

A portrait of Professor Willem Verbeke, a middle-aged man with a shaved head, wearing a dark suit, white shirt, and a striped tie. He is standing with his arms crossed in an urban setting with blurred buildings and lights in the background.

PROFESSEUR WILLEM VERBEKE

Continuer à développer,  
**à découvrir**, et à tirer  
parti de la formation

Notre monde évolue à un rythme effréné. Les informations et les développements techniques se produisent les uns à la suite des autres à une vitesse sans précédent. Il y a donc deux options : soit vous participez, soit vous abandonnez. Décider de participer signifie que vous devrez vous impliquer dans un développement personnel continu, continuer de relever des défis et suivre un enseignement ou une formation supplémentaire si besoin est. Dans ce contexte, Purmo Radson LVI a mis au point une gamme de programmes pédagogiques et de formations, dont un programme élaboré en étroite concertation avec Professional Capital et l'Université Érasme de Rotterdam.

“Je pense que c’est un monde bizarre”, est la remarque introductive du Professeur Willem Verbeke de Professional Capital. Il a, avec Maarten Colijn, mis au point un programme de formation intensive pour la haute direction de Purmo, Radson et LVI, qui est enseigné à l’Université Érasme de Rotterdam. “Je pense que c’est un monde bizarre dans la mesure où nous n’avons plus de mémoire. Les changements interviennent à une vitesse si incroyable que nous n’avons simplement pas le temps d’enregistrer toutes les informations qui nous parviennent. Nous réagissons donc de façon primaire et spontanée, ce qui implique que notre souplesse est déterminante pour notre réussite personnelle comme professionnelle. Cela ne veut pas dire, pour autant, que nous devons suivre tous les mouvements, mais cela signifie certainement que nous devons bouger en tandem et avec une flexibilité optimale en fonction des événements qui nous importent. Nous devons anticiper et apprendre. Chaque jour. Du moins, c’est l’idée.”

### ENGAGÉS

“Les entreprises et les organisations bénéficient le plus de personnes ayant un niveau élevé d’intelligence sociale. Ils nouent des contacts avec des interlocuteurs professionnels avec vigilance et compréhension. Ils savent mieux que quiconque à quel point il est important de traduire ce qu’ils entendent par des démarches et des solutions concrètes et pragmatiques. Des démarches que nos interlocuteurs recherchent. Parce qu’ils veulent aussi partager leurs connaissances et leur expérience pour pouvoir franchir l’étape suivante avec nous. Et ils sont confrontés au même problème : plus assez de temps pour arriver à suivre la vitesse incroyable des changements. Et nous sommes naturellement déterminés à rester dans le peloton de tête ! Donc le travail d’équipe est la solution.”

### DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Le Professeur Willem Verbeke poursuit : “Les vendeurs professionnels sont naturellement doués d’une intelligence sociale. Leur débrouillardise leur permet d’établir de nouvelles connexions extrêmement rapidement. Ils voient et reconnaissent les opportunités qui leur permettront, à eux comme à leurs interlocuteurs, de se développer. Dans notre cours à l’Université Érasme, nous montrons aux gens de Purmo Radson et LVI les chances que notre époque moderne leur offre. Nous leur apprenons à s’adapter afin que cela se retourne à leur avantage par la suite. À la fois en tant qu’êtres humains et en tant que professionnels. Une nouvelle conscience, une nouvelle mentalité qui conviennent



à notre époque moderne. Une époque qui non seulement exige vitesse et créativité, mais aussi une attitude d’entrepreneur. En d’autres mots : l’esprit d’entreprise. Ce dernier, d’ailleurs, ne vient pas tout seul, vous devez avoir envie de vous battre pour lui. Et ce n’est pas ce que vous voulez qui importe, mais par-dessus tout ce que veut le client. Si nous voulons réussir et nous distinguer, alors nous mettrons les intérêts de nos clients au-dessus des nôtres. Lisez entre les lignes et nous verrons que cela signifie que nous sommes en quête de besoins implicites.”

