

‘Jong, maar met een schat aan ervaring’

ALS JE ZO'N REGEL IN EEN ADVERTENTIEKST LEEST, DENK JE TOCH BIJ JEZELF “WAT WILLEN ZE NOU EIGENLIJK?”
IMMERS, HOE KAN IEMAND DIE NET KOMT KIJKEN AL EEN SCHAT AAN ERVARING HEBBEN? ALS WE HET HEBBEN
OVER HET STARTEN VAN EEN BEDRIJF BLIJKT HET ECHTER HEEL GOED TE KUNNEN.

AVU klimaatbeheer, groothandel en importeur, is er een goed voorbeeld van. Marc Sollman begon ruim een jaar geleden voor zichzelf, maar dan wel met twintig jaar ervaring in deze branche. “Voor mijn veertigste, dat had ik al een tijdje in mijn hoofd. Als ik een eigen zaak wil beginnen dan

voor mijn veertigste en dat is gelukt. Op het juiste moment en, of het zo moest zijn, alles viel snel op z'n plek. Ik kon een pand huren en mijn ‘vaste’ garage had een prima vrachtwagen staan. Binnen twee weken had ik alles rond, ook het administratieve verhaal.”

Marc Sollman,
directeur (links) en
Richard Wellink

Meedenken en adviseren

Tja, dat klinkt allemaal leuk maar je hebt natuurlijk wel klanten nodig. ‘Ik liep natuurlijk al heel lang mee. Veel relaties wisten op grond van ervaring wat ze aan me hadden en een aantal van hen wist me snel te vinden. De klant stond en staat altijd voorop. Zo zit ik nu eenmaal in elkaar en dat weten ze.’

Producten leveren, maar vooral ook meedenken en adviseren. Vergroten van inzicht, soms leidend tot een andere oplossing dan eerder gedacht. En dan betekent een technische vooruitgang niet per definitie een verhoging van kosten. Eerder het tegenovergestelde.

Totaalconcept

AVU biedt een totaalconcept aan. Of het nu gaat om een woning of een utiliteitsproject. Van ‘kale’ tekening tot een heel project. En met vrijwel het gehele scala aan kennis van producten die iets met klimaatbeheer hebben te maken. Zonder volledig te willen zijn: airconditioning, vloerverwarming, luchtgordijnen, dakventilatoren, balansventilatie, luchtverwarming gasgestookt, luchtverwarming indirect gestookt, stralingsverwarming, convectieputten, warmtepompen Kijk voor meer informatie op www.avu-bv.nl

We pakken er even twee uit. De vloerverwarming en de airconditioning. Twee segmenten waar de groei nog steeds inzit. En, volgens Marc Sollman, zal dat voorlopig niet veel anders worden. En waarbij de vraag naar kwaliteitsproducten wel toeneemt. ‘Neem bijvoorbeeld de airconditioner. Wij hebben bewust gekozen voor een A-merk, prima om de gehele markt te bedienen. Van klein en eenvoudig tot de meest uitgebreide. Je kunt



natuurlijk onderin de markt gaan zitten, maar ook hier betaalt de kwaliteit zich uit. Goed afgewerkte en degelijke producten Daar wil men best iets meer voor betalen. Al was het maar om te voorkomen dat men binnen de kortste keren met een rammelbak zit. Oké, een beetje overdreven maar als je eenmaal een airco hebt aangeschaft moet hij toch wel een flink aantal jaren meekunnen. Goed functionerend en het liefst storingsvrij. Als je dat begrijpt, weet je waarom wij voor een A-merk hebben gekozen. Bovendien altijd in bedrijf gesteld conform STEK eisen.

“Groei is prima
maar het moet
wel beheersbaar
blijven.”



“Als je kwaliteit biedt krijg je ook meer klanten.”



“AVU biedt een totaal concept aan.”

Vloerverwarming. Steeds meer toegepast. Niet alleen in woningen, maar ook in bedrijven. Niet zo raar aangezien een dergelijke investering niet alleen zichzelf terugverdiend, maar voor veel meer comfort zorgt. Een woning of een hal van zesduizend vierkante meter? Voor AVU geen enkel probleem en indien gewenst inclusief de complete montage.

Niet gaan zweven

Een jaar bezig en de zaken gaan goed. Samen met zijn vrouw Carmen, Richard Wellink en twee chauffeurs runt Marc Sollman zijn bedrijf. Met binnenkort wat extra administratieve ondersteuning. Groei is prima, maar het moet wel beheersbaar blijven. “Of het nu gaat om producten, advies of het onderhouden van je relaties ...de kwaliteit moet het winnen van de kwantiteit. Altijd. Je moet voorkomen dat je gaat zweven.

Doe maar gewoon en blijf met beide benen op de grond. Bovendien, dat is inmiddels wel gebleken, als je kwaliteit biedt krijg je ook meer klanten. En dat heeft dan vooral te maken met de mond-tot-mond reclame, dat werkt nog steeds het beste. Eerst je klanten goed bedienen, daar begint het mee.”

Hoe groot wil je worden? Marc Sollman lacht: “Dat de club in de komende jaren wat groter zal worden, dat hoort erbij en dat is ook prima. Maar zoals ik het nu zie vind ik een team met ongeveer tien mensen wel het maximale. Dat is enerzijds nog goed te behappen en aan de andere kant kun je dan nog praten van een team. En daar hecht ik veel waarde aan. Mensen moeten voor elkaar willen gaan en met een veel groter bedrijf wordt dat toch lastiger.”

Tekst: Bob de Jong