

SALLAND OLIE / EG GROUP

GEVAT

OKTOBER 2017

#23



IN GESPREK MET...

THEELEN: ZES DAGEN
PER WEEK MET DE
VOETEN IN DE MODDER

ONTWIKKELING

**SALLAND OLIE /
EG GROUP:**
LEF OM TE VERANDEREN

VERTROUWEN

Producten en diensten zijn overal te verkrijgen. Klanten kunnen uit een breed aanbod kiezen. Wanneer de klant haar voorkeur helder heeft, start een relatie met de leverancier in het vertrouwen dat alles gaat zoals is afgesproken.

Hoe langer een relatie duurt en goed gaat, des te meer alles 'gewoon' lijkt.

Als ik naar ons bedrijf kijk bestaat dat wat als gewoon wordt ervaren uit een aaneenschakeling van activiteiten die in elkaar grijpen. Zoals bijvoorbeeld het contact met de Account Managers en de binnendienst, de advisering bij specifieke vraagstukken, de ontwikkeling van nieuwe producten, het op locatie leveren van de bestelling en de financiële afhandeling. Alle schakels samen vormen als het ware een ketting.

Terugkijkend op afgelopen periode weet ik dat een enkele schakel onder druk heeft gestaan. Niet gewenst, maar ook niet verwonderlijk gezien de administratieve transitie die plaats heeft gevonden. Uit gesprekken met klanten begrijp ik dat menig een dergelijke situatie ook in het eigen bedrijf heeft meegemaakt.

In het verleden hebben we gekozen voor zoveel mogelijk persoonlijk en direct contact met onze relaties. Door dat rechtstreekse contact kunnen we sneller en beter inspelen op hun specifieke vraagstukken. Dat was onze insteek en dat blijft onze insteek: daar kunt u op vertrouwen.

Jan Sipke Hulzinga
Head B2B Fuel & Lubes Sales Benelux



Fusie

Eind mei zijn de activiteiten onder de merken Texaco, Salland Olie, Nijol, Post, DGV en Schreurs samengebracht onder de vleugels van de EFR Group. Vervolgens is EFR Group een fusie aangegaan met het Engelse Euro Garages. Dankzij deze fusie zijn we nu een grotere groep geworden waardoor we nog sneller dan voorheen innovaties binnen onze markt van brandstoffen, smeermiddelen en 'convenience retail' gaan realiseren.

Naamswijziging

Wij - EFR Group en Euro Garages - hebben besloten om met ingang van 1 oktober onze naam te veranderen naar EG Group. De handelsnamen Salland Olie en Nijol blijven bestaan. Deze wijziging betreft enkel een naamswijziging en heeft dus geen impact op onze KvK, BTW nummers of adressen. ♦

Netwerken

Onze klanten werken regionaal, nationaal en internationaal. Logisch dat ze op datzelfde niveau ondersteuning willen hebben. Gezien de ambities van onze moederorganisatie EG Group breidt ons grote netwerk zich ongetwijfeld nog verder uit.

Meer en anders?

Op nationaal niveau onderzoeken wij of wij aan u als relatie van Salland Olie/Nijol meer kunnen bieden.

Jaarlijks verzorgen wij diverse bijeenkomsten voor onze (potentiële) klanten. Het geeft hen op dat moment de gelegenheid om kennis te maken met de andere genodigden die mogelijk klant bij hen worden: netwerken in optima forma.

De komende periode onderzoeken wij of we een stap verder kunnen gaan. Op verzoek relaties bij elkaar introduceren buiten de bijeenkomsten om: het nieuwe netwerken. Wij houden u op de hoogte van dit onderzoek. Heeft u reeds vragen hierover? Neem contact op met uw Account Manager of bel 088 - 0123 650. ♦



Zo efficiënt en veilig mogelijk wagenpark

Fleet Manager EG Group Stefan Veldhuis breidt wagenpark uit.

“Ook binnen het wagenpark zijn we continu bezig met de vraag hoe we zo efficiënt en veilig mogelijk onze vloot kunnen inzetten. Dit jaar worden er drie vrachtwagens vervangen. De eerste Mercedes is gaan rijden in februari, eveneens zijn er twee Volvo's aangeschaft.

