

GEVAT

OKT 2014

#11

IN GESPREK MET...

**JAAP VERHOEK
EN VINCENT VOLKER**

ONTWIKKELING

**CONTACTLOOS BETALEN
MET TAG**

van XXimo hebben. Overigens was het ook de behoefte

überhaupt kwam. “Als aanvulling op onze Visa Greencard (een creditkaart waarmee aankopen automatisch worden geconverteerd in terugdringing van de CO²-uitstoot – red.), kregen we het verzoek van onze opdrachtgever om een ‘groene’ tankpas te ontwikkelen”, legt Patrick uit. “Gezien het feit dat oliemaatschappijen graag de controle houden over hun processen, bedachten we een nieuwe techniek die hierop inhaakt.”

Unieke mobiliteitsoplossing

De nieuwe techniek van XXimo, heeft als resultaat dat Salland Olie vanaf heden een unieke mobiliteitsoplossing kan bieden. Waarmee zelfs tol betaald kan worden.

De mobiliteitsoplossing beperkt zich echter niet tot alleen de autorijder. “Door gebruik te maken van XXimo voorkom je een administratieve rompslomp, omdat het langer nodig is allerlei bonnetjes te bewaren. Vrijwel elke reiziger heeft dus baat bij het systeem.”

En het is het mogelijk met XXimo samen te stellen (reizen op voor hand samen te brengen. milieuvriendelijk,

INTRODUCTIE KLANTENPORTAL SALLAND OLIE

PORTAAL NAAR DE BESTE SERVICE

Peter Hiele (41) is assistant manager accounting bij Salland Olie. Hij verruilde de detachering voor de oliemaatschappij, waar hij inmiddels al bijna 11 jaar werkzaam is. Van routine is desalniettemin geen sprake. Met dank aan de vele markante ontwikkelingen die hij van dichtbij mag meemaken. De meest recente daarvan is de introductie van de zogenaamde 'Klantenportal'. Peter neemt ons mee in zijn wereld en legt het hoe en waarom van dit inventieve project uit.

“Ooit begon ik mijn carrière bij een detacheringsbureau, omdat ik graag veel bedrijven wilde ontdekken. De administratieve werkzaamheden die ik destijds als ‘rekenmeester’ verrichtte, deed ik met volle overgave”, benadrukt Peter. “En dat doe ik nog steeds. Ook bij Salland Olie pak ik elke kwestie met beide handen stevig aan. Hoe ingewikkelder, hoe beter.

Peters ‘ontdekkingsreis’ naar verschillende organisaties strandde bij Salland Olie, in 2003 werd hij door Peter Groen gevraagd om

te blijven, nadat zijn project aldaar erop zat. “Ik heb ervoor gekozen om op zijn aanbod in te gaan, omdat Salland Olie het in zich heeft om elke dag weer iets nieuws te brengen. Wat dat betreft ben ik hier volledig op mijn plek.”

‘Real time’

En met ‘elke dag weer iets nieuws’ doelt Peter voornamelijk op de interessante projecten die hij regelmatig toegewezen krijgt. Zoals de introductie van de Klantenportal. Peter licht toe:

“Speciaal op verzoek van onze klanten hebben we een programma ontwikkeld waarmee iedere klant afzonderlijk inzicht kan krijgen in de actuele transacties en vertankingen die zijn gedaan. Maar ook: in de facturatie en alle tankpassen. Deze informatie kunnen ze binnen een uur na tanken raadplegen, en is dus nagenoeg real time.”

De werking van het programma gaat als volgt: “Op de website van Salland Olie kunnen klanten door middel van een eigen toegangscode inloggen, waarna er een unieke pagina verschijnt met de NAW-gegevens van de betreffende klant. De pagina toont de gegevens vanuit een

database, waarvan de gegevens naar wens geëxporteerd kunnen worden naar een Excelbestand. De gebruiker kan deze gegevens vervolgens opslaan en/of integreren in andere bestanden.”

