

SALLAND OLIE

GEVAT

MRT 2015

#13



IN GESPREK MET...

**HENK REINBERGEN,
GILBERT PASTINK EN
HANS FRITZSCHE**

ONTWIKKELING

'MIJN SALLAND OLIE' LIVE

VERANDERING

Als je vanuit de huidige tijd achteruit of vooruit kijkt dan zie je dat de veranderingen steeds sneller gaan en dat oude iconen het op de gebaande paden niet meer redden.

Neem als voorbeeld de perikelen rondom V&D, Hema en Blokker. Stuk voor stuk gerenommeerde bedrijven die het moeilijk hebben de consument van vandaag de dag bij te houden.

Een ondernemer die niet inspringt op de huidige vraag van de consument zal niet meer overleven. Opmerkingen als “Ik zal het voor u bestellen” of “Volgende week is het er” zijn niet meer van deze tijd waarin internet direct antwoord geeft op alles wat wij zoeken.

Wij hebben daarom de bakens verzet en zijn aan het ontwikkelen geslagen. In deze GEVAT vindt u alle informatie over onze innovatieve TAG, die de huidige magneetkaarten vervangt. De magneetkaarten blijken zeer gevoelig voor vuil en magnetische velden waardoor wij klachten kregen over kaarten die niet goed functioneerden. Deze TAG is veiliger en lost deze problemen op.

Via de ‘Mijn Salland Olie’ portal kunt u alle tankingen, van uw medewerkers en u zelf, nagenoeg real time volgen. Deze persoonlijke portal staat voor u als klant klaar. Informatie hierover verderop in dit nummer.

Verder zijn wij er trots op dat wij 99% van al uw orders binnen 2 werkdagen bij u ter plaatse bezorgen. Waarbij zelfs meer dan 80% van de leveringen binnen één werkdag bij u afgeleverd wordt. Dit kan omdat wij al onze zendingen en vrachtwagens online kunnen volgen. Om zo met zekerheid te kunnen zeggen wat / waar / wanneer wordt geleverd.

Naast al deze ontwikkelingen wordt er druk gewerkt aan een tank app. Zodat -net als bij de TAG- de afhandeling bij het tanken nog veiliger en sneller wordt.

Wij vertrouwen erop met al deze zaken u als klant nog beter van dienst te zijn en zo het verschil te maken met onze concurrenten. Opdat wij als Salland Olie trots kunnen zeggen:

“Salland Olie beweegt uw business.”

Peter Groen

VOLGAS DE LENTE TEGEMOET

Het mooie aan de winter is dat dit koude seizoen ieder jaar opnieuw weer vanzelf overgaat in de lente. Zo ook in 2015. Langzamerhand begint de zon weer te schijnen, de temperatuur te stijgen en het inwendige te kriebelen. Inderdaad: behalve fluitende vogels, bloeiende bomen en planten en extra lichturen, staat de lente voor vele liefhebbers gelijk aan het van stal halen van bijzondere auto's. Jong, oud, cruisers, racers, gesloten- of open dak; zolang ze met passie gebruikt worden, komen ze allemaal in aanmerking voor Firezone Classic Oil of **competition 102®**.

Firezone Classic Oil

Door een regeling in het Nederlandse belastingstelsel blijft doorgaans het gros van de oldtimers gedurende de wintermaanden veilig binnen staan. Voor de gelukkige bezitters betekent dit dat 1 maart een extra ‘warme’ dimensie toevoegt aan het opkomende lentegevoel. Dit is immers de datum dat zij veelal voor het eerst weer vol trots naar buiten mogen treden met hun vierwielige volbloed.

Exclusief voor de eigenaren van dergelijke speciale auto's, heeft Salland Olie een uniek product in haar assortiment: Firezone Classic Oil. Hét smeermiddel dat speciaal voor deze karakteristieke bolides is ontwikkeld. Hierdoor komt iedere klassieker na een lange winterslaap gelijk weer goed voor de dag!

competition 102®

Om dezelfde reden introduceerde Salland Olie **competition 102®**; hét alternatief voor de fervente liefhebber van de klassiekers van nu (wegens het ontbreken van ethanol) én die van de toekomst. Dankzij een ultrahoog octaangetal van 102, haalt de brandstof het maximale uit de sportieve bolides van vandaag de dag. En aangezien het aantal verkooppunten van **competition 102®** nog steeds uitbreidt, kan het lentegevoel niet meer stuk! Kijk voor verkooppunten op www.competition102.com ♦



IMPLEMENTATIE SALLAND OLIE TAG

Het nieuwe betalen

Als het aan Salland Olie ligt, doet deze betaalwijze wereldwijd zijn intrede. Althans, mits voorzien van de techniek van Tokheim. De TAG, zoals het nieuwe betaalmiddel officieel heet, heeft de omvang van een munt. Maar belangrijker: daarachter en daarin zit techniek, waarmee klanten van Salland Olie per heden hun voordeel kunnen doen!