Ook het wagenpark van onze onderhouds-medewerkers zijn we dit jaar aan het uitbreiden en vervangen. In het voorjaar zijn vier Mercedes Sprinters aangeschaft en in oktober een Fiat Ducato. Dit allemaal om onze mannen zo veilig en efficiënt mogelijk op pad te kunnen laten gaan.” ♦



♦ Stefan Veldhuis,
Fleet Manager EG Group



VERANDERINGEN MET EEN HOGER DOEL VOOR OGEN

‘We staan nooit stil, omdat onze klanten voortdurend doorgaan’

Veranderingen; ze zijn van alle tijden. Dat is op zich dus niet nieuw. Wat wel een groot verschil is met ‘vroeger’, is het tempo waarmee veranderingen zich aandienen. Dat tempo ligt hoog, zeer hoog. Kregen we bijvoorbeeld bij de komst van de mobiele telefonie volop de gelegenheid om te wennen aan dit nieuwe fenomeen, vandaag de dag is het met name de uitdaging om de juiste keuzes te maken uit de beschikbare diensten die zich in rap tempo aandienen binnen het mobiele netwerk.

Keuzes zijn er ook gemaakt bij Salland Olie en Nijol: moedermaatschappij EG Group (voorheen EFR) biedt een steeds breder product- en dienstenpakket aan een steeds groter en veeleisender wordende, internationale klantenkring. De mogelijkheden van het op dat moment gebruikte softwarepakket waren ontoereikend om deze groei te faciliteren.

De keuze om naar SAP over te stappen was daarom een noodzakelijke. Yvonne Logtenberg (Internal & External Communications Manager) was vanaf het begin bij dit transitieproces betrokken.

Yvonne: “Het hele transitieproces is vooraf in kaart gebracht en daarnaast zijn de ervaringen meegenomen van anderen die ook zo’n proces hadden doorlopen. Toch bleek, ook bij ons, dat niet alles te voorzien is. Er zijn zaken tussen wal en schip gevallen, ondanks de grondige voorbereidingen. Ik wil iedereen die ons de gelegenheid heeft gegeven om deze zaken op orde te krijgen - hoe vervelend het ook voor hen was - van harte bedanken voor hun begrip en geduld. En voor hun kritiek. Mede door de reacties die we ontvingen, konden we inspelen op die onvoorziene situaties. Het grootste deel van het proces staat nu op de rit en de conclusie is: het was een omvangrijke klus, maar als je als team de schouders eronder zet is alles mogelijk!”





Wie betaalt, bepaalt

De huidige klanten van brandstof- en smeermiddelenleveranciers vragen/eisen meer dan ooit een totale ontzorging. Logisch, omdat zijzelf alle energie nodig hebben om te anticiperen op de stevige groei van de economie. Dus eisen zij de juiste producten en dienstverlening op het juiste moment op de juiste plek.

Yvonne: “Nu de transitiefase nagenoeg achter ons ligt, kunnen we de voordelen die daaruit voortgekomen zijn, gebruiken om waar mogelijk onze klanten nog beter van dienst te zijn. Ook investeringen die gedaan moeten worden om mogelijke ontwikkelingen door te voeren, kunnen door de grootte van EG Group gedaan worden. Op dagelijkse basis ondersteunen we de klanten, op locatie door onze Account Managers en telefonisch door de support van de binnendienst. We hebben de afgelopen periode veel (mee)gemaakt en wat nodig was, toekomstbestendig ingericht.”

Vooruit kijken

Het woord ‘veranderen’ wordt wel eens uit zijn verband getrokken: het is ‘ver ‘en ‘voor anderen’. Met andere woorden: de ‘ver van mijn bed show’.

“De hele overgangperiode bij Salland Olie/Nijol is het bewijs dat we het aan hebben gedurfd om te veranderen. Om de klanten ook in de toekomst optimaal te ondersteunen. Dat deden we, dat doen we en dat blijven we doen.” ♦

♦ Yvonne Logtenberg,
Internal & External
Communications Manager

“De hele overgangperiode bij Salland Olie/Nijol is het bewijs dat we het aan hebben gedurfd om te veranderen. Om de klanten optimaal te ondersteunen.”

