

## Wow-factor: Werken aan 2.0 is helemaal van deze tijd

13-02-2021 13:59



**Eerst maar even voor de duidelijkheid. Wat is er aan de hand met je?**

“Ik werk aan Heus 2.0”, zegt Heus lachend. “Ik kreeg een nieuwe heup en zit momenteel in een revalidatieproces. Dat vordert heel goed, maar ik kan niet de deur uit en kon dus geen WOW-factor voor MIX maken. Maar wat gaaf dat jullie ervoor kozen om mij nu te interviewen.”

**Het is een beetje vreemd. Deze rubriek is eigenlijk bedoeld om mensen van buiten de sector aan het woord te laten en hen DHZ-retail te laten inspireren. Maar als bedenker van de WOW-factor mag dit wel een keer. Vertel eens iets over jezelf.**

“Ik ben Frank Heus. Gelukkig getrouwd met Jolanda en we hebben samen een fantastische dochter Jinx. Jolanda is een schippersdochter van Friese komaf. Ze is fantastisch, nuchter en ondernemend en echt mijn steun en toeverlaat. Zelf ben ik 49 jaar, maar ik voel me nog dagelijks 30. In mijn hoofd dan he? Qua energie. Ik ben een zoon uit een ondernemersgezin. Mijn ouders en mijn broer hebben allemaal eigen bedrijven, maar ik

heb als enige gekozen voor een carrière in loondienst. Op mijn 13e had ik mijn eerste eigen bedrijfje, maar na mij studie startte ik bij British American Tobacco, ging ik naar Henkel, daarna naar PPG. En toen vroeg Hans Biesheuvel me voor PGZ en Feeder One. Dat was fantastisch leuk, maar liep uiteindelijk anders dan ik zelf wilde. En daarna kon ik ging ik aan de slag bij Bolton Group voor onder andere Bison, Griffon en Airmax.

**Wie jouw ondernemende geest een beetje kent, zal niet in eerste instantie aan een corporate carrière denken.**

“Ik zie mezelf liever als een ondernemende rebel in een corporate organisatie. Als je ruimte krijgt, kun je het veranderen en successen behalen. Daarvoor moet je wel eerst aan de aandeelhouders laten zien dat het anders kan. Het bedrijf waar ik nu werk is wel een corporate, maar nog steeds een familiebedrijf en heeft gelukkig heel entrepreneurial aandeelhouders eigenaresse. Maar ook hier moet je eerst resultaten boeken en zo credits opbouwen. Je moet de interne organisatie ook meekrijgen, anders heb je steeds strijd. Dus steeds weer uitleggen waar je mee bezig bent, waar het om draait. Je mensen dat WOW-gevoel geven. Dat kost veel energie, maar geeft veel energie bij je collega's. Zij betalen dat dan weer terug met een boost voor jezelf en zo kun je zelf nóg meer energie geven. Dat geeft adrenaline en een winnaarsmentaliteit.”

**Je bent behoorlijk veeleisend, hoor ik.**

“Haha, inderdaad! Voor mij is het vanzelfsprekend. Ik ben er mee opgegroeid. Maar ik heb er geen moeite mee als we onderweg soms een afslag tegenkomen, een drempel moeten nemen of een boom op de weg tegenkomen. Als we maar aan hetzelfde doel werken. Aan dezelfde strategie. Als we een korte-termijn-uitdaging tegenkomen, lossen we die op en zien we later wel hoe we voor de langere termijn het proces verbeteren door de mensen te coachen.”

**En die vroege maandagochtend-meetings met je sales-team en 'niet-tanken langs de snelweg'?**

“Hoe weet jij dat allemaal?”, lacht hij. “Vergelijk het met topsport. Ik wil dat iedereen optimaal voorbereid is en zijn eigen verantwoordelijkheid neemt. Je moet alles weten van je teamgenoten en van je tegenstander. Als jij weet dat iemand een zwakke backhand heeft, of hij altijd over je linkerbeen passeert, kun je je daarop voorbereiden. Zo wil ik ook dat mijn salesmensen maandagochtend vroeg 'ready for departure' zijn. Daar hoort bijvoorbeeld bij dat ze alle folders en acties van onze klanten in retail gezien hebben. En dat hun auto's zondags afgetankt klaarstaat voor een kickstart op maandagochtend. Onze klanten en wijzelf werken hard voor iedere euro. En dan vind ik het zonde om een snelwegdubbeltje extra te betalen als dat niet hoeft. Zorg dat je professioneel voorbereid bent.”

**Wat voor mensen heb je daarvoor nodig dan?**

“Net als in een voetbalteam heb je een mix nodig van jong en aanstormend talent samen met ervaren krachten met een brok routine die bijvoorbeeld terugkomen van een avontuur uit Spanje of Engeland. Ik geef mijn team aan helder doel en de teamleden veel vrijheid. Maar ze weten wel dat ze zichzelf voor de gek houden als ze A zeggen en B doen. Als je deze vorm van topsport niet leuk vindt, pas je niet in het team. Niet in onze business. Met plezier werken kost weinig energie maar wel veel effort.”

**Wat geeft jou dan intern de WOW-factor?**

“Als mensen zelf met fantastische ideeën komen. Een kans zien en met een goed plan komen. Neem bijvoorbeeld de stay@home-klussen tijdens de eerste Covid-golf. Zelf bedacht door mijn team. We kunnen niet de baan op, maar we kunnen wel dit en dat doen. En zo werd ik ook warm van het enthousiasme van de sales-

en marketingmensen om hun collega's in de productie te helpen toen die in de knel raakten. Dan kun je zeggen dat dat jouw pakkie-an niet is, maar uiteindelijk komt de klant toch altijd bij jou terecht. Wow als onze mensen dit initiatief zelf nemen."

### **En krijg je extern ook wel eens een WOW?**

"Zeker. Als retailers uit hun ivoren toren komen en hun uitdagingen aan je voorleggen en in een vroeg stadium hun plannen met je bespreken. Zodat je echt kunt samenwerken aan mooie dingen. Dat klanten alleen maar afwachten tot de fabrikant naar ze toekomt, die tijd is echt voorbij. Ik zie e-commerce wel sneller schakelen dan traditionele retailers met winkels en vind dat het tempo bij allebei echt omhoog kan omdat de eindgebruikers dit verlangen in deze tijden."

### **Hoe ziet DHZ-retail er over vijf jaar uit?**

"Ik weet zeker dat ondernemende winkeliers en ondernemende vestigingsmanagers een goede toekomst hebben. Als je wil dat klanten naar je winkel komen, moet je daar wel het verschil maken in ondernemerschap. Dat gaat van de servicebalie tot aan de winkelschappen en de kassa aan toe. Je kunt een fantastisch assortiment perfect op voorraad hebben met alle kennis, service en advies op de vloer. Maar als bijvoorbeeld de kassière met een collega zit te beppen, terwijl ze met jou afrekent, kun je zo de hele winkelervaring verknoeien. Iedereen wil contact. Zeker in deze tijd. En onthoud dit: zorg goed voor iedere klant. Ik leerde van mijn ouders dat je nooit aan een klant kunt zien hoe groot hij is of hoe groot hij kan worden, dus je behandelt iedere klant als een koning."

### **WOW-factor**

*Frank Heus heeft een succesvol track-record in dhz-industrie. Wie Heus kent, kent zijn drive en zijn enthousiasme. Voor MIX gaat hij – op strikt persoonlijke titel – op zoek naar de WOW-factor. Dit keer zit hij zelf in de stoel van de geïnterviewde.*

*\* De foto is genomen met inachtneming van de Corona-maatregelen*

Redactie