

FORSE GROEI DANKZIJ KLANTENKENNIS EN GEZOND PERSONEELSBELEID

ACCENT INTERIEUR BELOONT PERSONEEL MET INCENTIVES

In 2002 startten de jonge Limburgers Kris Caubergs en Pascal Vermeulen het bedrijf Accent Interieur in Peer met drie man personeel. Vijf jaar later hebben ze naar eigen gevoel het plafond bereikt met 20 man personeel. Een van hun pijlers is immers om het hele decoratieproces van a tot z zelf op te volgen.

In dit artikel onderzoeken we hoe het bedrijf zo snel kon groeien. Het recept blijkt te bestaan uit drie factoren: de knowhow van de zaakvoerders, het gevoerde personeelsbeleid en respect voor de klant.

Door Franky Vantghem

GROEISTRATEGIE

Oprichting

De twee zaakvoerders, Kris Caubergs en Pascal Vermeulen, startten 5 jaar geleden Accent Interieur met 3 man personeel. De eerste was reeds elf jaar werfleider bij een ander schildersbedrijf en had dus de nodige technische knowhow en klantenkennis. De tweede komt uit de horecabranche en deed daar personeelsbeleid, -administratie en boekhouding. De twee kenden elkaar via het voetbal en ze wilden iets nieuws beginnen. Ze staken de koppen bij elkaar, besloten hun knowhow te bundelen en er samen voor te gaan.

Groei

In de eerste jaren kende Accent Interieur een krachtige groei door de specifieke aanpak van de zaakvoerders. Zo vonden ze het essentieel om de voornaamste

contacten met de klanten zelf te onderhouden, zonder tussenpersoon, om er zeker van te zijn dat er niks verkeerd zou lopen en alles zou worden uitgevoerd zoals met de klant afgesproken. Ook de werfopvolging, calculatie, administratie, boekhouding, het maken van de verf ... hebben ze tot nu toe altijd zelf gedaan. In het begin stonden ze zelfs mee op de werkvloer. Na één jaar tijd was er reeds 10 man personeel in dienst, een aantal dat in de loop van de volgende jaren aangroeide tot 20, het huidige aantal.

Huidige situatie

Vandaag hebben de ondernemende Limburgers het gevoel een soort natuurlijk plafond te hebben bereikt. Kris Caubergs: "We willen niet meer verder groeien, want we zitten nu aan het plafond van wat we zelf nog kunnen opvolgen. Groter worden



Inkomhal Theo Eyeware te Anwerpen, geschilderd in fluoverf

en de zaken uit handen geven aan werfleiders en bedienden willen we niet, want dat zou impliceren dat we steeds meer moeten groeien om het te kunnen volhouden. Dat kan, maar het is niet de bedoeling."

PERSONEELSBELEID

Jongeren

Bij Accent Interieur krijgen jonge werknemers de kans om het vak te leren en ook om verder door te groeien. Zo worden ze systematisch bij een oudere, vakbekwame schilder in de ploeg gezet, zodat ze de praktische kneepjes van het vak, details of andere zaken kunnen aanleren die tijdens hun opleiding op school minder aan bod kwamen. Hetzelfde geldt voor het sociale aspect. Ook daarin moeten ze meegroeien. Verder proberen de zaakvoerders de jonge mensen te motiveren, ze te doen inzien dat het belangrijk is om een inkomen te hebben als ze iets willen in het leven, en vooral ze te bewegen om hun job met plezier te doen, want dat ze het anders niet lang zullen volhouden. Zowel op kwalitatief als op sociaal niveau wordt er bijgestuurd indien nodig, maar lukt het op langere termijn niet, dan moet er worden opgetreden.

Teamindeling

Elk team bestaat uit een drie- à viertal mensen met verschillende vaardigheden, waarvan één iemand optreedt als ploegbaas. Pascal Vermeulen: "Die laatste is

iemand die kwalitatief uitstekend werk levert, die zich het werk aantrekt, die zaken kan regelen en ook goed en beleefd met de klanten kan omgaan. Met hem wordt de communicatie op de werf gevoerd. Dit is doorgaans de persoon met de langste staat van dienst. Daaronder is er een tweede man die eveneens zijn plan kan trekken en het indien nodig overneemt van de eerste enz. Zo vult het team elkaar aan. In het begin of als er nieuwe mensen bijkomen is het wel even puzzelen om te zien hoe de teams het best worden samengesteld."

