

In vier jaar de beste

Dertig jaar oud, sinds vier jaar zelfstandig auto-ondernemer en nu ook nog eens het Autobedrijf van het Jaar 2013-2014. Wat kun je dan nog ambiëren, Marc Huisman?

Tekst en foto's Barend Luiting

Het Alphense bedrijf heeft een uitstraling die een formule waardig is. Sterker nog: Huisman zei het zelf tijdens het jaarcongres waarop hij als winnaar uit de bus kwam: "Ik zou het idee achter mijn bedrijf en de uitstraling best als concept willen uitrollen." We praten erover door in zijn kantoor terwijl hij zo nu en dan met een scheef oog de autoveiling in de gaten houdt: "Ik heb wat biedingen lopen waar zo de termijn van verloopt." Hoe serieus is de conceptgedachte? "De filosofie achter het bedrijf is een combinatie van de gekozen uitstraling en het omarmen van de mogelijkheden van internet en sociale media, maar ook van de achterliggende processen in de hand hebben en op alle details in het bedrijf letten."

EIGEN CONCEPT

Zaken die in de basis als franchiseformule kunnen worden uitgewerkt maar in dat geval wel afhankelijk zijn van de uitvoering door de franchisenemer. "Ik ben daar

een beetje huiverig voor", erkent Huisman. "Het liefste zou ik het zelf doen, maar dan verdeel je je tijd en aandacht weer over twee vestigingen. Idealiter zou ik een partner hebben die de vestiging kan runnen en een vergelijkbare visie heeft op ondernemen in de autobranche. Eentje die nog niet zo is vastgeroest in oude patronen maar wel iemand die let op de details. Het staat of valt

'Ik heb mijn eigen concept'

bovendien met de beschikbaarheid van een geschikt pand, al zal dat gezien de malaise in het automotieve onroerend goed momenteel wel loslopen." Geen moment komt de kersverse winnaar over als iemand die op zijn lauweren rust omdat hij op deze leeftijd al zo'n award binnensleept. Waar anderen er misschien van naast de schoenen gaan lopen, blijft Huisman bescheiden peinzen

over verbeterpunten en nieuwe plannen. "Ik vind het eigenlijk allemaal niet zo bijzonder wat we hier doen, maar als je zo'n prijs wint dan zet dat alles wel in het perspectief. Beter gevonden worden dan de andere kandidaten wil niet zeggen dat je niets meer kunt verbeteren." Onderdeel van de verkiezing is een bezoek van een consultant die met een stofkam door het bedrijf gaat. "Ook hij had verbeterpunten te melden en daarmee ben ik direct aan de slag gegaan in plaats van de kritiek te weerleggen."

GROEI

Inmiddels telt zijn bedrijf negen personeelsleden, waarvan sinds juli vier monteurs. "De noodzaak voor een vierde monteur was nog niet heel erg hoog, maar het is een strategische zet. Productiviteit per man is één, maar je moet ook tijd en ruimte hebben om spontaan binnenvallende klanten te kunnen helpen. Ik kon nu een goede monteur krijgen en als je er een nodig hebt kun je er geen vinden. Bovendien merk ik dat ik steeds meer werk krijg. We zijn nu met drie eerste monteurs en een tweede monteur die bijna zijn papieren heeft voor eerste monteur." Het team heeft vorig jaar zo'n drieduizend door-gangen gerealiseerd en zo'n duizend apk's. Ter ondersteuning van de werkplaats staat Cartal-Rijsbergen als leverende grossier,

Marc Huisman is zoals je dat noemt 'bewust universeel': "Uiteindelijk blijft de consument toch wel weg bij de dealer, hoezeer het merkkanal ook probeert de klant aan zich te binden."





maar daarnaast komt zo'n dertig procent van de onderdelen via de merkdealers om hem heen. "Via Motorhuis hebben we met Citroën een mantelovereenkomst, verder werken we veel met Part-One en de bestelsystemen van Mercedes en Renault. We doen ook veel BMW en dealer Hans Severs zit bijkans om de hoek. We komen er graag."

JONG

Zowel de voorraad gebruikte auto's als de auto's die in de werkplaats komen zijn over het algemeen jonge auto's. "Soms komt er weleens iemand binnen met een echt oude auto, die maar een prioriteit heeft: goedkope mobiliteit. Daar hoort een passend

prijkaartje bij, dat begrijp ik. Wij willen echter wel een kwaliteit leveren waar we zelf achter kunnen staan. Als je dan bij een apk de auto moet afkeuren wegens een defecte hoogtevastelling van de koplampen en je hoort vervolgens dat de concurrent de hoogtevastelling gewoon verwijderd en het gat in het dashboard afplakt om te kunnen goedkeuren dan is dat kwalijk. Voor de veiligheid, maar ook voor de klant die mij er vervolgens van beticht de boel te belazeren. Dan kom je in een lastige discussie. De klant heeft altijd gelijk, maar je weet ook dat jij juist hebt gehandeld. Dergelijke discussies heb je amper met jongere auto's."

Het werkplaatstarief bedraagt bij Huisman

59 euro excl. en daarvoor krijgt de klantenkring service in een werkplaats die vorig jaar nog compleet vernieuwd is. "We hadden vier werkplekken en dat zijn er nu zes. Wat ik belangrijk vind is dat we beschikken over een keur aan specifieke uitleesapparatuur. Behalve een Bosch KTS hebben we ook VAG-Com, een Op-Com, een Maxidas en een DEC Superscan. Recent moesten we nog een nieuwe DSG-bak inregelen bij een Scirocco en dat kunnen we dankzij goede apparatuur en bijbehorende training."

2NDBIT

Opvallend is dat de ondernemer zelf van alles op de hoogte wil blijven. "Zelf ben ik begonnen als monteur bij een Citroën-dealer hier in de buurt die het niet heeft gered. Ik weet dus wel waarover de technuten het hebben. Recent heb ik bij 2ndbit, de club van Erwin van der Velden en Frank Bouman, een training gevolgd over *pass thru* en het gebruik van de technische informatie die de Volkswagen Groep aanbiedt over haar producten. Ik kan er wel voor kiezen om dat aan de monteurs over te laten, maar ik wil zelf weten waar het over gaat. Nu weet ik dat *pass thru* niet eenvoudig is, zeker niet voor een universeel bedrijf dat meerdere merken onderhoudt en dus van verschillende merken de weg moet weten in de technische databases. Tegelijkertijd besef ik het belang ervan en weet ik dat we het moeten omarmen." <