♦ Meinte Nutters



♦ De Salland Olie TAG



♦ Fred Evers

We wijdden er in GEVAT #11 reeds aandacht aan: de Tokheim TAG. Nu, een half jaar na de aankondiging van deze opvolger van de conventionele tankpas, zijn er belangrijke slagen gemaakt voor wat betreft de implementatie van dit geavanceerde stuk techniek. Fred Evers (manager algemene zaken Salland Olie en al 34 jaar lang een vertrouwd gezicht in de oliewereld) en Meinte Nutters (medewerker algemene zaken, sinds 1989 werkzaam in deze branche) aan het woord over de laatste stand van zaken.

De TAG: werkt gegarandeerd

“Veilig, betrouwbaar en snel.” Fred herhaalt in het kort de belangrijkste voordelen van de TAG ten opzichte van de huidige betaalpas. Hij legt uit: “Het nieuwe systeem is lastiger te kopiëren, en dus minder fraudegevoelig. Bovendien is de TAG bestand tegen vuil, stof, krassen en magnetische velden, waardoor de werking ervan gegarandeerd is. Verder is hij mooi compact en makkelijker uit te lezen door de apparatuur aan de pomp, hetgeen ten goede komt aan de efficiëntie.”

Aanpassingen tankstations

Daarover gesproken: de hele ombouwoperatie wordt volgens een strak schema uitgevoerd onder leiding van collega Meinte; hij was gedurende de afgelopen periode verantwoordelijk voor het daadwerkelijke uitrollen en implementeren van het TAG-systeem. “Om te beginnen moesten we alle tankstations voorzien van de juiste apparatuur, zodat de TAG kan worden uitgelezen. Bestaande

schermen aan de pomp hebben we daarom laten vervangen door nieuwe exemplaren, die de TAG gelijk ‘herkennen’ zodra je deze ervoor houdt.”

Een behoorlijke klus. Desondanks verlopen de werkzaamheden voorspoedig. “We zijn begonnen met de bestaande Bedrijven Service Punten om te bouwen, daarna volgden de grotere Firezone stations. De eerste 60 locaties waren in november vorig jaar klaar voor gebruik. Eind maart moet de teller op 100 staan.”

Innovatie & eenvoud

Hoewel Meinte de vaart er dus goed in heeft zitten, geeft Fred aan dat de traditionele tankpas voorlopig nog niet van de baan is. “Internationaal blijft de tankpas voorlopig het belangrijkste betaalmiddel. De reden hiervan is dat het de nodige tijd zal kosten, voordat de TAG overal geïntegreerd is”, hiermee doelend op het feit dat Salland Olie in Nederland de eerste maatschappij is die deze innovatieve betaalmethode uitrolt en toepast.

Fred: “Bij Salland Olie vinden we het belangrijk te (blijven) investeren in de ontwikkeling van nieuwe, innovatieve veiligheidsmaatregelen. Bovendien hebben we ten doel onze klanten zoveel mogelijk te ondersteunen in hun dagelijkse werkzaamheden, door het hen zo eenvoudig mogelijk te maken. De invoering van de TAG is daar een voorbeeld van.” ♦



Onze service, Uw assistentie!

We besteedden er in voorgaande twee edities van GEVAT al aandacht aan: de digitale portal genaamd ‘Mijn Salland Olie’. Was het vorig jaar december nog volop ‘pilotfase’ wat de klok sloeg, per januari jl. is de veelzijdige portal officieel live!

Dit heuglijke nieuws betekent dat Peter Hiele, assistent manager accounting bij Salland Olie en tevens verantwoordelijk voor de ontwikkeling van ‘Mijn Salland Olie’, het programma per heden beschikbaar heeft gesteld aan zijn gewaardeerde collega’s van de buitendienst. Uiteraard onder toezicht oog van manager verkoop Jan Sipke Hulzinga.

Op speciaal (klant)verzoek

Eén van deze buitendienstmedewerkers is Norbert Faessen. In de functie van vertegenwoordiger bij Salland Olie zit hij dicht bij

het vuur (lees: de klant - red.) dan wie dan ook. Reden te meer om de exacte aanleiding van de lancering van ‘Mijn Salland Olie’ nogmaals toe te lichten.

