisis. Elk verzoek om krediet wordt dus goed geanalyseerd, maar altijd op heldere basis. Punten die je – met steun van je boekhouder – in beeld moet brengen, zijn zaken als recente cijfers en een liquiditeitsscenario. Daarnaast wordt gekeken naar je inzicht in de gevolgen van de crisis voor jouw bedrijf, de maatregelen die je hebt genomen of wilt nemen en je toekomstscenario, kortom je visie en je concrete plannen.

De sprekers van de Rabobank gaven ook te kennen, dat zij zien dat de bouw en ook het bouwambacht van het klussenbedrijf kansen heeft. Zaken als Duurzaam

Bouwen en marktgericht aanbod voor bijvoorbeeld senioren, bieden de komende jaren volop werk. De ondernemers die als eersten dat werk oppakken, zijn degenen die deze tijden doorkomen. En – zo wenste onze gastheer eenieder het beste toe – zoek het onderscheid niet zozeer in wat je doet, maar in hoe je het doet. Let vooral op de details en zorg voor een goede service achteraf: laat na een paar dagen even van je horen: is alles nog naar wens? ■

VLOK Uitvoeringsvoorwaarden 2010

Begin dit jaar zijn er weer onderhandelingen gevoerd met de Consumentenbond en Vereniging Eigen Huis over de VLOK-Uitvoeringsvoorwaarden. Beide partijen bleken over de algehele opzet van de huidige voorwaarden tevreden. Daarom is het aantal voorgestelde aanpassingen beperkt gebleven. Tijdens de regiobijeenkomsten, die van 29 april tot en met 31 mei gepland zijn (zie de agenda op www.vlok.nl) vraagt het bestuur de VLOK-leden om een akkoord om de nieuwe voorwaarden per 1 juni 2010 in werking te laten treden. Voorgestelde aanpassingen:

Artikel 2
'alle prijsaanbiedingen' vervangen door 'elk aanbod'

Artikel 4.6
Waarin staat dat de klussenondernemer een verzekeringsdekking moet hebben tegen de risico's van bedrijfsaansprakelijkheid tot een bedrag van 1,25 miljoen euro. Deze bepaling

Kom naar VLOK in de Regio

Dit voorjaar wil de VLOK zoveel mogelijk leden proberen te bereiken om hun mening te peilen over een aantal zaken. Belangrijkste punten zijn: het voorstel voor de collectieve VLOK-Rechtsbijstandverzekering Consumenten-zaken (zie hierna) en de nieuwe VLOK-Uitvoeringsvoorwaarden 2010 (zie hierna). De bijeenkomsten vinden plaats op:

• 26 april 2010	Waalwijk	Sealskin
• 3 mei 2010	Vianen	Faay
• 10 mei 2010	Heerenveen	PontMeyer
• 25 mei 2010	Deventer	PontMeyer
• 31 mei 2010	Amersfoort of Amsterdam	PontMeyer

Voor meer informatie, zie www.vlok.nl

komt te vervallen, omdat de beperking geen beperking van de aansprakelijkheid als zodanig inhoudt en verder geen betekenis heeft, omdat de VLOK-AVB al voorziet in een dekking tot 2,5 miljoen euro.

Artikel 7
Aan artikel 7, lid 1. Wordt de volgende zin toegevoegd:
'Vervolgens zal zo spoedig mogelijk overleg plaatsvinden over wijziging dan wel aanvulling van de opdracht conform artikel 6.'

Van artikel 7, lid 3, wordt vastgesteld, dat die bepaling slechts wordt toegepast als het niet anders kan en dat deze in de risicosfeer van de consument ligt. Daarom wordt het woord 'redelijk' door 'noodzakelijk' vervangen. Ook wordt aan dit lid de volgende zinsnede toegevoegd: 'tenzij de schade aan de ondernemer valt toe te rekenen.'

Artikel 7, lid 4 heeft na de hiervoor aangebrachte wijzigingen geen bete-

kenis meer en komt dus te vervallen.

Artikel 10
Lid 1: na 'ofwel' wordt ingevoegd 'zo spoedig mogelijk'. Hiermee wordt verduidelijkt dat je een consument niet na een half jaar nog een rekening kan toesturen waarop voor hem allerlei onduidelijke zaken zijn opgenomen.

Artikel 13
De derde (laatste) zin van lid 1 wisselt van plaats met de daaropvolgende zin. Daarmee wordt de tekst van het artikel logischer. In de eerste zin wordt de volgorde van de zinsnede 'zullen kosteloos' omgedraaid naar 'kosteloos zullen'.

Als de leden met deze wijzigingen akkoord gaan, kunnen de nieuwe VLOK-Uitvoeringsvoorwaarden worden ingevoerd per 1 juni 2010. Met de consumentenorganisaties is verder afgesproken, dat deze in beginsel twee jaar geldig zijn. Daarna zal weer overleg plaatsvinden.

