

Dik in orde met omzet en service van Qlima

16-11-2015 11:39



Qlima-leverancier PVG kent een zekere reputatie wat dienstverlening en service betreft. Die goede naam wordt bevestigd op een rondje langs de velden. Ondernemers hebben een hoge pet op van de inspanningen om de tevredenheid op niveau te houden.

“Eigenlijk nooit klachten”

Ronald Hoogeveen is bouwmarktmanager bij Karwei Hoogerheide (bij Woensdrecht). Hij toont zich tevreden over de service en omzetten van Qlima. “Op service-vlak heb ik trouwens niet zo veel ervaring. Dat wil zeggen, ik heb eigenlijk nooit klachten over Qlima-producten aan de hand gehad.” De winter komt er weer aan. We staan aan de vooravond van een hernieuwde belangstelling voor (bij-)verwarming. Over de resultaten vorig jaar is hij dik tevreden. “Ik moest drie pallets brandstof bijbestellen. Dat is natuurlijk het aantrekkelijke van de Qlima-kachels: hebben mensen eenmaal een kachel in huis, blijven ze terugkomen voor brandstof”, zegt Hoogeveen. Hij voegt er nog aan toe dat hij het jammer vindt dat Qlima vorig jaar zomer niet met aircó's op de markt verscheen. “Tijdens de tophitte was er geen één airco in Nederland meer te krijgen. Dat was een mooi moment voor het merk geweest om een doorbraak te forceren.”

Lof voor reputatie

René van der Molen is eigenaar van Enorm Van der Molen in Appingedam. Ook vanuit zijn kant lof voor de reputatie van PVG, hoewel hij het op dit moment moeilijk vindt om in te schatten wat de toekomst brengen

gaat. Kopers van het merk Zibro stroomden moeiteloos door naar Qlima. Dat gold dan vooral voor de verwarmingsoplossingen, met name dankzij het vrijwel identieke design. Of de consument de andere huisklimaatoplossingen weet te vinden, is vooralsnog koffiedik kijken. "PVG probeert zijn positie te verbreden. Ik weet niet of deze nieuwe merknaam de oplossing daartoe is. Dat moeten we nog afwachten."

Goede reputatie

Freek van de Geest is Hubo-ondernemer in Bunschoten. Hij toont zich tevreden over de prestaties van het merk, maar tekent daar bij aan dat er ook allerlei concurrentie valt te duchten. Dat kan wel degelijk consequenties hebben voor de omzet. "Het merk heeft absoluut een goede reputatie, maar ook de naam om redelijk aan de prijs te zijn. Ik kan nog niet helemaal inschatten of de verbreding van de aandacht positief uitpakt. Zibro was hier in ieder geval een typisch product voor bijverwarming, niet alleen in huis, maar bijvoorbeeld ook voor het vakantiehuisje of in het schuurtje. De markt maakt nu kennis met goedkopere alternatieven. Ook op internet kun je als consument aan je trekken komen. Dat zijn op zich bedreigingen die de omzet van dit merk voor mij in de winkel kunnen aantasten", aldus Freek van de Geest.

Omzet en marge

Tenslotte nog even naar Hans Heijmans, bedrijfsleider van de Boerenbond-vestigingen in het Brabantse Udenhout, Middelbeers en Moergestel. Op de vraag of hij tevreden is over de marge en omzet zegt hij: "Helemaal tevreden over de omzet zijn we natuurlijk nooit. Kan altijd beter". Deze opmerking hoor je eigenlijk wederom bij elke ondernemers of bedrijfsleider die daarna opnieuw wordt gebeld. En toch: "Zeker wat de apparatuur betreft, zijn het hoge kassa-aanslagen. Dus ja, je kunt ook wel stellen dat ik tevreden ben over de omzet en marge."