Kosteloze service

En er is meer. Peter: “De Klantenportal maakt het onder andere mogelijk dat er direct kan worden ingegrepen, zodra de situatie hierom vraagt. Bijvoorbeeld als er sprake is van fraude, of wanneer er simpelweg een tankpas is zoekgeraakt. In dat laatste geval kan die direct geblokkeerd worden. Zo blijft iedere ondernemer die klant bij ons is, grip houden op de kosten. En dat is bepaald geen overbodige luxe. Zeker niet in de huidige economische marktsituatie, waarin veel bedrijven financieel nog altijd onder druk staan.”

Om diezelfde reden heeft Salland Olie het nagelaten om voor dit programma een vergoeding te vragen van haar klanten. “De Klantenportal wordt standaard bij onze dienstverlening aangeboden, en brengt géén extra kosten met zich mee.”

Gebruiksvriendelijk

Zaak dus om de Klantenportal snel live te laten gaan. Maar voordat het zover is, zal het programma eerst onder de aandacht moeten worden gebracht. En uitgebreid worden getest. “Het nieuws omtrent de lancering zal dezer dagen op onze website verschijnen, en onze buitendienst brengt het onderwerp ter sprake, wanneer deze om tafel zit met (potentiële) klanten.

In het 4^e kwartaal beginnen we vervolgens met de officiële pilot; deze zal bij enkele grote klanten van ons gaan draaien. Binnen een maand verwachten we de pilot te kunnen afronden. Daarna is het een kwestie van uitrollen, en kunnen al onze klanten gebruikmaken van de ‘Klantenportal’. En er hun voordeel mee doen.” Dat dat ook meteen lukt, trekt Peter niet in twijfel. “Vanwege de overzichtelijkheid en gebruiksvriendelijkheid van het programma, behoeft de Klantenportal geen speciale training.” Nóg een reden om de poorten van Salland Olie binnenkort binnen te treden... ♦

“De Klantenportal wordt standaard bij onze dienstverlening aangeboden. Hiermee willen we een stukje extra service bieden aan onze klanten.”

PRIMEUR VOOR DE KLANTEN VAN SALLAND OLIE

Salland Olie biedt alternatief voor gangbare tankpas

“Voortdurend op zoek naar nog betere oplossingen, dat is waar het bij ons om draait. Daar hebben we natuurlijk ook de juiste partners bij nodig.” Peter Groen –directeur Salland Olie- aan tafel met Frans Somers.

Sales Manager Frans Somers maakt zeven jaar deel uit van multinational Tokheim. Zijn expertise gaat echter verder dan alleen de verkoop. Hij legt uit: “Ik heb affiniteit met de commercie, maar dan gecombineerd met techniek.” In dat opzicht is Tokheim voor Frans een heel voor de hand liggende werkgever. Ondanks de relatief onbekende naam. En dat is opvallend, want Tokheim is allerminst een kleine speler op de markt.

Frans: “Tokheim is wereldwijd in 63 landen actief. Onderverdeeld in 3 divisies: de Dispenser Business Unit (DBU), de Systems & Electronics Business Unit (SEBU) en de Sales & Service Division Business Unit (SSD BU). Het hoofdkantoor is gevestigd in Parijs, het Nederlandse kantoor staat in Dordrecht.”

Onderscheid

”Tokheim heeft een heel groot marktaandeel in de tankstation branche. We hebben dit vooral te danken aan de onbemande terminals. Vanuit Nederland bedienen we de klanten die onze systemen, dispensers en dienstverlening willen.

Met onze onbemande betaalterminal, die volledig bestaat uit touchscreens, zijn wij op dit moment uniek. Zo proberen we onze concurrenten altijd een stap voor te zijn. Bovendien focussen we ons uitsluitend op benzinestations, waarmee we onze specialisatie vergroten.”

Gepasseerd station

De link naar Salland Olie is daarmee gauw gemaakt.

Peter: “Langzamerhand vervangt Tokheim al onze bestaande systemen. Daarnaast hebben ze de bestaande systemen reeds van de andere leverancier overgenomen.”

En dat had een reden: “We wilden ons netwerk fysiek veranderen, zodat het de veiligheid bij de terminals ten goede zou komen. Dat was de aanleiding om te kijken naar verschillende leveranciers. Met de systemen van Tokheim hebben we daadwerkelijk een slag kunnen maken. Het ging in eerste instantie om een totaal van 45 systemen, met mogelijkheid tot uitbreiding. Inmiddels zijn we dit station al ruim gepasseerd en kijken we uit naar nog meer.”

