

Geloven in de dingen die we doen

16-03-2014 01:00



Hitachi heeft in 31 jaar tijd een professioneel dealernetwerk opgebouwd. De paradepaardjes daarin zijn de Hitachi Power-dealers. Lamberts: "Zij hebben duidelijk gekozen voor het merk. De Power-dealers moeten een breed en duidelijk assortiment voeren en trainingen volgen om de productkennis up to date te houden. Dat doen we bij ons of met de bus op locatie. Hitachi heeft de laatste jaren innovatieve producten in de markt gezet, dus moet je als verkoper op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen. Trainingen verzorgen we graag voor alle dealers."

Controle per cel

UVP (user vibration protection) en Li-ionaccutechnologie zijn twee voorbeelden van ontwikkelingen die aanvullende kennis behoeven. Aangezien er wereldwijd maar een paar fabrikanten van accucellen zijn, is het zaak dat je als merk de laadtechnologie tot in het detail beheerst, meent Lamberts. "Natuurlijk, het gaat om de techniek ter bescherming van de batterij en daar gaan wij ver in. Door een gepatenteerd systeem wordt het laadproces bij ons per cel gecontroleerd. Daardoor voorkom je onderstroom of overbelasting per cel. Heel veel andere systemen pakken de gemiddelde waarden van de hele accu, waardoor individuele cellen wel overbelast, dus beschadigd kunnen worden. Uiteindelijk gaat dat ten koste van de levensduur. Dat verschil moet je echt vertellen, want pas dan kun je de meerprijs uitleggen. En die meerprijs betaalt zich aan het eind

van de rit uit in winst.”

Flinke bezuiniging

De enorme evolutie van de accutechnologie resulteert ook in een enorme capaciteitsgroei. Met sommige accu's kun je zelfs een hele dag werken. Dat levert tijdwinst op. “Maar er is nog iets. Hitachi levert koolborstelloze machines waardoor de levensduur van de machine toeneemt, de onderhoudsintervallen aanzienlijk groter worden, waardoor het rendement verdubbelt. Je kunt namelijk veel meer schroeven. Misschien dat de machines in aanschaf iets duurder zijn, maar onder de streep bezuinig je flink.”

Met het 21 Ah-backpack kan zelfs de draadloze boorhamer de concurrentie aan met zijn snoerdragende broer. Logisch dat Lamberts ervan overtuigd is dat de accu op alle fronten de toekomst heeft. “Niemand weet waar het einde ligt. Feit is wel dat de vermogens enorm zijn toegenomen, zonder dat de machines in gewicht zwaarder geworden zijn. Voeg daar nog het gebruikscomfort aan toe en je kunt echt overal zonder stroombron aan de slag. En Hitachi heeft dan nog het voordeel dat de accu's bij een gelijk voltage op alle machines uitwisselbaar zijn. Dat houdt op de eerste plaats de accu vitaal, maar maakt de aanschaf van machines economischer: je kunt namelijk ook apparaten kopen zonder krachtbron. Dat scheelt weer.”

Voorsprong door innovatie

Lamberts weet dat de merkperceptie van Hitachi hoog is. Gebruikers hebben vertrouwen in de krachtbron, juist door de ervaring van gebruikers met de machines. “Dan koop je een merk op herhaling. Hitachi is een stabiel merk, waar onze verkopers achter staan. Wij ondersteunen hen door het organiseren van avonden, trainingen, fotomateriaal en ondersteunen hen op huisbeurzen. En gaat er iets stuk, dan moet je er als merk ook zijn. Moeten er machines naar ons gestuurd worden, komen ze binnen drie dagen retour. Puur vanwege het feit dat het transport niet sneller kan. Maar we hebben ook nog onze Power Service Dealers. Deze dealers beschikken over een uitstekend ingerichte werkplaats met door Hitachi-getrainde medewerkers. Zij mogen zelfs onder garantie repareren. Daarmee kun je je als dealer onderscheiden, ook in moeilijkere tijden. Wij zijn als merk verplicht om te blijven werken aan vooruitgang en innovatie om onze voorsprong te behouden. Hitachi zal geen rare sprongen maken of kronkels in het distributiebeleid leggen. Wij hebben gewoon het geloof in de dingen die we doen.”

Marc Nelissen