



‘Uiteindelijk streven we allemaal naar hetzelfde doel’

De Hans Severs-‘familie’: meer dan collega’s

Als één familie werken aan hetzelfde doel, zo omschrijven de medewerkers van Hans Severs de drive van het autobedrijf. Een ambitie en sfeer die zowel de collega’s voelen, maar ook de klanten. “Familiewaarden uit zich vooral in de betrokkenheid van de medewerkers. Dit voelt echt als ‘ons winkeltje.’”

Tekst Judith Kloppenburg | Fotografie DeBeeldredacteur.nl/Oscar van der Wijk

Dat de onderlinge verstandhouding tussen de medewerkers van Hans Severs goed is, blijkt wel wanneer ze aanschuiven voor het gesprek met INTO business. De grappen vliegen over en weer over tafel en vooruitblikkend op het interview ook al wat mooie anekdotes. Over de ‘Hans Severs-stellen’ die er in de loop der jaren al zijn ontstaan (Martijn en Mathieu vonden beide hun partner via ‘de zaak’), het opklimmen van snackbar-medewerker tot BMW-verkoopadviseur (eveneens Mathieu “ik heb de kans gekregen om me hier te bewijzen”), en de bescheiden inborst van sommige collega’s (“ik sta nu eenmaal niet graag op de voorgrond”-Matthijs).

‘ONS WINKELTJE’

“Hans Severs is van oorsprong een familiebedrijf”, vertelt vestigingsmanager David van de Moosdijk. “Deze basis zie je nog steeds sterk terug.” Die familiewaarden uit zich vooral in de betrokkenheid van de medewerkers, onderstreept MINI-verkoopadviseur Martijn van der Hek. “Dit voelt echt als ons winkeltje; alles wat hier gebeurt gaat ons persoonlijk aan.” Er zijn dan ook weinig lagen binnen de organisatie, vertelt monteur Niels Severrien. “We hebben een goed contact onderling en we weten wat we aan elkaar hebben.” “We letten goed op elkaar”, vult David aan. “Regelen zaken



Hylke Gerritse



Iverna Adema



Niels Severein

voor elkaar en lossen elkaars fouten op.” Martijn: “Iedereen heeft een eigen handleiding, maar je doet het uiteindelijk wel samen. Die handleiding kunnen we, als het nodig is, dan ook prima aan de kant leggen. We kunnen elkaar heus weleens schieten (lacht), maar tegelijkertijd kunnen we ook open zijn tegen elkaar, en eerlijk. Omdat we overleggen, van directie tot werkplaats, en elkaars mening waarderen, kunnen we als bedrijf groeien.”

‘DE MANIER WAAROP WE MET ELKAAR, DE AUTO’S EN HET GEREEDSCHAP OM GAAN, IS TYPISCH HANS: ZORGZAAM’

In de Hans Severs-familie moet je wel passen, vertelt receptioniste Iverna Adema. “Maar als je dan in het team past, pas je ook goed!” Persoonlijke kennis is bij het autobedrijf dan ook misschien wel belangrijker dan inhoudelijke kennis, vindt David. “Inhoudelijke kennis is bij te brengen. Karakter en persoonlijke eigenschappen kun je niet veranderen, en juist deze zijn essentieel in het omgaan met elkaar en de klant.” Juist die kennis van klanten en de persoonlijke benadering maken het bedrijf namelijk uniek, vult Niels aan. “Wanneer een klant de zaak binnenkomt, weten we wie hij of zij is en wat iemand rijdt. Dat geeft een gevoel van welkom zijn.”

De monteur verbaast zich er weleens over hoe anders dit is bij veel collega-autobedrijven. “Meestal werk je als monteur achter de schermen”, legt hij uit. “Bij Hans Severs treden ook wij op de voorgrond en hebben we contact en een relatie met de klant.” Logisch, vindt David. “De monteurs zijn degenen die de auto’s daadwerkelijk repareren en het beste kunnen uitleggen wat er aan de hand is.”

GEEN NUMMER

Ook Iverna verbaast zich weleens, vertelt ze. Over de spontaneiteit waarmee klanten regelmatig even aan komen waaien. “Dan sta je al op om een probleem op te lossen, maar blijken ze gewoon een kopje koffie te komen drinken, voor de gezelligheid. Klanten willen soms gewoon even ‘hier zijn’. Dat vind ik bijzonder en een groot compliment.” Er zijn zelfs nog mensen die een kaart sturen als ze met vakantie zijn, vertelt Martijn. “Of die cadeaus langsbrengen, zoals bij de geboorte van mijn zoon. Alsof we een beetje familie zijn.” Het is een wisselwerking, vindt Iverna. “Je krijgt wat je ergens insteekt. Ik vind het weleens knap van mijn collega’s dat ze zoveel weten over hun klanten. Niet alleen de verkoopadviseurs, maar ook de monteurs. En bij iedereen gaat dit vanzelf. Dat is dat bij de ‘familie’ horen; klanten zijn bij ons nooit een nummer en dat voelen ze.”