— YVONNE LOGTENBERG

♦ Angenietha van der Molen,
receptioniste

ALS TEAM STEEDS DICHTER OP DE BAL

‘VAN LEVEREN NAAR ADVISEREN’

Mocht het idee al bestaan dat mensen die op een financiële afdeling werken, wat minder dynamisch zijn, dan bewijst John Veger het tegendeel; als aanvoerder van het team van de Creditcardafdeling van Salland Olie/Nijol, zit hij ‘vol in de wedstrijd’.

John: “Sinds het begin van mijn carrière bij Salland Olie ben ik werkzaam op de financiële afdeling. Om onze klanten inzicht te geven in financiële transacties met ons bedrijf, hebben we enige jaren geleden een portal ontworpen en gerealiseerd. Uitgangspunten daarbij waren enerzijds het de klant makkelijker maken door online inzicht te geven in de vertankingen en de bijbehorende facturen. En anderzijds - als gevolg van het eerste - onze binnendienst ontlasten. Met deze opzet zijn we daarin goed geslaagd. Stilzitten is er echter niet bij, want waar mogelijk gaan we aan de slag met de verzoeken van de gebruikers om aanpassingen en/of verbeteringen er in te verwerken.”

Online ondersteunen

John: “De klant wil zo goed mogelijk en zo snel mogelijk weten waar hij financieel aan toe is. Met onze eerste portal was dat al goed te doen, met de nieuwste portal gaat het nog beter. De huidige Texaco portal is een doorontwikkeling van de voorgaande portal. De overgang heeft zeker wat obstakels veroorzaakt, maar die hebben we inmiddels kunnen slechten. Nu de financiële informatievoorziening goed op orde is kunnen we onze krachten inzetten om de klanten nog verder en op andere vlakken te ondersteunen.”

Vanuit de klant denken

John: “Eigenlijk is er één ding wat we nog steeds hetzelfde doen: het vanuit de klant denken. We realiseren ons elke dag weer dat het de klant is die onze boterham betaalt. Dat klinkt misschien als een cliché, maar dat is waar het volgens ons om draait. Als het hen goed gaat, dan heeft dat ook een positieve invloed op ons. We functioneren als een team; de klant stelt zijn vragen aan één persoon en die communiceert intern met de collega's. Dit voorkomt dat de klant langs meerdere loketten moet.”

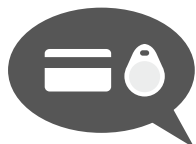
Ouderwets: vragen!

Door de voortschrijdende automatisering lijkt het alsof er steeds minder mensen nodig zijn bij de Creditcardafdeling. John: “Dat is maar hoe je het bekijkt. Zeker, de eenvoudige processen worden steeds meer geautomatiseerd. Daarentegen worden de specifieke vragen van de klanten steeds ingewikkelder: de vraag om maatwerk groeit. Door de automatisering van eenvoudige processen is er tijd vrijgekomen. Deze gebruiken we om die nieuwe vragen te beantwoorden. Dus onze klanten zou ik willen voorstellen: bel ons wanneer u een vraag heeft. Samen komen we er zeker uit!” ♦

PORTAL FUNCTIONALITEITEN



TANKPAS(SEN) &
TAG(S) INZIEN



TANKPAS(SEN)/
TAG(S) AANVRAGEN &
BLOKKEREN



OMSCHRIJVING
AANPASSEN VAN
TANKPAS(SEN) & TAG(S)



TRANSACTIES (LITERS)
INZIEN 24/7 & EXPORTEREN
NAAR EXCEL



♦ John Veger, aanvoerder van het team van de Creditcardafdeling

PORTAL URL:

<https://mycard.efr-group.com/sap/bc/ui2/flp>



**GEFACTUREERDE
TRANSACTIES INZIEN &
EXPORTEREN NAAR EXCEL**



FACTUREN OPVRAGEN & INZIEN.
FACTUREN VAN VOOR 01/01/'17 ZIJN NOG OP TE
VRAGEN IN DE OUDE PORTAL, DIE VIA DE NIEUWE
PORTAL TE BENADEREN IS.

THEELEN B.V.

Samen oplopen onder alle omstandigheden

De rubriek 'In gesprek met...' is een kennismaking met bijzondere mensen. Die werken bij bijzondere bedrijven, al dan niet door henzelf opgericht. Bij deze bedrijven is de inbreng van de medewerkers het fundament van het succes. In deze uitgave ontmoeten we de drijvende krachten achter het succes van het familiebedrijf Theelen B.V. Op een fraaie door haar medewerkers aangelegde buitenlocatie.