Norbert: “De vraag kwam oorspronkelijk vanuit onze klanten. Deze luidde of zij als tankpasgebruiker een soort portal konden krijgen, waarin ze zelf nieuwe tankpassen kunnen aanvragen en tanktransacties kunnen terugzien. Tijdswinst speelde bij deze vraagstelling een belangrijke rol.”

Zelf de controle houden

“Het type klanten dat hier het meeste baat bij heeft is het bedrijf dat voornamelijk al een complete administratie bijhoudt”, legt Norbert uit. “Immers, zij zijn gewend daar veel tijd, moeite en geld in stoppen, en vroegen zich daarom terecht af: ‘Hoe kan het makkelijker?’” Jan Sipke kan dit beamen: “Met name de klanten die het



♦ Norbert Faessen

organisatorisch goed voor elkaar willen hebben en graag de controle houden, zien al gauw het nut van onze portal. Het gaat hier om zowel grotere als kleinere ondernemingen, die de digitale werkomgeving willen gebruiken om sneller en slimmer te werken. Oftewel: efficiënter. Met ‘Mijn Salland Olie’ zien zij ieder uur de laatste ontwikkelingen op het gebied van vertankingen, transacties en facturen. Daarnaast hebben klanten met dit systeem voortaan zelf het beheer in handen over het blokkeren of deblokkeren van hun tankpassen en TAGS. Wel zo veilig, en bovendien tijdsbesparend.”

Verschuivingen in de markt

Deze transparante manier van werken is typerend voor de huidige markt waarin Salland Olie, alsook andere bedrijven momenteel opereren. “Naast leverend, worden we steeds meer faciliterend”, aldus Jan Sipke. “Dit is een verschuiving, waarop Salland Olie optimaal wil inspelen.”

Norbert: “Dit doen we onder andere door de juiste tools en services aan te reiken; ‘Mijn Salland Olie’ en de TAG zijn daar onderdeel van. Door het leveren van dergelijke diensten worden we steeds meer betrokken bij de klant. En niet alleen op commercieel vlak. Overigens is deze ontwikkeling niet meer dan noodzakelijk, gezien de keuringen en regelgeving waarmee wij en onze klanten tegenwoordig van doen hebben. De markt eist het simpelweg van ons.”

Real life

“Bovendien staat een online platform als ‘Mijn Salland Olie’ een stuk professioneler”, vervolgt Norbert. “In plaats van iets te moeten checken in de documentatie of bij onze binnendienst, kunnen we tegenwoordig real life meekijken met de klant via de portal, en hun vragen ter plekke beantwoorden.

Wijzelf hebben daarom ook toegang tot de portal van al onze klanten. Zodat we in één oogopslag kunnen zien in welke actuele situatie de specifieke klant verkeert.”

‘Mijn Salland Olie’ als USP

En er is nog een voordeel: “‘Mijn Salland Olie’ betekent extra gespreksstof om bij nieuwe klanten en prospects aan tafel te komen. Door letterlijk met de iPad onder de arm naar deze mensen toe te gaan, en vervolgens in te loggen op ‘Mijn Salland Olie’, maken we direct inzichtelijk welke diensten we verlenen.”



♦ Jan Sipke Hulzinga

Jan Sipke onderstreept de commerciële onderbouwing van Norbert. “We willen een bepaalde servicegraad bieden. In geval van ‘Mijn Salland Olie’ doen we dit kosteloos. In de eerste plaats uiteraard om de klant voor ons te winnen. Maar ook omdat het uiteindelijk besparing oplevert.” Hij legt uit: “Als klanten zelf alles inzichtelijk hebben, betekent dit automatisch dat ze minder vaak contact met ons hoeven te zoeken voor vragen. Dit scheelt beide partijen tijd. En dus geld.”

Maatwerk gebaseerd op feedback

Hoe mooi het ook allemaal klinkt, ruimte voor verbetering is er altijd. Weet ook Norbert. “De feedback die we van onze klanten krijgen is, net zoals in de beginfase, van groot belang in de ontwikkeling van de portal. Er is duidelijk vraag naar een totaalpakket. Zo kreeg ik laatst de vraag of we onze adviesprijzen op de portal wilden vermelden. Uiteraard staan deze ook op de website, echter het is des te makkelijker als alles via één format terug te vinden is. Al dit soort zaken nemen we in onze overwegingen mee. Immers, het blijft maatwerk. En de gebruiker, onze klant, weet als geen ander wat wel of niet gewenst is.”