Efficiënt betaalsysteem

De ‘systemen’ waarop Peter zinspeelt zijn de (nieuwe) betaalmogelijkheden bij de pomp. “Immers, dit vormt de kern van het bestaan van ons bedrijf. Als het betaalsysteem namelijk niet werkt, dan stopt het in zijn geheel. En zijn wij ‘out of business’. In het verleden hebben wij helaas de nodige problemen gehad met de betaalsystemen, met als resultaat dat de efficiency van onze klanten in het gedrang kwam. Vandaar dat we ervoor hebben gekozen verder te gaan met een ander bedrijf. En wel met Tokheim.”

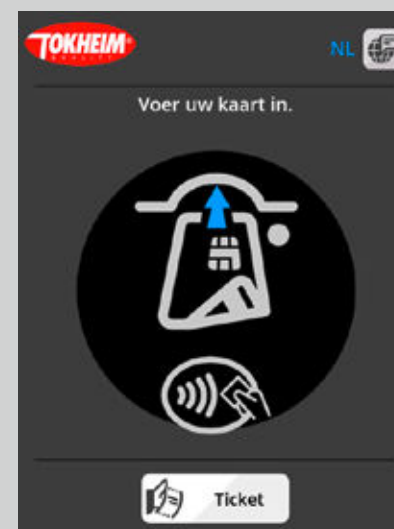
Niet alleen Peter, maar ook Frans is erg te spreken over de gemaakte deal: “Voor ons is deze overeenkomst van belang, omdat wij de kans krijgen iets nieuws te ontwikkelen waarmee gehoor wordt gegeven aan de wensen van de Firezone klanten. Logisch dus ook, dat zij de primeur van het uiteindelijke resultaat krijgen.”

Tag

Een resultaat dat de naam ‘Tag’ draagt, en de conventionele tankpas doet vervangen. Frans: “Deze nieuwe betaalmogelijkheid bevat een chip die van een afstand contact maakt met het betaalsysteem aan de pomp. Uiteraard dient er een code te worden ingevoerd alvorens er kan worden getankt, echter er hoeft niet langer een kaart in de terminal te worden gestoken om deze te kunnen uitlezen.”

RFID TAG

Binnenkort kunt u op alle stations van Salland Olie gebruikmaken van de handige RFID TAG. Tanken was nog nooit zo eenvoudig!



1. Houd uw TAG tegen de onderkant van het scherm om een transactie te starten.



2. Voer uw PIN code in, en eventueel uw kilometerstand indien de terminal hier om vraagt.



3. Nadat u uw brandstofkeuze heeft gemaakt, kunt u beginnen met tanken aan de geselecteerde pomp.

Peter legt het nut hiervan uit: “Het grootste probleem van het huidige betaalsysteem zit hem namelijk in het feit dat de laser in het apparaat zodanig is ingesteld, dat de pas er in één vloeiende beweging in en uit dient te gaan. Vaak wordt dat niet gedaan.”

Hij vervolgt: “Daarnaast is in de praktijk gebleken, dat betaalpassen wel eens schade oplopen. Denk bijvoorbeeld aan besmeurde handen die ervoor zorgen dat de pas vuil en dus onleesbaar wordt. De hoeveelheid nieuwe pasjes die bij ons wordt aangevraagd is hierdoor relatief groot. De ontwikkeling van de Tag was dus strikt noodzakelijk, aangezien we wilden voorkomen dat klanten niet langer konden betalen en daardoor ‘stil’ kwamen te staan.”

Makkelijker én veiliger

“De werking van de innovatieve Tag heeft als bijkomend voordeel dat beschadigde of bevuilde pasjes niet langer de betaalsystemen aantasten, hetgeen in het verleden voorkwam”, legt Frans uit.

“Wij hebben zo’n 60.000 passen uitstaan. Hoe minder problemen met en bij het betalen, hoe beter. Met deze Tag bieden we meer efficiency aan de klant én aan onszelf. Bovendien is de Tag moeilijk te kopiëren”, voegt Peter eraan toe.