♦ Ton Theelen



♦ Edwin Theelen

De mensen aan het roer bij dergelijke bedrijven zijn rasonder-nemers. Eigenzinnig en met een visie. Ze dragen hun verworven kennis en kunde over aan de opvolgers. Normen en waarden zijn in beton gegoten.

Theelen B.V. uit Posterholt is zo'n bedrijf. Opgericht in 1971 door Ton Theelen (1944). "Die normen en waarden zijn bij ons als vanzelfsprekend. Dat zijn de pijlers waarop we zaken doen. Een daarvan is: praktisch blijven. Als ik terugkijk naar hoe we begonnen, dan was dat heel veel 'gewoon doen'. Laten zien wat er gedaan kon worden en hoe het gedaan moest worden. En onderscheidend zijn door het net even anders te doen dan anderen", vertelt Ton.

Laat zien wat je kan

"Demonstraties geven van de mogelijkheden die we konden bieden met de nieuwste machines deden we tussen de werkzaamheden door. Even omkleden, demonstreren, weer omkleden en weer aan het 'gewone werk'. Dat voelde goed en heeft zijn vruchten afgeworpen. Het betekende in de praktijk wel lange dagen maken. Het gezin, mijn vrouw Els en kinderen Edwin, Maurice en Marlou, wist niet beter. En dat was niet voor niets. Dat het bedrijf over is genomen door één van mijn kinderen voelt zeer goed."

Edwin (1971): "Voor mij was het zo logisch om in het bedrijf te stappen. Dat was op m'n 17^e. Ik heb geen moment overwogen om het níet te doen. Sterker, ik heb nooit ergens anders gewerkt of ergens anders willen werken. Wel onderaan begonnen en steeds verder opgeklommen. Tot het moment dat ik het bedrijf van mijn vader over heb genomen 18 jaar geleden." Dat groeien is overigens niet gestopt daarna...

Startte Ton als eenpitter met het onderhoud van wegbermen als hoofdactiviteit, inmiddels is het bedrijf uitgegroeid tot een onderneming met een vaste kern van 20 man. Ook het werkterrein is uitgebreid; van het onderhoud van wegbermen, sloten en slootkanten naar grond- en sloopwerken, onderhoud van halfverharde en onverharde wegen, containerverhuur en transport.

Goedkoop is vaak duurkoop

Theelen is als bedrijf een goede bekende in de provincie Limburg. En daarbuiten. Ton: "We zitten vanuit Posterholt centraal in Limburg, maar we zijn ook zo in Duitsland. Ook daar hebben we mooie projecten gedaan. We maakten ook daar het onderscheid ten opzichte van andere leveranciers door het werk vakkundig én sneller uit te voeren. Dat heeft dan natuurlijk ook positieve invloed op de investering die de opdrachtgever moet doen. Snel en goed kunnen werken levert een kostenbesparing op. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de overheid Theelen regelmatig inschakelt.



THEELEN B.V. heeft sinds 1971 een indrukwekkend portfolio van diensten en machines opgebouwd. Het opereert als grondwerker, wegenonderhouder, wegbermenversteviger, onverharde wegenbouwer, container- en transportbedrijf vanuit Posterholt in Limburg.

8 graafmachines
mobiele- en rupskranen

3 transporters
diverse diepladers

9 vracht- en kraanwagens
in verschillende uitvoeringen

3 walsen
van tussen de 2.5 en 4.5 ton

6 wegenonderhouders
van frezen tot vullen en vegen

3 wielladers
voor elke opdracht

♦ René van Bergen,
Account Manager

“Ik bel René ook om te horen welke olie in m’n Fordson uit 1928 moet. En wanneer hij die kan leveren.”

“Al ben ik de hele week ‘in het veld’ ook in het weekend sta ik regelmatig met twee voeten in de modder: om mijn hoofd leeg te maken neem ik -samen met mijn gezin- deel aan bootcamps.”