Optimaal faciliteren

Is de traditionele manier van werken dan helemaal verleden tijd? “Natuurlijk laten we klanten de mogelijkheid om voor een digitale of papieren factuur te kiezen”, verklaart Norbert. “Echter, steeds meer zien we dat digitaal wenselijker is. Dat geldt overigens niet voor alles. Soms is ‘geprint’ meer passend. Kijk maar naar GEVAT. Die wordt juist gewaardeerd door zijn papieren verschijning.”

Jan Sipke gaat nog een stap verder: “De buitendienst van nu kan simpelweg niet meer functioneren zonder de portal. ‘Mijn Salland Olie’ brengt ons namelijk dicht bij de klant. Dit betekent dat wij ons voortaan nóg beter kunnen aanpassen aan de specifieke wens, hetgeen naadloos aansluit op de nieuwe werkelijkheid waarin we – met elkaar – zitten. En dat is: de klant optimaal faciliteren in zijn werkzaamheden.” ♦

SALLAND OLIE Kiest BEWUST VOOR MILIEUBEWUSTE
TACTIEK MET BIOBRANDSTOFFEN

Bio(logische) brandstoffen. Wel of niet logisch?

Biobrandstoffen: ze worden in de praktijk meer dan vaak in verband gebracht met begrippen als ‘duurzaam’, ‘biologisch afbreekbaar’ en ‘milieuvriendelijk’. Is dit gegrond? En welke rol heeft Salland Olie in de ontwikkelingen van biobrandstoffen? Uit het gesprek met Niek Roessink (manager depot en smeermiddelen bij Salland Olie), blijken de waar- en onwaarheden omtrent dit onderwerp niet ver van elkaar verwijderd.

Zoektocht naar alternatieven

Biobrandstoffen bestaan uit energie die wordt opgewekt uit biomassa; een verzamelnaam voor plantaardig en dierlijk materiaal. Enkele voorbeelden van biomassa zijn GFT-afval, mest en hout. De biobrandstoffen die geschikt zijn voor verbrandingsmotoren, bestaan veelal uit landbouwgewassen als maïs en soja.

In de zoektocht naar alternatieven voor vervuilende fossiele brandstoffen heeft bio-energie de afgelopen jaren een grote vlucht genomen. De Europese Unie heeft bijvoorbeeld het vermengen van gewone benzine en diesel met biobrandstoffen verplicht gesteld. Toch is deze vorm van bio-energie in veel gevallen lang niet altijd zo duurzaam als wordt beweerd.

Een wassen neus

Hoe dat precies zit, legt Niek haarfijn uit: “Het verschil tussen biobrandstoffen en fossiele brandstoffen zit hem in de totale hoeveelheid vrijgekomen CO₂ na verbranding. Een biobrandstof staat voor hernieuwbare energie. Dit betekent dat, wanneer we een dergelijke brandstof verbouwen, er CO₂ wordt opgenomen. Met andere woorden: er vindt een reductie plaats. Na verbranding komt deze opgenomen CO₂ weer vrij in de lucht, waardoor de totale CO₂-uitstoot per saldo gelijk blijft, of – bij voorkeur – wordt teruggebracht.”

Tot zover klinkt het als een onvervalst milieuvriendelijk alternatief. “Klopt. Echter er zijn maatschappijen die biobrandstoffen vervaardigen uit voedselgewassen. Hiervoor is veel landbouwgrond benodigd. In sommige gebieden worden daarom zelfs bossen gekapt, om soja- en palmolieplantages te kunnen aanleggen ten

behoefte van de biobrandstofproductie. Een bizarre ontwikkeling. Zeker als je bedenkt dat een vijfde deel van de wereldwijde CO₂-uitstoot te wijten is aan ontbossing.”

Pure winst

Genoeg redenen om het duurzame aspect van biobrandstoffen met een korreltje zout te nemen. Of toch niet? “Salland Olie is groot voorstander van de biobrandstoffen”, weerlegt Niek. “Aangezien onze biobrandstoffen uitsluitend uit frituurvet en dierlijk vet bestaan, heeft de ‘verbouwingsmethodiek’ die wij hanteren geen nadelige gevolgen voor het milieu.”

Pure winst dus. En niet alleen op milieutechnisch vlak. “Ik zal er geen geheim van maken dat biobrandstof ook een interessant economisch model kent. Je zou daarom kunnen stellen dat de motivatie van Salland Olie omtrent de levering van dit product tweeledig is.

