

“Wij willen de kers op de taart zijn”

13-12-2018 17:19



Het jaar 2017 leek gitzwart te eindigen voor de medewerkers van Posmark in Dronten. In november werd het faillissement uitgesproken, maar amper een maand later is Posmark weer 'back in action'. Onder leiding van de nieuwe eigenaar Anis Jadib begint de specialist in winkelinrichting helemaal opnieuw. "Ik heb met alle medewerkers gesproken en hen gevraagd of ze nog in Posmark geloven. Iedereen zei hardgrondig 'ja', alleen het was intern niet goed geregeld. Dat geloof in elkaar en het bedrijf is voor mij als ondernemer het belangrijkste argument geweest in mijn besluit om Posmark voort te zetten", zegt de 37-jarige directeur.

Inmiddels is Posmark verhuisd naar Meppel. "Daar is mijn andere bedrijf (een uitzendbureau, red.) ook gevestigd, dus ik heb het kantoor hier ondergebracht en elders in Meppel een ruimte gehuurd als magazijn en werkplaats. Dronten was logistiek gezien verre van ideaal, hier in Meppel zitten we centraler. Dat werkt veel efficiënter."

Mooie stappen

Bijna een jaar nadat hij officieel eigenaar werd van Posmark – 12 december 2017 – kijkt Jadib samen met bedrijfsleider Stefan Wasbauer, tevreden terug op het eerste jaar. "We hebben mooie stappen voorwaarts gezet. In onze werkplaats werken de mensen met zichtbaar plezier aan de projecten van onze klanten. En ook in de winkels zie je dat medewerkers weer trots rondlopen en aan het werk zijn. Dat is enorm belangrijk."

Voorafgaand aan het gebied van de uitstraling lag er een behoorlijke uitdaging voor Jadib en Wasbauer. "Ik ben in het najaar van 2017 binnengekomen en trof daar een organisatie waar de schwung uit was. Medewerkers liepen in gedateerde kleding en mede daardoor was de presentatie gewoon niet goed. Een van de eerste dingen die we hebben opgepakt, was dan ook de introductie van een nieuwe huisstijl: nieuw logo, nieuwe kleding en gereedschap. Dat had meteen effect. Je zag de medewerkers weer trots in onze bedrijfskleding werken", zegt Wasbauer.

Klantrelatie

De introductie van 'het nieuwe gezicht' van Posmark was een belangrijk onderdeel van de transformatie, maar de echte uitdaging lag voor Jadib aan de kant van de bestaande en potentiële klanten. "Zij hebben de periode voorafgaand aan het faillissement gemerkt dat het minder ging en dat beeld was natuurlijk niet zomaar verdwenen. We hebben daarom heel open en eerlijk met klanten gesproken over onze missie en visie. Daarbij is het vooral belangrijk dat we zelf geloven in onze eigen kracht. Ik ben er vanaf dag 1 van overtuigd dat we met ons team de beloftes die we doen, kunnen waarmaken. En dat niet alleen, door te focussen op de 25 jaar ervaring van het bedrijf en dat de kapitaliseren en als kracht in te zetten konden we ook sneller en efficiënter werken dan onze concurrenten. Daarom durfde ik ook tegen klanten te zeggen: je hoeft pas te betalen als je tevreden bent. En zolang je dat niet bent, ontvang je geen factuur. We hebben overigens alles mogen factureren." Kwaliteit voor omzet

Wat die beloftes van Posmark zijn? "Wij gaan voor kwaliteit boven omzetgroei. Ik wil een duurzame relatie met klanten en leveren wat ze willen: een oplossing waarmee zij in staat zijn om hun onderneming optimaal in te richten. Wij zijn een specialist in winkelinrichting en werken met een kernteam van vakmensen. Die medewerkers zijn het hart van Posmark en we stemmen onze opdrachten af op wat we aankunnen."

Posmark gaat niet voor een grote order extra waarvoor ze vervolgens mensen van buiten moeten invliegen. "Daarmee raak je toch een deel van de regie op de kwaliteit kwijt. En dat is voor ons gewoon geen optie. Wij willen de beste winkelinrichter van Nederland zijn, niet de grootste. We gaan niet voor het laaghangend fruit."