- Lees verder op pagina 10

Voor met name overheden zijn er regels die voorschrijven dat projecten van een bepaalde grootte aanbesteed moeten worden. De voordeligste inschrijving krijgt dan de opdracht. Edwin: "We merken dat niet iedereen even blij is met deze regel. Het blijkt namelijk in de praktijk dat 'de goedkoopste' niet altijd de beste oplossing biedt. Of dat er alsnog geld bij moet voor meerwerk. De inkopers van dit soort projecten weten door ervaring wat ze aan ons hebben; daarbij houden we ons aan de afspraken. Immers, 'een man een man, een woord een woord.' Het klinkt dan misschien wat ouderwets, maar wij gaan ervan uit dat de basis van alle afspraken vertrouwen is. Dat geldt voor ons richting de klanten en voor de leveranciers richting ons."

Eén koetsier op de bok

Limburg timmert hard aan de weg en de bedrijvigheid neemt fors toe. De bouw van grote distributiecentra langs de snelwegen onderstreept dat. Maar niet alleen op economisch gebied wordt er veel ontwikkeld; Theelen heeft diverse gebieden mogen voorzien van de juiste paden waardoor de (race)fietser en de wandelaar zich prima thuis voelen in de zuidelijke streken. Edwin: "Om daarvoor de juiste oplossing te bieden, zijn we altijd bezig met het (door) ontwikkelen van de machines. Altijd kijken we of het beter, sneller en makkelijker kan. Als basis dient dan een standaardmachine. De aanpassingen die we continu doen, geven ons het unieke gereedschap om de klanten met optimalisatie van werktijd en kwaliteit te blijven verrassen."

Ton: "Edwin leidt het bedrijf. Dat is ook goed. Op de bok kan er maar één koetsier zijn. Wat we wel doen is samen overleggen. Regelmatig betrekken we daar medewerkers bij. Dan bundelen we de krachten en komen we tot creatieve oplossingen. Het zit ook in onze genen om samen te werken; het bedrijf is net een groot gezin. Iedereen heeft een waarde. Samen sta je sterk. Wanneer iemand door bijvoorbeeld ziekte uitvalt, dan moeten we wel schakelen om de voortgang te waarborgen. Dan blijkt dat we een goed team mensen hebben die op dat moment een stap harder lopen."

Vertrouwen

Voor een vruchtbare samenwerking en succesvolle projecten is wel vertrouwen nodig. Intern en extern. De mannen achter Theelen hebben hun reputatie opgebouwd door te doen wat ze zeggen en te zeggen wat ze doen. Deze werkwijze verwachten ze ook van hun leveranciers. Jarenlange relaties zijn het resultaat. Edwin: "Er wordt vaak geschermd met 'we zijn dag en nacht bereikbaar'. Dat is fijn, maar een voicemail van een leverancier op vrijdagmiddag om 16.30 uur biedt geen oplossing voor het probleem dat op zaterdagmorgen opgelost moet zijn."

René van Bergen, Account Manager EG Group: "Ik kom een kleine 25 jaar over de vloer bij Theelen. Natuurlijk proberen we in goede samenwerking alle leveringen van brandstoffen en smeermiddelen zo soepel mogelijk te laten verlopen. Maar als er ergens een kink in de kabel zit, dan weet Theelen dat het probleem direct door ons wordt aangepakt. We zijn een stevige speler in onze wereld, maar het onderscheid wordt gemaakt op de details. Klaarstaan voor de klant wanneer dat hen past, is zo'n detail."

ACCOUNT MANAGER

RENÉ VAN BERGEN • 1962

E: rene.vanbergen@eurogarages.com

T: 06 - 53 69 15 69

Professioneel

Reeds 24 jaar werkzaam in de brandstoffen- en smeermiddelenbranche. De daarvoor benodigde handelsgeest is als het ware met de paplepel ingegoten door het opgroeien in een groot gezin waar ondernemen een tweede natuur was. De centrale rol tussen werkgever en klanten is hem op het lijf geschreven. Waarbij het persoonlijke contact zijn voorkeur heeft. Ontwikkelingen in de markt worden op de voet gevolgd.

Persoonlijk

Stilzitten is 'niet zijn ding'. Net zomin als TV kijken. Zijn vrouw en twee kinderen zien hem vier keer per week vertrekken om zijn energie kwijt te kunnen bij zaalvoetbal en spinning lessen.

Deze combinatie van persoonlijkheid, kennis en vaardigheden ziet de klant terug in aangenaam contact, tomeloze energie en maatwerkoplossingen. Verkoop is topsport!