Aan de ene kant wilden we minder afhankelijk zijn van de regimes die het overgrote deel van de olievoorraad in beheer hebben. Aan de andere kant wil Salland Olie haar verantwoordelijkheid nemen in een veranderend klimaat. Door middel van CO₂-reductie proberen we het welzijn van onze toekomstige generaties zoveel mogelijk veilig te stellen. Dat zijn we aan onze stand verplicht”, waarmee Niek doelt op de authenticiteit van het bedrijf.

Transparante regelgeving

Hoewel het gebruik van biobrandstoffen naar verhouding kleinschalig is (biobrandstoffen maakten in 2013 wereldwijd ongeveer 5% uit van de brandstoffen die gebruikt werden voor transport, terwijl het totale aandeel in hernieuwbare energie in Nederland in datzelfde jaar slechts 4,5% betrof), de toekomstplannen omtrent dit duurzame product liegen er niet om. “Per 2020 verplicht de Nederlandse wetgeving ons niet alleen om biobrandstoffen te vermengen, maar om aan totale CO₂-reductie te doen. Dit geldt overigens voor alle bedrijven: van vliegtuigmaatschappijen tot aan de bakker op de hoek.”

“Salland Olie neemt haar
verantwoordelijkheid in
een veranderend klimaat”

Dit lijkt een grote uitdaging, maar biedt volgens Niek ook mogelijkheden. “Ik denk dat Nederland er goed aan doet om meer openheid en transparantie te creëren wat betreft de milieuregelgeving; deze steekt wat ondoorgrondelijk in elkaar. Dit heeft te maken met het feit dat de overheid veel theoretische kennis bezit, maar de praktijkervaring mist. Met als gevolg dat er links en rechts onbedoeld van de regelgeving werd geprofiteerd. En dat is tegenstrijdig met het maatschappelijke belang.”

Beter positioneren = profiteren!

Niek licht toe: “De hoeveelheid CO₂-reductie is momenteel namelijk mede afhankelijk van de bron die daarvoor wordt gebruikt. Zo zijn afvalproducten minder CO₂-reducerend, omdat deze tijdens de initiële productie ook al CO₂ hebben uitgestoten, en dat bij verbranding opnieuw doen, terwijl juist bijvoorbeeld landbouwproducten tijdens het groeien CO₂ opnemen. Toch wordt afval als bron gestimuleerd vanwege het hergebruikaspect. Dit heeft als resultaat dat de ondersteuning niet lineair is aan de daadwerkelijke milieuwinst. Na 2020 komt hier waarschijnlijk een einde aan: vanaf dat moment kijkt de overheid veel meer naar de CO₂-reductie zelf. Het soort stroming is dan niet

langer bepalend en dus tellen alle reducties mee. Ook die van windmolens en zonnepanelen; een methodiek die inmiddels in Duitsland wordt toegepast.”

Feit is dat, indien er nieuwe regelgeving komt, Salland Olie er meer dan klaar voor is. Maar hoe zit het met haar klanten? “Ook zij zullen daarover na moeten denken. Niet eens zozeer vanwege de overheid, maar omwille van hun eigen klanten. Immers, dat iedereen ermee te maken krijgt, dat staat vast. In de tussentijd helpen wij onze klanten graag zichzelf beter te positioneren voor hun klanten, door milieuvriendelijke maatregelen te nemen. Op die manier laten we eenieder een beetje meeprofiten van onze duurzame ontwikkelingen.” ♦

HET BELOOFT EEN **GOODYEAR** TE WORDEN

Goodyear Dunlop Retail Partners en Salland Olie opereren binnen dezelfde bandbreedte

Als ruim 100-jarige achteroverleunen, achteromkijken en genieten van je zeer fraaie trackrecord? Niet voor het ambitieuze team van Goodyear Dunlop Retail Partners (GDRP)! In gesprek met Henk Reinbergen, Retail Development Manager Nederland bij GDRP, over zijn strategie en over de rol van Salland Olie daarin. Aangeschoven zijn ook Gilbert Pastink en Hans Fritzsche, vertegenwoordigers bij Salland Olie.

Geboren netwerker

Henk, fervent liefhebber van de golfsport, heeft zijn sporen verdiend in de retail. “Ik ben een echte retail man. Voordat ik bij Goodyear Dunlop terecht kwam, heb ik het netwerk van onder andere The Phone House mogen helpen opbouwen. Na jaren voor werkgevers aan de slag te zijn geweest, en daarbij een stevig netwerk te hebben opgebouwd, maakte ik de stap naar het eigen ondernemerschap. Ik begon mijn eigen winkels. Een paar jaar geleden heb ik deze verkocht, waarna ik in november 2011 naar Goodyear Dunlop ben gegaan.”