Lancering: dit jaar!

En daarmee is de cirkel weer rond, aangezien veiligheid de voornaamste reden was om te kijken naar een alternatief betaalsysteem. Peter: “De traditionele tankpas blijft daarnaast echter gewoon bestaan, zodat we iedereen van dienst kunnen blijven zijn. Bij voorkeur lanceren we de Tag nog dit jaar.” ♦

“De ontwikkeling van de Tag was strikt noodzakelijk; voor ons én voor onze klanten”

LOGISTIEK DIENSTVERLENER VAN EUROPEES FORMAAT:
VERHOEK EUROPE GROUP

‘VERHOEK WERKT VANUIT VERTROUWEN’

Ruim een halve eeuw geleden in Genemuiden opgericht door hun vader. Die met één paard en één wagen transport van melkbussen en riet verzorgde. Voortgezet en (internationaal) uitgebouwd door vier kinderen, waarvan er nog drie in de operatie werkzaam zijn: Jan, Jaap en Henk.

Al sinds de jaren '90 is Salland Olie getuige van deze groei. In het hoofdkantoor van Verhoek Europe Group in Genemuiden, aan tafel met Jaap Verhoek (Technisch Directeur), collega Gerrit Kolk (Financieel Directeur) en Vincent Volker (vertegenwoordiger Salland Olie), komen we meer te weten over de achtergrond van deze lange en succesvolle samenwerking.

Gunfactor

Jaap Verhoek: “Salland Olie leverde ons al lange tijd olie. Natuurlijk wilde de voorganger van Vincent (Volker-red.) ook graag de brandstoffen leveren. Maar Verhoek is geen vlinder die, bijvoorbeeld voor een lagere prijs, van de een naar de ander fladdert. Echter, toen de toenmalige leverancier van brandstoffen werd overgenomen, bood Salland direct een goed passend alternatief en is de al bestaande samenwerking uitgebreid. De gunfactor speelde hier ook een rol.”

Groei

Collega-directeur Gerrit Kolk: “Toen ik in 1982 bij Verhoek begon was niet alleen ik, maar ook het bedrijf nog erg jong. Er reden 12 vrachtwagens voor de onderneming. Dat is nu wel anders (zie kader - red.). Echter ook toen al stond Verhoek goed bekend in de tapijtsector, vanwege de ruime ervaring die zij had in het vervoeren van tapijten. Bovendien had de onderneming klantenservice hoog in het vaandel staan, en waren alle afdelingen volop in ontwikkeling.”

Open grenzen

Hoewel Verhoek Europe Group financieel gezien in ‘gezonde toestand’ verkeert, heeft ook zij elke dag te maken met de vele internationale ontwikkelingen. De vervoerssector staat buitengewoon onder druk. Mede als gevolg van de ‘open grenzen’. Jaap: “Door voortdurend vooruit te kijken, nieuwe ideeën te bedenken en te blijven werken aan rendementsontwikkeling, weten we de crisis te trotseren. En natuurlijk hangt er ook veel af van de kostprijs. Immers, ook wij ontkomen niet aan het feit dat we met de tijd mee moeten. En dat betekent: bezuinigen waar mogelijk. Het voordeel voor ons is dat daar genoeg ruimte voor is, gezien onze internationale marktwerking. Zo hebben we ondernemingen in onder andere Polen en Roemenië.”

Uiteraard brengt ook dat de nodige uitdagingen met zich mee. Zoals een taalbarrière. Gerrit: “Daar hebben we een stokje voor gestoken. Om het kwaliteitsniveau van onze Nederlandse onderneming door alle filialen binnen heel Europa door te kunnen trekken, moet iedere buitenlandse medewerker van ons Engels of Duits kunnen spreken. Bovendien hebben we een vertaalbureau in de arm genomen dat ons daarbij ondersteunt. Al met al heeft dit, met name in de opstartfase, veel tijd in beslag genomen. Maar het was het allemaal meer dan waard.”

‘Kom eens uit die smeerput!’

Terugkomend bij Jaap, openbaart zich een opvallend feit. Waar je wellicht zou verwachten dat het zijn ultieme droom betrof zijn vaders bedrijf groot te maken, lag zijn ambitie in het verleden heel ergens anders.