KRIS CAUBERGH'S:

"WE WILLEN NIET MEER VERDER GROEIEN, WANT WE ZITTEN NU AAN HET PLAFOND VAN WAT WE ZELF NOG KUNNEN OPVOLGEN"

Aanpak geschillen

Daarnaast staan de jonge zaakvoerders van Accent Interieur er ook op dat er een goede sfeer en mentaliteit heerst binnen elke ploeg. Ook op dit vlak is het zoeken naar de best mogelijke combinatie binnen een team. Kris Caubergs:

"Doorgaans wordt aan dit aspect veel te weinig aandacht besteed in onze sector. Deze manier van werken kost weliswaar de nodige tijd, maar het loont, aangezien je op langere termijn het aantal conflicten minimaliseert. Als we merken dat er toch nog een geschil of sociaal conflict sluimert binnen een team, dan wordt dat meteen hier bij ons rond de tafel aangepakt en uitgepraat, nooit op de werf bij een klant. Er wordt gezocht naar een gepaste oplossing, bv. iemand veranderen van team, maar als dat na een paar keer proberen niet helpt, dan moeten we verdergaan. Je hebt nu eenmaal altijd mensen die meegroeien, die begrijpen

Kris Caubergs (links) en Pascal Vermeulen: "Bij Accent Interieur worden de werknemers meermaals per jaar verwend met een incentive"





Bij Accent Interieur krijgen jonge mensen de kans om het vak te leren en om verder door te groeien



In drukke periodes worden opdrachten in onderaanneming aan collega-schilders doorgegeven

waar je naartoe wil en andere die achterblijven, 'rotte appels' zeg maar. Al zijn ze nog zo'n goede vaklui, als ze blijven problemen veroorzaken moet je de anderen daartegen beschermen. Daarnaast verwachten we ook dat ons personeel eerlijk met ons blijft zoals wij met hen. Wij kunnen niet alles controleren, maar als we merken dat er zaken achter onze rug gebeuren die niet door de beugel kunnen, dan zijn de gevolgen voor hen. Maar al bij al hebben we hier zoals gezegd doorgaans heel weinig problemen mee, aangezien de teams op een gezonde manier in elkaar zitten."

Incentives

Bij Accent Interieur worden de werknemers meermaals per jaar verwend met een incentive. Dit kan zijn in de vorm van een etentje, een uitstapje naar de Ardennen, een kartingactiviteit enz. Het summum in dit kader was een weekendje Barcelona, volledig op kosten van het bedrijf.

Kris Cauberghe: "Als je dan na al die inspanningen die je hebt geleverd voor je personeel merkt

dat ze respect hebben voor wat je hebt opgebouwd en ze mee willen in hetgeen je voor ogen hebt, dan is wederzijds respect tonen een kleine moeite. Dankbaarheid moet altijd van twee kanten komen en het sociale is heel belangrijk. Dat wil niet zeggen dat je je op gelijke voet moet plaatsen met je personeel. Er moet, bv. voor het oog van sommige klanten, altijd een grens blijven tussen baas en werknemer, een zekere afstand." De heren zien die incentives ook als een vorm van motivatie. Pascal Vermeulen: "Het kost natuurlijk geld, maar als je je personeel eens extra belooft, dan kan je ook eens iets extra terugvragen. Dan willen ze dat graag voor je doen. En het gaat er bij die incentives niet om dat je bij manier van spreken in een vijfsterrenhotel zit. De sfeer moet je zelf maken. Het gaat erom dat je de mensen iets biedt dat hen zal bijblijven. Die keer in Barcelona bv. gingen we na aankomst met z'n allen iets drinken

PASCAL VERMEULEN:

**"HET KOST
NATUURLIJK GELD,
MAAR ALS JE JE
PERSONEEL EENS
EXTRA BELOOFT,
DAN KAN JE OOK
EENS IETS EXTRA
TERUGVRAGEN"**

in een gezellige bar. Één iemand die toevallig Spaans sprak nam het voortouw en knip, het was vertrokken. Die momenten vergeet je nooit meer. Er waren zelfs drie personen bij die nog nooit gevlogen hadden. Bij die gelegenheden leren de mensen je op een heel andere manier kennen en wij hen. Ook de samenhang onder elkaar wordt enorm versterkt."

SUCCEFACTOREN

Kennis van de klant

Volgens Accent Interieur is kennis van de klant onontbeerlijk om hem een bevredigend eindresultaat te kunnen garanderen, want de ene klant is uiteraard de andere niet. Wat vindt hij belangrijk? De prijs? De kleuren? De afwerking? De timing? Zo probeert Kris Cauberghe op de eerste dag van een nieuwe werf altijd mee te gaan om aan de werknemers exact uit te leggen hoe deze klant het wil. De klant heeft ook altijd gelijk. Als hij vindt dat er

iets mis is met het resultaat, ook al vind jij zelf van niet, dan nog moet je op zijn vraag ingaan en het probleem oplossen. Kris Cauberghe: "Los het op en hij komt terug."

Gekend zijn bij de klant

Naast kennis van de klant is gekend zijn bij de klant van even groot belang. Kris Cauberghe: "Zodra de kwaliteit die je levert en de prijs die je vraagt gekend zijn, dan kan je vergeraken. Als ze weten dat je op tijd begint, zodat je het project ook op tijd kan afronden, dan keren ze terug. Zo hebben we ooit een opdracht voor een winkel gedaan en zijn we intussen gekend bij enkele werfleiders en projectmanagers. Als je dan ketens hebt die 10 of 15 nieuwe vestigingen per jaar bouwen, dan komt het werk vanzelf. De eerste keer is het aan jou om ze te overtuigen, daarna komen ze zelf terug. Deze manier van werken heeft ertoe geleid dat we heel veel vaste klanten hebben, ook in de projectwereld. Het is dus niet altijd nodig om je collega's kapot te

De jonge zaakvoerders van Accent Interieur staan erop dat er een goede sfeer en mentaliteit heerst binnen elke ploeg



Een originele manier van publiciteit is deze airbrush van Project Roosendaelhof te Geel op een van de camionettes



concurreren om werk te hebben. Daar doen wij niet aan mee. Hoe vaak gebeurt het immers niet dat zo'n firma die het meest korting geeft achteraf toch extra moet rekenen voor allerlei onvoorziene onkosten of omstandigheden? Bij ons weet men vooraf wat men zal krijgen."