Het scheppen van een band

Ook bij zijn huidige werkgever, is het bouwen van een netwerk van groot belang. “Ik vind het geweldig om iets op te bouwen.” Het feit dat Henk zelf ondernemer is geweest, komt in zijn huidige functie uitstekend van pas. “Omdat ik me goed in onze doelgroep

– de ondernemer – kan verplaatsen, ga ik relatief makkelijk met klanten om de tafel zitten. Vanwege mijn ervaring in het ondernemerschap, is het vertrouwen snel gewonnen. Deze ervaring schept een band.”

Salland Olie als exclusief partner

Over banden gesproken: de entrepreneur heeft in dienst van de bandenfabrikant, de eerste successen reeds geboekt: “Nu, anno 2015, zijn het er 90. Waarvan 7 Premio-vestigingen en 83 bandenspecialisten.”

Salland Olie speelt in dit geheel een bijzondere rol. Hans: “We werken - op exclusieve basis- sinds een jaar samen met GDRP. Deze samenwerking is ontstaan doordat Salland Olie al één van de zeven Premio-vestigingen als smeermiddelenklant had (en heeft-red.). We kijken altijd welke bedrijven of formules nog achter onze klanten zitten. Via onze klant Premio Banden en Autoservice Roban in Rozendaal, kwamen we in contact met Henk. En daarmee met zijn achterban.”

Mondiale strategie vraagt om lokale aanpak

Henk legt de gedachte achter het werken met partners (en Premio's) uit: “Ons bedrijf bestaat al meer dan 100 jaar. Op strategisch niveau is ervoor gekozen om de verkoop via de retailhandel te laten plaatsvinden. Deze strategie is mondiaal. We hebben wereldwijd meer dan 5.000 relaties, maar tot voor kort maakte de Benelux geen onderdeel van deze strategie uit. Met als gevolg dat we een retailkanaal misten, en dus ook verkopen aan diverse grote partijen. Om deze reden hebben we ervoor gekozen met partners samen te werken. Deze werkwijze biedt meer stabiliteit voor het bedrijf. Tegelijkertijd maakt dit ons uniek. We werken met twee concepten, te weten: partnership (bandenspecialisten) en hard-franchising (Premio-vestigingen).”

Fair share

“De werkwijze die wij hanteren is op basis van ‘share of business’. Aangezien wij als GDRP geen band verkopen, maken wij aanspraak op een deel van de totale verkopen bij een partner. Ons doel is daarom onze partners zoveel mogelijk te

faciliteren in de totale verkoop van banden; groeit die, dan groeit automatisch ons volume. De belangrijkste reden dat wij op een dergelijk manier te werk gaan, is risicospreiding. Hoe meer betrokkenen, hoe stabielier.”

Vanzelfsprekend staat daar ook wat tegenover: “Onze partners kunnen op hun beurt een beroep doen op onze expertise. Feit is namelijk dat veel van deze ondernemingen ooit zijn begonnen als specialist, en van daaruit zijn doorgegroeid. Vandaar dat ze vaak onbekend zijn met de markt, de ontwikkelingen, en hoe daarmee om te gaan. Door ons te focussen op regionale marktontwikkelingen, kunnen we daar goed op inspelen, en dus groei creëren. We kijken vooral naar zaken als onderscheidend vermogen, product- en dienstuitbreiding.”

“Het klikte meteen; dat was bepalend”

– HENK REINBERGEN

Homogene uitstraling

Uitbreiding is er dus ook in de vorm van een samenwerking met Salland Olie. “Het klikte meteen, dat was bepalend”, motiveert Henk zijn keuze voor Hans en Gilbert – en dus voor Salland Olie. “Ik vind het belangrijk om samen iets op te bouwen. Waar ik voortdurend naar op zoek ben is een homogene uitstraling van ons netwerk. Als ik bijvoorbeeld bij ieder van onze klanten het merk Texaco tegenkom, werkt dat plezierig. Waar het mij om gaat, is dat de consument bij iedere Premio-vestiging een stukje herkenning ervaart. Dit wekt vertrouwen. Daarnaast is Salland Olie een innovatief bedrijf, met eenzelfde soort visie, waardoor ze mij ook op de juiste manier weten te prikkelen.”

Lees verder op pagina 10.



• Vlnr: Hans Fritzsche, Henk Reinbergen & Gilbert Pastink



• Henk Reinbergen

Vervolg van pagina 9.