“Voordat ik in het bedrijf van mijn vader kwam te werken, was ik monteur van personenwagens. Eigenlijk heb ik de overname van Verhoek Europe Group nooit echt geambieerd. Ik ben er gewoon zo ingerold. Wat ik het liefste deed? Ik wilde altijd al graag elektricien worden...”

Daar is Jaap ‘helaas’ niet in geslaagd. Wel kreeg hij een baan aangeboden in de werkplaats van Verhoek als vrachtwagenmonteur. “Daar begon ik in ’83, totdat ik acht jaar later opperde hogerop te willen. ‘Je kunt mooi l...’, kreeg ik als reactie van de Raad van Commissarissen. ‘Weet je wat jij zou moeten doen? Je moet eens uit die smeerput komen!’ En dat deed ik.”

Jaap begon met een stukje inkoop, auto’s uitzoeken, een technisch plan samenstellen et cetera. “Het financiële deel en de inkoop van grote hoeveelheden deed ik vervolgens samen met de directie. En zo gaat het nog steeds.”

“Bij ons zijn mondelinge afspraken ook gewoon afspraken!”

• Links: Vincent Volker & rechts: Jaap Verhoek



VERHOEK & GENEMUIDEN

Aan de krachtige strategie van Verhoek is door de jaren heen weinig tot niets veranderd. Iets dat niet over de omvang van het bedrijf kan worden gezegd. Bij Verhoek Europe Group werken ruim 600 medewerkers, verdeeld over 11 filialen in binnen én buitenland.

Met dit personeelsbestand en een vloot van 1.100 eenheden is Verhoek één van de grootste spelers op 't gebied van transport en logistiek binnen Europa. En toch, nog steeds vindt het bedrijf haar weg ook naar onder andere de bakker

op de hoek. Want ondanks het feit dat Verhoek iedere week ruim 30.000 zendingen verzorgd voor en aan multinationals in heel Europa, blijft het ook trouw aan de regionale eenmanszaken. Immers, juist deze bedrijven vormen de fundering voor de successen die Verhoek boekt.

Genemuiden staat bekend om haar toonaangevende rol in de tapijtindustrie. Het is de plaats waar alles ooit begon en waar nog steeds het hoofdkantoor van Verhoek gevestigd is.

Lees verder op pagina 10.



• Jaap Verhoek



• Vincent Volker

Vervolg van pagina 9.

Ervaringen uit het verleden...

Ondersteuning op het gebied van financiën of niet, Jaap heeft er een neus voor om het bedrijfsrendement te verbeteren. "Ik handel graag preventief. Neem nou de distributieauto's; deze gaan bij ons drie jaar mee. Langer willen we ze ook absoluut niet. Immers, torenhoge onderhoudskosten, daar zit niemand op te wachten.

Hetzelfde geldt voor schade", vervolgt hij. "Ik investeer graag in preventieve zaken, zoals bijvoorbeeld een stalen voorbumper op een vrachtauto. Dit ter voorkoming van hoge schadeposten in de toekomst. Beslissingen als deze neem ik op basis van ervaringen uit het verleden. Zoiets kun je niet van tevoren leren, dat moet je meegemaakt hebben."

Er volgen nog meer voorbeelden, en al gauw wordt duidelijk dat Jaap tamelijk ver gaat in zijn preventieve werkwijze. "Als ik een carrosserie gewijzigd wil hebben, dan teken ik die het liefste zelf uit, alvorens het naar de carrosseriebouwer gaat."

Een man een man...

Het continue vooruitdenken, maken van verbeterlagen en het door blijven ontwikkelen, vraagt om een leverende partij die op eenzelfde niveau opereert. "Salland Olie speelt in op de materie waarom

wij vragen. Als wij het idee hebben dat het anders moet, zoals in 1996 het geval was, toen wij alles hebben omgegooid wat betreft smeeroliën voor onze vrachtauto's, dan kunnen we te allen tijde rekenen op de steun van Salland Olie. Mede dankzij hen behoud ik het overzicht in de werkplaats. Zo hebben we bijvoorbeeld slechts drie verschillende oliën nodig, voor al onze vrachtauto's", aldus een tevreden Jaap.