♦ René van Bergen

Edwin: "Ook wij zien dat er veel verandert in de wereld. Zoals een mondelinge afspraak die tegenwoordig schriftelijk wordt bevestigd. Niets mis mee. Wat volgens ons echter nooit moet veranderen is de betrokkenheid. Die tonen wij onze klanten en die verwachten we van onze partners, welke naam er ook op hun gevel staat. In alle jaren dat René hier komt, hebben we er met elkaar voor gezorgd dat we onder alle omstandigheden goed door konden draaien en al onze medewerkers voor hun gezinnen hun boterham konden verdienen." ♦





Bereken zelf de mogelijke kostenbesparing op diesel of elektriciteit

Metten is weten. Dat geldt ook voor de kwaliteit van motorolie. Zeker in de wereld van bouw- en grondverzetmachines is er steeds meer aandacht voor de kwaliteit van de motorolie en het effect op het brandstofverbruik. Graafmachines worden nu al uitgerust met oliesensoren die non-stop de kwaliteit van de olie monitoren. Alles om problemen voor te zijn en de machine optimaal te laten draaien.

Met continu inzicht in de staat van de olie, is het mogelijk onderhoud veel beter en proactiever te plannen, in plaats van via een standaard schema. Dat kan al enorm schelen in de kosten, want het verplaatsen en vervangen van dergelijke machines kost veel geld. Laat staan als ze door een defect stilvallen en er à la minute een vervangende machine ingezet moet worden.

Theorie vs. praktijk

Kwaliteitsbewaking is dus belangrijk: slecht presterende olie heeft direct een negatief effect op de prestaties van machines. In het artikel over 'Lubewatch' in Gevat #21 van april 2017 hebben we hier uitgebreid over geschreven. Hydraulische systemen die werken met ondermaatse kwaliteit olie, vragen veel meer van de motor. Maar brandstofbesparing begint al bij de keuze voor de juiste olie. Fabrikanten van machines schrijven dan wel bepaalde typen olie voor per machine, in de praktijk wordt er vaak heel pragmatisch gekozen voor een aanpak waarbij binnen één bouw- of grondverzetbedrijf met zo min mogelijk verschillende typen olie wordt gewerkt. Dat lijkt een efficiënte en goedkope manier van werken, maar kan in de praktijk duur uitvallen.

Milieuwinst

Op bouwprojecten of civiele werken waar gekozen is voor zo duurzaam mogelijk werken, kan het gebruik van de juiste olie bijdragen aan het behalen van milieudoelstellingen. Efficiënter werkende hydrauliek en daardoor minder transport- en kraanbewegingen helpt dan concreet bij het behalen van milieudoelstellingen. Een lager brandstofverbruik betekent simpelweg minder CO₂-uitstoot op de bouwplaats.

Calculator

Met name de viscositeitsindex heeft een direct effect op de efficiëntie van de hydrauliek. De toepassing van olie met een hogere viscositeitsindex en grotere filmsterkte kan het pompendement verbeteren. Een hogere viscositeitsindex zorgt ervoor dat de druk eenvoudiger constant gehouden kan worden, bij lager motorvermogen.

Om exact te bepalen welke besparingen mogelijk zijn, heeft Chevron een speciale calculator ontwikkeld. Door een aantal eenvoudige stappen te volgen, is direct inzichtelijk welke besparingen te behalen zijn bij het gebruik van de hydrauliekolie met de juiste viscositeitsindex. De online tool laat niet alleen de besparing van diesel voor bijvoorbeeld graafmachines zien, maar kan ook worden gebruikt om de besparing van stroom voor industriële machines inzichtelijk te maken. ♦

SNELLE RESPONS HOGERE PRODUCTIVITEIT

Clarity Synthetic Hydraulic Oil AW van Chevron heeft zich in uitgebreide praktijktesten bewezen. Deze hydraulische olie kan het pompendement verbeteren met maar liefst 8 procent (de QR-code geeft toegang tot een video met een vergelijkende praktijktest tussen de nieuwe Clarity Synthetic Hydraulic Oil AW 46 en een traditionele monograde hydraulische olie 46). De olie presteert beter bij een koude start, bovendien neemt de viscositeit tijdens gebruik onder hogere temperaturen (>60°C) minder snel af. Hierdoor is bij volle belasting meer hydrauliekkraft beschikbaar. Daarnaast geeft deze olie de machine een snellere respons. Dat vertaalt zich direct in een hogere productiviteit. Clarity Synthetic Hydraulic Oil AW is beschikbaar als ISO VG 32, 46 en 68.