### NOUS APPRENNONS DE NOS ERREURS

“Pour continuer à réussir et à nous distinguer à long terme, il est impératif que nous partagions les informations et les

connaissances les uns avec les autres. L’échange d’idées est dans l’intérêt à la fois de l’équipe et de la collectivité ainsi que de l’entreprise”, explique le Professeur Willem Verbeke. “Après tout, tant les gens que l’entreprise doivent se développer. L’entreprise est la source ultime où se rassemblent toutes les connaissances, où elles sont filtrées et à nouveau partagées. Partager les connaissances équivaut à les multiplier. Mais l’apprentissage est indissociable d’un processus consistant à faire des erreurs et à en apprendre. C’est ainsi. Il faut par conséquent donner la possibilité aux hommes de faire des erreurs. Des erreurs dont eux-mêmes comme l’entreprise pourront apprendre. Parce qu’apprendre, c’est changer et changer, c’est apprendre. Si vous souhaitez rester en phase avec votre époque, il vous faudra être ouvert au changement. Et cela signifie changer au sens le plus large du terme. Parce que si vous apprenez quelque chose, quelque chose se modifiera, non seulement dans votre cerveau, mais aussi dans votre comportement. Certaines connexions se renforcent et l’on apprend non seulement à penser différemment, mais aussi à agir différemment.”

### CONSCIENT ET SÛR DE SOI

“C’est la raison pour laquelle nous nous focalisons, notamment, dans notre formation sur ce que vous pouvez apprendre et utiliser des autres y compris de vos collègues, clients et partenaires stratégiques et comment. Et inversement : ce que vous pouvez apprendre aux autres. Vers quoi nous dirigeons-nous ? Où allons-nous ? Qu’allons-nous faire une fois arrivés ? Des questions comme celles-ci, une fois de plus, nous apprennent à nous interroger sur les objectifs de nos actions au jour le jour. Donc, en fin de compte, nous aidons essentiellement les gens à retrouver leur conscience d’eux-mêmes. Ce qui, dans la pratique, implique qu’ils abordent le marché plus sûrs d’eux et avec le degré d’introspection requis”, conclut le Professeur Willem Verbeke. ■



*Vous n’apprenez à bien faire qu’en trouvant ce qui ne va pas*

## Purmo fournit des informations sur le TGA Expert Forum

Le TGA Expert Forum, qui se tient chaque année dans quatre grandes villes allemandes, est une plateforme d'échange d'informations de premier plan pour les ingénieurs de production et les experts de l'industrie. Purmo, qui est impliqué dans ce forum depuis des années, se concentre sur les questions relatives au climat à l'intérieur et sur l'utilisation efficace des échangeurs de chaleur. Participant à la question du Forum concernant les "Intelligent Energy Concepts", le consultant de Purmo, Manfred Falk, chef des ventes régional auprès de Rettig Germany, a fait un rapport à l'été 2011 sur les derniers résultats des recherches émanant d'Allemagne et de Scandinavie. Il est apparu que de nombreux ingénieurs sur le forum n'étaient pas au courant du fait que le chauffage basse température dans les radiateurs procurait un taux élevé de confort thermique. Les ingénieurs ont discuté avec grand intérêt des résultats des recherches présentés par Purmo. L'Expert Forum est organisé par tab, l'un des principaux journaux de la profession dans le secteur



de l'équipement du bâtiment en Allemagne. Purmo continuera à utiliser le TGA Expert Forum à l'avenir, notamment pour présenter l'expertise de la marque et informer l'industrie sur les questions importantes en matière de chauffage. ■

## Purmo: un pré vert comme média publicitaire



Toute l'année, les conducteurs de l'autoroute A7 près de Kassel, en Allemagne, sursautent en voyant des lettres de 75 mètres de large sur

65 mètres de haut, perchées au milieu d'un champ. Comme l'un de ces mystérieux cercles dans les blés, les lettres gigantesques "PURMO.DE" surgissent de nulle part, prenant les gens par surprise pour garantir une visibilité maximale. Environ 53 000 automobilistes passent tous les jours devant cet espace publicitaire incongru et ont une vue imprenable sur l'adresse du site. Pas d'images concurrentes à l'horizon et les gens peuvent faire l'impasse ou cliquer pour éliminer la pub comme pour les pubs traditionnelles dans les médias papier et en ligne.