"Desondanks wordt er zo nu en dan wel het één en ander met elkaar vergeleken. De verschillende aanbieders komen hier ook zo vaak aan de deur", verzucht hij. "Soms is het wel vermoeiend, maar aan de andere kant ook begrijpelijk. Bij ons gaat het namelijk om enorme volumes, en dan is de factor prijs geen onbelangrijk gegeven. En blijkt uit gesprekken met andere leveranciers dat het scherper kan, dan gaan we met Salland Olie om tafel om dat bespreekbaar te maken. Hen vervuilen voor een ander is er echter niet bij.

Bovendien is de basis van al onze gemaakte afspraken, sinds het begin van onze samenwerking, onveranderd gebleven. Waar dat vastligt? Nergens. Bij ons zijn mondelinge afspraken ook gewoon afspraken! Een man een man, een woord een woord. Immers, wat is nu een samenwerking zonder vertrouwen?" ♦

MOTOROLIE, TRANSMISSIEOLIE EN KOELMIDDEL DRAGEN SAMEN BIJ

CHEVRON MAAKT BRANDSTOFBESPARING MOGELIJK



Transporteurs zijn onverminderd op zoek naar manieren om de kosten van hun wagenpark omlaag te brengen. Echter, waar ze zich vaak nog onvoldoende bewust van zijn, is dat de keuze voor de juiste smeermiddelen kan bijdragen aan een beter bedrijfsresultaat.

Sinds een paar jaar voert Chevron Lubricants een grootschalig onderzoek uit onder een aantal gerenommeerde transport-ondernemers. Hierbij wordt gekeken naar trends in de sector en de gevolgen voor onder andere hun inkoopbeleid. Eén van de conclusies van dit Texaco Truck Report is dat slechts tien procent van de ondernemers de overstap op motorolie met lagere viscositeit overweegt. Dit terwijl een lagere viscositeit kan bijdragen aan een lager brandstofverbruik.

Om dit in de praktijk te bewijzen, liet Chevron naast de gebruikelijke laboratorium- en motorentests, gedurende een maand veldtests uitvoeren bij Gist Ltd: een groot vervoerder die onder andere voor koffieketen Starbucks en retailer Marks & Spencer rijdt.

Ursa Ultra: 3,47% besparing

De tests werden onafhankelijk en volgens zeer strikte richtlijnen uitgevoerd door de gespecialiseerde firma Emissions Analytics. In de testperiode werd het brandstofverbruik van zeven technisch identieke DAF CF 85's van drie jaar oud nauwgezet bijgehouden. Vier vrachtwagens vormden de controlegroep en reden met de standaard SAE 10W-40 motorolie. De overige drie reden in totaal 80.000 kilometer over de gebruikelijke vaste routes, maar dan met Chevron's Texaco Ursa Ultra X SAE 10W-30 motorolie voor E6-motoren. De resultaten waren verbluffend: gemiddeld haalden deze drie vrachtwagens een brandstofbesparing van 3,47 procent ten opzichte van de vier vrachtwagens uit de controlegroep.

Reliability based Lubrication programma

Brandstofbesparing is één van de kernthema's voor Chevron Lubricants. Niet alleen motorolie kan helpen het brandstofverbruik te reduceren, maar ook transmissieolie en koelvloeistoffen dragen hun steentje bij. Om de voordelen inzichtelijk te maken voor de gebruiker, heeft Chevron het Reliability based Lubrication programma (RbL) geïntroduceerd. Dit is een advies-gebaseerde aanpak waarbij klantbehoeften door de vertegenwoordiger in detail geïnventariseerd worden. Hierna wordt een advies op maat gegeven, eventueel aangevuld met een onderbouwing aan de hand van de online applicatietool. Daarmee worden de financiële voordelen zeer duidelijk inzichtelijk gemaakt: van bijvoorbeeld langere vervangingstermijnen, lagere onderhoudskosten of de overstap op een smeermiddel met brandstofbesparende eigenschappen.

Een onmisbare tool om klanten snel en eenvoudig inzicht te bieden in de voordelen van Chevron's productaanbod.