BEREKEN DIRECT UW BRANDSTOFBESPARING

<https://goo.gl/7Xdc8R>

Rekenmodel voor brandstof- en energieverbruik

Brandstoftype: **Diesel** | Elektriteit

Aantal machines:

Gemiddeld aantal uren per machine per jaar:

Gemiddeld aantal verbruikte liters brandstof per uur:

Gemiddelde dieselprijs per liter:

Percentage brandstofbesparing:

Potentiële besparing*

Brandstofbesparing per jaar: **€524,40**

CO₂ reductie per jaar: **1.222,1kg**

Nieuwe geschutte aantal liters per uur: **12,3 litres**

* Exclusief kosten van het product

BRANDSTOFBESPARING TOT WEL 4,5%

ERWIN VAN DE KAMP

Zodra de kans zich voordeed...

Automan, familieman, sportman, receptionist, binnendienstman en sinds 1 oktober jongstleden buitendienstman in midden en oost Nederland. Erwin van de Kamp (33): een gedreven Account Manager van Salland Olie/EG Group die 'klanten verbinden' als missie heeft.

We ontmoeten Erwin op een bijzondere locatie en vragen hem naar zijn drijfveren: "Mijn liefde voor auto's is als kind ontstaan toen mijn vader een auto kocht. De manier waarop hij door de mensen in de garage werd geholpen, heeft op mij een diepe indruk achtergelaten. Mijn opleiding aan het ROC Aventus in Apeldoorn lijkt achteraf gezien dan ook een logische stap. En de daarop volgende baan als receptionist bij een vestiging van Broekhuis Auto's hoorde daar ook bij."

Sinds 2016 werkte Erwin in de binnendienst bij Salland Olie/EG Group. "Al was het contact met de klanten telefonisch, ik heb het altijd als bijzonder ervaren. Natuurlijk zijn er - zoals in elk bedrijf - wel eens problemen. Daar kun je tegenaan kijken of je kunt deze aanpakken en oplossen. Ik kies voor het laatste. Zo zit ik erin. Overigens bestond mijn werk bij de binnendienst voor het overgrote deel uit het informeren van en meedenken met klanten."

Regeren is vooruitzien

Naast bestaande klanten bezoeken, zal Erwin in zijn nieuwe functie ook spontaan bij potentiële relaties binnenstappen.

"Onze Account Managers hebben de ervaring dat een persoonlijke kennismaking met de potentiële klant zeer op prijs wordt gesteld. Dan weet iedereen direct wie wie is en wat je van elkaar kan en mag verwachten. Die persoonlijke aandacht was dus altijd al onze werkwijze en zo ga ik het ook doen."

Eigenlijk willen de klanten gewoon dat hun machines probleemloos draaien. Daar zijn natuurlijk de juiste brandstoffen en de juiste smeermiddelen voor nodig. En op het juiste moment. Dat goed inregelen levert winst op. Misgrijpen voorkomen dus. Dan moeten we wel weten wat er speelt. Welke werkzaamheden komen er aan bij de klant? Welke middelen zijn er dan nodig? En waar? En als er nieuwe machines komen, dan is het prettig als die direct ingezet kunnen worden. Vroegtijdig overleg tussen de klant en de Account Manager dus."

Groeimogelijkheden

"Voor ik begon bij Salland Olie/EG Group hebben we het gehad over doorgroeimogelijkheden. Zodat ik - bij bewezen geschiktheid - verder kon komen. Zodra de kans zich voordeed zijn we rond de tafel gaan zitten en hebben we in goed overleg dit nieuwe pad uitgestippeld: prachtig!" ♦



GEVAT



♦ Illustratie: Rudi Jonker

colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie en Nijol, onderdeel van EG Group. Oplage: 11.000 exemplaren. Coördinatie: Unlimited Communication, Tromplaan 1, 3742 AA Baarn, Nederland. Redactie e-mailadres: redactie@sallandolie.nl of telefoonnummer: 088-0123600. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervaardigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of op enigerlei wijze openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Salland Olie.