Non contente d'accroître la visibilité de Purmo, la publicité en plein champ a également un aspect environnemental. Le lien entre la marque Purmo et le paysage évoque l'utilisation prudente des ressources naturelles – une question au cœur des préoccupations de l'entreprise. ■

## 45 ans à la pointe du savoir-faire et de la qualité

Radson (Rad pour Radiateurs et Son pour Zonhoven), fondée en 1966, a fêté son 45ème anniversaire en 2011. La marque est devenue leader de l'industrie du chauffage européenne au cours des dernières décennies. L'agence de recherche indépendante USP Marketing Consultancy mesure la notoriété de Radson, la force de l'image et de la marque auprès des installateurs et des consultants dans le secteur de l'installation néerlandaise une fois tous les deux ans. Cette étude révèle que Radson jouit de la notoriété de marque la plus forte aux Pays-Bas, les mots "innovation", "honnête" et "responsable" étant les associations clés avec la marque. Le marché considère Radson comme un fabricant de radiateurs ayant un rapport qualité-prix remarquable (plus de huit installateurs et consultants néerlandais sur dix connaissent bien Radson). Ces résultats ne sont pas étonnants étant donné que qualité et innovation ont toujours été au cœur des priorités de Radson.

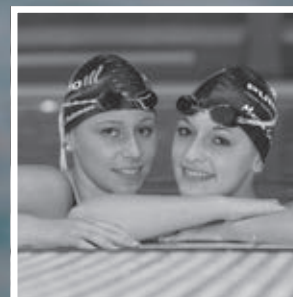
Radson est une marque qui couvre des générations et se fonde sur des partenariats à long terme. L'entreprise voit cela comme l'une des valeurs les plus importantes sur lesquelles construire sa marque avec succès. Cela se reflète dans le fait qu'en 2011, Radson a franchi pour la première fois la barre d'un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros en Belgique. ■



## Purmo sponsor de deux jeunes sœurs bourrées de talent

Ces jeunes athlètes prometteuses doivent être soutenues financièrement pour pouvoir concentrer toute leur énergie sur leur entraînement. Rettig Allemagne sponsorise deux jeunes nageuses, Marina et Ramona Sulzmann, qui, en dépit de leur jeune âge, se sont déjà fait un nom dans de nombreux tournois. Ramona, âgée de 19 ans a remporté la médaille de bronze aux championnats allemands en petit bassin en 2009 et a même arraché l'or au championnats bavarois en petit bassin en 2011. Sa sœur de 17 ans n'est pas en reste, ayant gagné deux médailles d'argent et une médaille de bronze au championnats bavarois en

grand bassin. Rettig Allemagne est conscient de l'ambition athlétique et de la détermination des sœurs Sulzmann qui, selon nous, correspondent à notre entreprise et à notre marque. Comme élément du contrat de sponsoring, les deux nageuses basées à Munich porteront des bonnets de bain marqués du logo "flamme" de Purmo. ■



## Une marque prend son envol



Y a-t-il de vue plus majestueuse que celle d'une montgolfière montant en flèche dans le ciel ? Pour la plupart, nous nous arrêtons médusés pour regarder avec une pointe d'envie chaque fois que l'une d'entre elles flotte au-dessus de nous, souhaitant pouvoir faire du ballon-stop. Rettig Germany a généré une couverture médiatique maximale avec sa montgolfière Purmo, comme par exemple lors de l'International Balloon Festival de Warstein, en Allemagne – le plus important de la sorte en Europe. Lors de cet événement, le ballon Purmo s'éleva dans le ciel avec des centaines d'autres montgolfières devant une assemblée de 100 000 à 200 000 visiteurs de ce festival de 3 jours. La Warstein International Montgolfiade, qui tire son nom des frères Montgolfier, les inventeurs du ballon, est la principale compétition de montgolfières en Europe. L'événement représente une unique occasion pour Rettig Germany de présenter la marque Purmo à un large public. ■