Techron HD: 3.5% besparing

Het tegengaan van inwendige vervuiling van de motor wordt steeds belangrijker. Zeker nu er in nieuwere motoren gebruik wordt gemaakt van hogere temperaturen in combinatie met steeds kleinere toleranties en sproeiopeningen, en de toepassing van biobrandstof. Dit kan zorgen voor afzettingen aan de injectortip, alsook binnen in de injectoren. Vrachtwagenmotoren kunnen hierdoor steeds minder efficiënt gaan werken.

Ook op dit vlak valt er voor transportonderneming en nog veel winst te behalen. Volgens het Texaco Truck Report, overweegt slechts zeven procent van de ondervraagden het gebruik van brandstofadditieven om het systeem schoon te houden. Een oorzaak van dit lage percentage kan zijn dat veel additieven niet de beloften waar konden maken. Texaco Techron HD heeft echter een bewezen werking.

In veldtesten met eenzelfde opzet als die bij Gist, haalden vier Volvo vrachtwagens van Poundland een aanzienlijke besparing dankzij de toepassing van dit innovatieve additief. De drie jaar oude Volvo FM7's reden gezamenlijk 320.000 kilometer over een testperiode van 18 weken. Techron HD behaalde met deze vier vrachtwagens een brandstofreductie van 3,5% ten opzichte van de andere vier die als controlegroep fungeerden. Voor Poundland was dit doorslaggevend om Techron HD voor de hele vloot in te voeren. ♦

5 Liter

Het onderweg op peil houden van de motorolie wil voor chauffeurs nog wel eens een probleem zijn. Zeker bij het gebruik van producten die niet bij elke truckstop te krijgen zijn. Terwijl het wel het behoud van de motor betekent en daarmee minder onderhoud en uitval. De Ursa low-SAPS motorolie van Chevron Lubricants staat niet overal in het schap. Vandaar dat er een 5-liter verpakking bestaat die eenvoudig mee te nemen is. Dit voorkomt ongeplande stops en oponthoud. Informeer ernaar bij uw vertegenwoordiger.



FOTOMOMENT VAN: GUUS LAKEMAN

Ook de 84^e editie van de Dutch TT Assen op 28 juni jl. stond volledig in het teken van sfeer proeven, vergapen aan mooie motoren en genieten van alle glitter en glamour op én rond de baan. Salland Olie stelde tijdens dit jaarlijks terugkomende evenement wederom haar VIP-box op het TT-circuit ter beschikking, om haar klandizie op een informele manier bijeen te brengen.

“En toch, dit keer was het net even anders dan anders”, aldus Guus Lakeman van Unlimited Communication. Unlimited is o.a. coördinator van het magazine GEVAT. Guus was één van de genodigden tijdens de TT-dag, en tevens medeverantwoordelijk voor de verrassende VIP-parkeerplaatsvulling. Daarbij doelend op een drietal fonkelnieuwe Jaguars. “Op het circuit worden topprestaties geleverd door de coureurs, met fantastische racemotoren. Een andere klant van ons, Jaguar Land Rover, maakt bijzondere auto's, die op een circuit niet misstaan. Vandaar dat wij het contact hebben gelegd tussen onze klanten, zodat er voor de TT-gasten een extra ‘wow’ moment ontstond. Zeker als ze een testrit in één van de Jaguars hadden gemaakt.”

Wilt u ook een foto insturen? Mail dan vóór zaterdag 1 november 2014 naar redactie@sallandolie.nl.



In het vat

Donderdag 9 oktober
Ronald McDonalds Rally

Rally voor het Ronald
McDonalds Huis te Zwolle
www.ronaldmcdonaldrally.nl

Di 14 t/m do 16 oktober
**Auto Professioneel en
Schadeherstel Vakbeurs**

Evenementenhal, Hardenberg
www.evenementenhal.nl/hardenberg

Di 11 t/m do 13 november
Transport Compleet

Dé vakbeurs voor de
totale transportbranche.
Evenementenhal, Venray
www.evenementenhal.nl/venray

GEVAT



♦ Illustratie: Rudi Jonker

colofon

GEVAT verschijnt exclusief voor Salland Olie, Post, DGV Olie en Schreurs 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 veeveelvoudigd, 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