Investeren in medewerkers

De continue hang naar kwaliteit vertaalt zich ook in het opleiden van de medewerkers. Wasbauer: "Daar hechten wij veel belang aan. Door onze mensen verder te scholen, verdiepen zij hun kennis, worden ze nog betere professionals en daarvan profiteren zowel de medewerkers zelf als Posmark. Onze medewerkers voelen zich gewaardeerd en zijn gemotiveerd en enthousiast. Dat is een belangrijk doel binnen Posmark: met een grote glimlach op je gezicht naar je werk gaan."

Het was voor de medewerkers van Posmark overigens wel wennen aan die nieuwe verantwoordelijkheden en investeringen in hun persoon. "Ze waren niet gewend dat ze mochten meedenken over de toekomst van het bedrijf en hun mening konden ventileren. Dat was voor iedereen wennen, maar zij ervaren nu ook hoe positief dat uitwerkt. Ook dat vergroot de betrokkenheid enorm."

Ondernemer en leverancier

De lijst met namen van klanten toont grote namen en merken. Van Intergamma en Ikea tot supermarktketens

Plus en Lidl. Maar ook voor fabrikanten biedt Posmark diensten aan. Jadib: "Dat is echt een van onze sterke punten. De ene dag staan we in een bouwmarkt in opdracht van de ondernemer, terwijl we een dag later in dezelfde bouwmarkt aan de slag kunnen zijn voor een leverancier van die bouwmarkt. Daardoor kennen wij de markt. We weten waarover we praten en daar profiteert de hele markt van."

Daarnaast breidt Posmark langzaam maar zeker zijn aanbod uit. Wasbauer: "Hoewel we vooral een winkelinrichter zijn, positioneren we ons als specialist in retailservice. Dus ook de merchandising, betaalsystemen en ICT-ondersteuning spelen daarin een belangrijke rol. Wij begrijpen de wensen van de retailer en willen hem of haar in staat stellen op een goede manier zaken te doen. Dat betekent dat de winkelinrichting op orde is, dat de producten in de winkel goed gepresenteerd worden, er betaald kan worden en dat de automatisering op orde is."

Kers op de taart

Voor al die zaken kan de retailer bij Posmark terecht. "Wij werken met passie. Dat vertaalt zich binnen het bedrijf en daarbuiten. Omdat wij voor kwaliteit gaan en daaraan ook echt geen concessies willen doen, weten onze klanten ons te vinden. Dat horen we ook echt terug van ze", aldus Wasbauer. "Wij gaan niet voor de grote volumes, daar zijn anderen voor. Kwaliteit, daar gaan wij voor. Iedereen wil taart, laat ons dan de kers op de taart maar zijn", vult Jadib aan.

VCA-certificering

Een van de belangrijke investeringen die Posmark het afgelopen jaar heeft gedaan is de VCA-certificering van alle medewerkers. Wasbauer: "Dat is ook wel een vraag vanuit de markt. Veilig werken is essentieel. Bij ons op de eigen werkvloer, maar zeker ook bij onze klanten op locatie. Om te tonen dat we hiermee zorgvuldig omgaan, hebben we alle medewerkers VCA-gecertificeerd. Ook weer een kwaliteitsslag die we hebben gemaakt."

Schoonheid

Directeur/eigenaar Anis Jadib van Posmark ziet naar eigen zeggen overal schoonheid in. "Ik hou ervan om oude dingen op te knappen, het heeft geschiedenis, het leeft. Dat maakt het waardevol. Datzelfde geldt voor oude auto's. Ik ben groot fan van oude Saabs. Zo kijk ik als ondernemer ook. Verder dan de buitenkant alleen. Als ik een jaar geleden alleen naar de buitenkant van Posmark had gekeken, was ik er misschien niet aan begonnen. Maar ik zag het potentieel in de medewerkers en de klanten. En kijk waar we nu staan. Niet alleen ik ben enorm trots, dat zijn we hier allemaal!"