Wat dat betreft zijn we een open boek, vult service-adviseur Hylke Gerritsen aan. “De werkplaats is zelfs letterlijk open en voor of tijdens een reparatie kan men altijd met de mon-



Martijn van der Hek



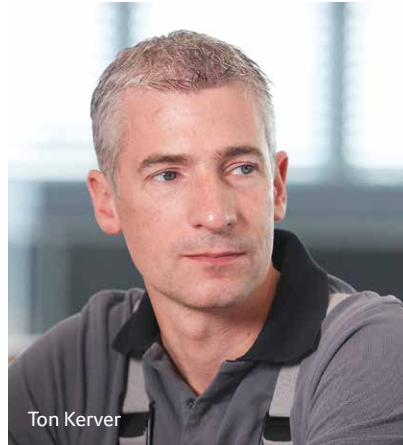
Max Meijer



Mattheijs Zijleman



Mathieu Ekkes



Ton Kerver



David van de Moosdijk

teur in de werkplaats meekijken.” Dat de monteurs na een reparatie zelf aan de klant kunnen uitleggen wat er hersteld is, geeft monteur Ton Kerver het gevoel erbij te horen, vertelt hij. “Zoals Niels al zei: we zijn geen onzichtbare krachten in de werkplaats, maar kunnen echt een relatie opbouwen met de klant.” “Kennis van techniek is essentieel”, vindt Hylke. “Niet voor niets hebben we monteurs aan het werk die al twintig tot vijfentwintig jaar in dienst zijn. We hebben zowel oude als nieuwe kennis nodig om de auto’s in optimale staat te houden. Die kennis koesteren we dan ook.”

WHAT YOU SEE IS WHAT YOU GET

De ontwikkeling die de medewerkers van Hans Severs door- maken is mooi, mijmert David. “Soms komen er jongens binnen... zó groen... En die worden dan dusdanig in het team opgenomen dat ze zich razendsnel ontwikkelen en zich ontpoppen tot hun eigen onmisbare schakel.” Dit ontwikke- len moet je wel willen, vult Iverna aan. “Maar als je laat zien te willen, is er veel mogelijk binnen het bedrijf.” Juist die sfeer en de groeiomstandigheden maken het werken bij Hans Severs leuk, vertelt Ton. “Je krijgt hier echt de ruimte om je eigen plek te vinden. Nieuwe monteurs proberen we deze waarden dan ook zo snel mogelijk bij te brengen en iedereen krijgt de kans om zijn eigen stempel te drukken op de organisatie.” Een benadering die de nieuwe fleetmanager Max Meijer aan den lijve ondervond. Na jarenlang bij een van de grootste frisdrankproducenten van de wereld te hebben gewerkt, koos hij onlangs voor een nieuwe uitdaging in de autobranche. “De sfeer hier is heel anders dan ik gewend ben”, vertelt hij. “Hans Severs is een vrij platte organisatie; iedereen heeft contact met iedereen en dat maakt het werken heel aangenaam. Collega’s zijn bereid om je te helpen, zonder dat je teveel aan het handje mee wordt genomen, en what you see is what you get. Dat ervaar ik als zeer prettig.”

WAT ZOU HANS DOEN?

Iedereen binnen het bedrijf kijkt en denkt als oprichter Hans Severs, komt Ton terug op die familiewaarden. “Regelmatig denken we ‘wat zou Hans doen?’. De manier waarop we met elkaar omgaan, maar ook met de auto’s en het gereedschap, is typisch Hans: zorgzaam. Alsof het je eigen spullen zijn.” Hans is heel straight forward, vertelt David. “Eerlijkheid, oprecht-

heid, sociaal zijn en netjes omgaan met elkaar en de materi- alen zijn waarden die voor hem vanzelfsprekend zijn en die zien we nog duidelijk terug.” “Hans komt bijvoorbeeld altijd door de werkplaats binnen”, vult Ton aan. (lacht) “Enerzijds omdat hij dan meteen ziet wat er eventueel niet klopt, maar vooral uit respect naar ons.”

‘ONZE KLANTEN ZIJN LOYAALEN EN WILLEN GRAAG BIJ DE FAMILIE HOREN’

De familiewaarden die het Hans Severs-team in staat stellen om met respect voor elkaar te werken, zijn dezelfde waarden die zorgen voor klantenbinding, vertelt Mathieu Ekkes, die zelf ooit als groentje bij het autobedrijf binnenkwam en de kans kreeg om door te groeien tot BMW-verkoopadviseur. “Door goed te luisteren en ons te verplaatsen in de persoon waarmee we te maken hebben, voelen we feilloos aan waar iemand behoefte aan heeft en kunnen we onze klanten de service bieden die ze verwachten.” De diversiteit aan klan- ten is dan ook groot, ziet Product Genius Matthijs Zijleman. “En niet alleen door de laagdrempeligheid van onze vestiging, maar ook door de diversiteit in opties. Zowel de MINI- als de BMW-familie bieden voor veel karakters en situaties een passende auto en de modellen kunnen bovendien meegroeien met de klant.” Dat meegroeien gebeurt dan ook veelvuldig, vertelt Martijn. “Onze klanten zijn loyaal en willen graag bij de familie blijven horen.” “De kracht van Hans Severs is dat we professioneel, maar toch persoonlijk en geïnteresseerd met elkaar en de klant omgaan”, vertelt Hylke tot slot. “En juist die persoonlijke benadering schept vertrouwen. Uiteindelijk streven we al- lemaal naar hetzelfde doel; mooie producten en goede service bieden. En dat zien onze klanten terug.”

Hans Severs

Alphen aan den Rijn - Woerden
www.hanssevers.nl



HANS SEVERS ALPHEN AAN DEN RIJN

Gouwelandenlaan 13 | 2408 ZG Alphen aan den Rijn
0172-422214 | alphen@hanssevers.nl | www.hanssevers.nl