Samenwerken met conculega's

Accent Interieur heeft het hele jaar door werk. De pieken in de zomerperiode en rond oktober-november worden opgevangen door opdrachten in onderaanneming aan collega-schilders door te geven. Meestal zijn dit aparte opdrachten die door dat bedrijf zelfstandig afgewerkt worden voor die klant. Het gaat om reeds gekende collega's, maar ook om nieuwe bedrijven die de zaakvoerders leren kennen tijdens opleidingen, recepties enz. De zaakvoerders zien dit niet als concurrentie.

Pascal Vermeulen: "Deze manier

van werken levert beide partijen voordelen op. Wij zijn blij de klant te kunnen helpen op het moment dat hij het wil en wij het niet kunnen doen, die schilder is tevreden omdat hij op dat moment toch geen opdrachten had. Ook als de klant een vraag heeft waaraan wij niet kunnen aan voldoen, bv. zandstralen of industrieel schilderwerk, zijn we blij een collega te kunnen aanbieden die het wel doet. We doen dit eveneens met collega's buiten de schildersbranche, die we soms leren kennen op nieuwe werven, want vaak vraagt een klant of we geen elektricien of installateur kennen. Daarbij geldt zelfs het principe dat je altijd iets probeert terug te doen voor firma's die jou hebben geholpen, en omgekeerd. Het ene plezier is het andere waard, en door deze manier van 'netwerken' creëer je werk voor je bedrijf. Zo werken we hier enorm veel onder bedrijven in de streek." □

PASCAL VERMEULEN:
"ALS DE KLANT EEN VRAAG HEEFT WAAR WIJ NIET AAN KUNNEN VOLDOEN, ZIJN WE BLIJ EEN COLLEGA TE KUNNEN AANBIEDEN DIE HET WEL DOET"

probeert terug te doen voor firma's die jou hebben geholpen, en omgekeerd. Het ene plezier is het andere waard, en door deze manier van 'netwerken' creëer je werk voor je bedrijf. Zo werken we hier enorm veel onder bedrijven in de streek." □

HET BEDRIJF IN EEN NOTENDOP									
Naam	Accent Interieur								
Jaar van oprichting	2002								
Maatschappelijke zetel	Peer (Wijchmaal)								
Bedrijfsvorm	Bvba								
Zaakvoerders	Kris Cauberghe en Pascal Vermeulen								
Aantal personeelsleden	20								
Werkterrein	Zowel particulier als projectmarkt (winkels, kantoren, hotels ...), Belgisch grondgebied en sporadisch buitenland								
Activiteiten									
<table border="1"> <caption>Activiteiten</caption> <tr> <td>Schilderwerken (binnen en buiten)</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>Behangwerken</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Zachte vloerbekleding en laminaat</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Algemene afwerking (raamdecoratie, schrijnwerk, gipskartonwerken ...)</td> <td>5%</td> </tr> </table>		Schilderwerken (binnen en buiten)	65%	Behangwerken	15%	Zachte vloerbekleding en laminaat	15%	Algemene afwerking (raamdecoratie, schrijnwerk, gipskartonwerken ...)	5%
Schilderwerken (binnen en buiten)	65%								
Behangwerken	15%								
Zachte vloerbekleding en laminaat	15%								
Algemene afwerking (raamdecoratie, schrijnwerk, gipskartonwerken ...)	5%								
Lidmaatschap	Bouwunie Limburg, Unizo								
Jaaromzet	ca. 2 miljoen euro								
Verfverbruik	ca. 20.000 liter/jaar								
Grote investeringen	Aankoop bedrijfsgebouw met burelen en stockageruimte na twee jaar huur								
Wagenpark	7 volledig uitgeruste bestelwagens (ladders, werflampen ... + al het basismateriaal voor elke ploeg)								
Gereedschappen en machines									
1 verfmengmachine, 2 HVLP's, 2 airlessen, 2 Flex schuurmachines (Giraffes), 1 afstomer, 1 professionele hogedrukreiniger, 5 stellingen									
Referenties									
MAC nv – Diest, nv Eagle Costruct (PolyCab) – Opglabbeek, Mathieu Gijbels, BC Fred Moens, Dillen Bouwbedrijf, Dexia Banken, ING Banken, JBC Winkels, Disport Winkels, Club Winkels, Colruyt Winkels, De Pits – Zolder, LIDL Belgium GmbH & Co. kg – Gent, Passage Fitness – Hasselt, Universiteit – Antwerpen, OCMW – Genk, OPZ Ziekenhuis – Geel, The Lodge hotels en brasserieën									