

Arbeidsvreugde delen

Jan Willem, Sijmen en Pieter Staadegaard, Staad BV over PR beleid

Ijsjes uitdelen in de hitte, broodjes worst in de winter, extraatjes voor de machinisten, ontbijtsessies voor ondernemers, cursussen en een sterke interactie met de klant. Het zijn allemaal uitvloeisels van één basisfilosofie: plezier in je werk hebben en dat delen met klanten. Die lijn trekt Staad BV door in alle geledingen van de bedrijfsvoering en dat vertaalt zich in resultaten.

“Als je wakker bent, ben je de meeste tijd aan het werk. Het is dan wel prettig om het dan naar je zin te hebben.” Dat is voor de drie Staadegaards een belangrijk uitgangspunt in hun leven en dat voeren ze samen ver door in de bedrijfsvoering van hun familiebedrijf Staad BV. “Als medewerkers plezier in hun werk hebben, zijn ze productiever en stralen ze dat uit. Daar profiteert iedereen van en het maakt het werken voor alle medewerkers en onze klanten aangenamer en beter”, aldus de ondernemers. Heel concreet is Staad BV met financiële hulp van het Europees Sociaal Fonds een project gestart met als doel het bevorderen van duurzame inzetbaarheid door middel van het uitvoeren van een organisatiescan, het bevorderen van een leercultuur en het verhogen van zelfregulering. Dit proces begint al vooraan. Jan Willem: “Bij de sollicitatie selecteren we hier sterk op. Als we het in grote lijnen eens zijn over arbeidstaken volgt een kennismaking met de groep. Als blijkt dat de persoon niet in het team past, gaat het niet door.”

Zelfstandiger personeel

Arbeidsvreugde gaat volgens de Staadegaards samen met zelfstandig personeel. “We hebben een heel platte organisatie, omdat we onze mensen het vertrouwen en de ruimte geven zaken zelfstandig te regelen en op te lossen”, vertellen ze. “Zo is de ijsjesactie door onze pr-dames zelf bedacht en uitgevoerd. Het was voor ons ook een aangename verrassing, net als dat de werkplaats onlangs de hydrauliek-mon-

tageafdeling heeft verplaatst.” De glimlachende gezichten verradt dat ze genieten van dit soort acties.

Ze gaan ervan uit dat mensen zelf weten wat goed is en daarin hun verantwoordelijkheid nemen. Vanuit die gedachte hecht Staad aan een hoge graad van service naar de klanten toe. “Goede service is voor ons het belangrijkste, want dat geeft hetzelfde arbeidsplezier bij de klanten en dan krijg je de wisselwerking die we graag willen hebben”, zegt Pieter daarover. Een open omgang naar elkaar, waarin je een probleem niet als een probleem ervaart, maar als een aanleiding om een oplossing te zoeken of aan betere oplossingen te werken. Dat moet dan volgens Staadegaard binnen het gehele bedrijf en bij de klanten tussen de oren zitten. De medewerkers worden hier ook op getraind. “Zo moeten onze servicemonteurs kunnen omgaan met de klanten, problemen en wensen signaleren en doorgeven. Dat gaat verder dan alleen het probleem oplossen”, vertelt Sijmen. Daartoe hoort ook dat in een weekeinde als het erom spant bij het asfaltrijden een extra machine neer te zetten voor het geval dat. Kost wat, maar de tevredenheid van de klant gaat dan voor. Daar hoort ook wel degelijk ‘nee’ bij als het niet past. “Zo hebben we keer een klant een ander merk geadviseerd, omdat wij op dat moment niet de passende oplossing konden bieden, en hem gefeliciteerd met de aankoop. Dat hoort er dan ook bij om die tevredenheid te bewerkstelligen”, aldus de ondernemers, die daaraan toevoegen wel te hopen dat de klant de volgende keer als het past weer bij Staad aanklopt.



Ijsjes uitdelen in de zomerhitte en even samen met de pr-dames van Staad op de foto. Hoe heet en druk het ook is, daar maakt de machinist even tijd voor en geeft de gewenste glimlach.



Worstenbroodjes uitdelen in de winterkou en daarna even samen met de pr-dames van Staad op de foto. Hoe koud en druk het ook is, daar maken de machinisten even tijd voor en geeft de gewenste glimlach.



Mooi voorbeeld van plezier en klantenbinding is de Machinisten Barbecue bij Staad BV in Veghel.



Veel voelhorens

Om dit goed te kunnen doen, zijn voelhorens nodig. Daarvoor belegt Staad periodiek vergaderingen met alle medewerkers om te horen en te bespreken wat er in de markt speelt. Daarvoor zijn ook de ondernemerssessies ontstaan. Jan Willem: "Tijdens bezoeken merken we vaak dat de ondernemers dan druk zijn met hun bedrijfsvoering en dus weinig tijd hebben om rustig te praten. Daarop inspelend organiseren we nu periodiek ontbijtsessies op de zaterdag met een beperkt aantal klanten. Dan is er de rust en de ruimte om met elkaar te praten over alles wat er speelt, zonder dat we op dat moment uit zijn op verkopen. Het gaat puur om van elkaar te leren en dingen met elkaar te delen op een aangename manier."

In het verlengde daarvan zijn zo ook maaltijdontmoetingen aan het eind van de dag ontstaan. "Dan heeft iedereen tijd en doe je zaken op een aangename manier en op het moment dat het past", vinden ze. Daarin is voor Staad elke klant gelijk. "Groot of klein, daar maken we geen onderscheid in. Voor die zzp'er is die ene machine net zo belangrijk als die tien voor de grotere aannemer", stellen ze vast. In het verlengde hiervan neemt Staad op zijn fabrieksbezoek aan Doosan in Korea ook kleinere klanten mee. "We kiezen altijd voor een mix."

Wel presteren

Daarbij worden er van de medewerkers wel prestaties verwacht. "Zelfstandigheid en vrijheid zijn een groot goed, maar onze servicemonteurs weten tegelijk dat als ze op zon-

dag spreekwoordelijk bij schoonmoeder aan de taart zitten en de telefoon gaat, ze onmiddellijk in de bus moeten om die mensen te helpen", vertelt Sijmen. Zo wordt intern ook gewerkt om zaken efficiënter te krijgen. "In de werkplaats zijn we bezig via efficiëntere werkwijzen de opbouwtijd flink te verkorten, komen we met een app om de klanten nog beter en helderder mogelijkheden aan te reiken om de machine precies zo samen te stellen als hij dat wil. Dat scheelt lijntjes en voorkomt fouten."

Sijmen geeft aan dat ze met hun filosofie en de bijbehorende service en meerwaarde in prijs niet de goedkoopste zijn, maar dat dit wel is wat volgens hem het beste bij klanten en bij Staad BV past. "Zwartwit gezien zijn er twee uitersten: in bulk inkopen en zo scherp mogelijk weg zetten zonder service, of onze werkwijze. Wij houden vast aan de laatste", aldus Jan Willem. Over de balans tot dusver zijn ze helder. "We zijn gegroeid tot een omzet van naar verwachting circa 500 machines dit jaar en met een positief resultaat, dan is het voor ons helder dat ondernemers bereid zijn om een faire prijs te betalen als ze goed worden geserviced en ontzorgd." Daar hoort wat hen betreft zelfs een bloemetje bij om lief en leed te delen, voor de machinist of een verrassing van de marketingafdeling voor alle klanten, ongeacht grootte en kleur. "Dat maakt hard werken tot een feest, elke dag weer, hoe lang de dagen ook zijn."

TEKST: Gert Vreemann

FOTO: Henk Riswick, Staad