Kennis & kunde (over)brengen

“Waar voor ons ook de winst ligt, is het feit dat Salland Olie over een fors klantenbestand beschikt”, vervolgt Henk. “De samenwerking moet ervoor zorgen dat de oliemaatschappij business brengt in ons netwerk. En vice versa: ons netwerk kan een stukje stabiliteit bieden binnen het netwerk van Salland Olie. Wat mij betreft is dat model een klassieke win-winsituatie.” Hans bekrachtigt deze theorie: “Ons doel is kennis en kunde te brengen naar de Premio's; op het gebied van olie, maar ook op het gebied van verkoop. Door middel van onze brandstof besparende oliën bijvoorbeeld, zorgen we voor een onderscheidend aanbod binnen de Premio's. Vervolgens zie ik het als onze taak hen daarin te servicen.”

Perfekte match

Steeds meer is relevant dat er rekening wordt gehouden met de wensen en eisen van de klanten. En met overheidsbepalingen zoals de eis van de CO₂-reductie. Goodyear Dunlop speelt daar natuurlijk op in. “Onze banden bevatten brandstof reducerende elementen, zoals een lage rolweerstand”, licht Henk toe. “In combinatie met innovatieve smeermiddelen en brandstoffen als GTL, zorgt dit voor een uitstekende match, die perfect inspeelt op de nieuwste ontwikkelingen wat betreft steeds strenger wordende milieuregelgeving, en de bijbehorende consequenties. Dit sterke totaalpakket maakt dat wij geschikte zakenpartners zijn.”

Ondertussen wordt er aan een gedegen toekomstplan gewerkt. “We werken gestructureerd om terrein te winnen. Daarbij kijken

we in eerste instantie naar de lange termijn. Het plan is om binnen vijf jaar te groeien naar 60 Premio's in de Benelux.”

Met plezier op weg naar het succes

“Op weg naar het behalen van de doelstellingen, is het evengoed van belang dat we plezier beleven op de weg er naartoe”, verklaart Hans. “Natuurlijk hebben we onszelf een stevige doelstelling opgelegd, en om die te halen moeten we hard knokken. Dat het met Goodyear Dunlop op een prettige en vertrouwelijke manier kan, is daarom mooi meegenomen.”

Plannen maken is één, echter het uitwerken en succesvol uitrollen van deze plannen is duidelijk een andere tak van sport. Gilbert speelt daarin een cruciale rol. “Ik vind het prachtig om naast mee te denken ook mee te werken aan het in de praktijk brengen van de samengestelde concepten. Daarvoor bezoek ik regelmatig de ondernemers in het land, om met hen te sparren.” Dat betekent veel reizen en veel overleggen. “Dit kost uiteraard veel tijd. Maar geen energie; het levert juist energie op.”

Boodschap als doorslaggevende factor

Henk besluit: “Voor mij is samenwerking met een bedrijf, samenwerken met mensen. Met zowel Gilbert als Hans is die samenwerking goed. Mijns inziens is het de boodschap die bepalend moet zijn tijdens een gesprek met de ondernemer. Als die goed is, dan weet ik dat je wat te bieden hebt. De boodschap van Salland Olie klopt voor mij helemaal. En daar draait het in mijn ogen – en ook in die van onze partners – uiteindelijk om.” ♦

CHEVRON BORDUURT VOORT OP HET SUCCES VAN TECHRON

Aanbevolen door de automotive

Dit jaar zal het voor Chevron Lubricants en haar merk Texaco, als het gaat om consumentenproducten, vooral draaien om Techron. Deze innovatieve brandstofsysteemreiniger vindt in 2015 haar weg naar de schappen van garages, werkplaatsen en tankstations.

Chevron ontwikkelde Techron, met als doel consumenten het maximale uit elke getankte liter brandstof te laten halen. Het brandstofadditief is er als Techron Concentrate Plus voor benzinemotoren en Techron D Concentrate voor dieselmotoren. De reinigende bestanddelen van Techron verwijderen afzettingen op kleppen, injectoren en verbrandingskamers.

Nieuwe emissiewetgeving

Afzettingen in motoren zijn het directe resultaat van steeds strenger wordende emissie-eisen. Door nieuwe wetgeving worden er in de praktijk namelijk brandstoffen toegepast die een lager zwavelgehalte bevatten. Zwavelarme brandstoffen, waaronder biodiesel, hebben echter als nadeel dat vuildeeltjes slecht oplossen en eerder afzetten.

Indrukwekkende praktijkcijfers

De afgelopen periode is Techron uitvoerig getest door onafhankelijke instanties. Hierbij werd aantoonbaar dat de werking van Techron een positief effect heeft op het brandstofverbruik, het motorvermogen én de CO₂-uitstoot van een auto.

In maar liefst 400 langlopende praktijktesten, met een dwarsdoorsnede van het Europese wagenpark, was de werking van Techron duidelijk zichtbaar. Zo verbeterden de prestaties van de testauto's met 2,6% (diesel: 3,4%), nam de CO₂-uitstoot af met 7,4% (diesel: 6,5%) en daalde het brandstofverbruik zelfs met 8,7% (diesel: 8,6%).

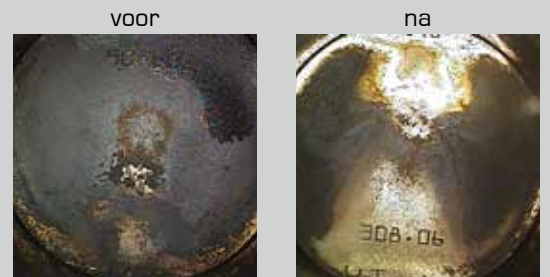
Extra service & omzet

Momenteel wordt Techron door een aantal grote autofabrikanten geadviseerd als preventief onderhoudsmiddel. Voor garagebedrijven betekent Techron dus meer dan een eenmalige dienst. Het kan doorlopend zesmaandelijks worden aangeboden aan klanten, en biedt tevens grote kansen op het gebied van extra service én omzet. Speciaal voor dit product is daarom een mooi baliedisplay ter beschikking gesteld.

Door nevenstaande QR-code te scannen, wordt u direct naar een video geleid met daarin een glasheldere uitleg over de werking van Techron. ♦

TECHRON
WORKS™

BRANDSTOFSYSTEEMREINIGER



Afzettingen in de verbrandingskamer op de kop van de zuiger ¹



Benzine injectoren ²



Diesel injectoren ³

- ¹ Boroscoopbeelden van testen met Europese benzinemotoren en Europese brandstof (2012)
- ² Directe brandstofinspuiting
- ³ Afbeeldingen van testen met Europese motoren en Europese brandstof (2012)



SALLAND OLIE IS 'AUTHORIZED TEXACO LUBRICANTS DISTRIBUTOR'

FOTOMOMENT VAN: MARC LOBEL

‘Oude liefde roest niet’. Als supervisor van het Salland Olie depot, houdt Marc onder andere oog op de tijdige bevoorrading hiervan. Hiervoor varen dagelijks schepen vanuit Rotterdam en Amsterdam naar Kampen.

“Zonder schip geen depot, en andersom natuurlijk. Het zit zo: de afdeling inkoop regelt de inkoop van diesel en benzine. Ik verzorg het juiste schip erbij om deze producten te vervoeren”, aldus de 44-jarige Marc. “Ook al zit ik 30 jaar in het vak, dit verveelt nooit. Wanneer er weer zo’n mooi schip aanmeert, dan kan ik enorm genieten.”

Hier speelt Marc’s oude liefde een rol: “Toen ik 12 was zat ik op het internaat van de binnenvaartschool, waar ik werd opgeleid tot bemanningslid voor op een schip. Jarenlang heb ik op - met name - de Nederlandse binnenwateren gevaren.”

Als voormalig stuurman is onderstaande foto een bekend uitzicht voor Marc. Zijn ervaring met en passie voor de scheepvaart zijn zeer waardevol in zijn huidige functie: “Door mijn achtergrond heb ik een klik met de scheepsbemanning. We spreken dezelfde taal. Bovendien roept deze samenwerking iedere dag weer mooie herinneringen op. Zo ook deze foto.”



In het vat

Di 17 t/m do 19 maart

Transport Compleet

Dé vakbeurs voor de totale transportbranche
Evenementenhal, Hardenberg
www.eventmentenhal.nl

Vr 17 t/m zo 19 april

WK Superbike

TT Circuit, Assen
www.ttcircuit.com

Za 25 april

Tulpenrallye

keuring
Athlon Car Lease, Almere
www.tulpenrallye.nl

Zo 10 t/m za 16 mei

Tulpenrallye

Jaarlijkse autorally
Saint-Vincent (Italië) – Noordwijk (Nederland)
www.tulpenrallye.nl

Do 25 t/m za 27 juni

MotoGP

TT Circuit, Assen
www.ttcircuit.com

GEVAT



colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie. 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 verveelvoudigd, 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 Maatschappij B.V.



100% gerecycled papier



SALLAND OLIE