

**Middenin het centrum van Den Haag prijken 2 nieuwe torens van 140 meter hoog, met elkaar verbonden via laagbouw. Het kantoorgebouw heeft een omvang van 132.000 m<sup>2</sup>, telt in totaal 41 bouwlagen en biedt ruimte aan 4.050 werkplekken. Vanaf begin 2013 zullen de ministeries van Justitie, Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties hun intrek nemen in dit imposante gebouw. Om de medewerkers straks een behaaglijke temperatuur te kunnen bieden leverde Radson 7.400 radiatoren voor nieuwbouwproject, genaamd JuBi.**

De standaardverdiepingen in de torens zullen verwarmd worden door middel van betonkernactivering\* met een temperatuurtraject van 50/40°C en is aangesloten op stadverwarming. Een luchtbehandelingsysteem zorgt vervolgens voor verse lucht in het gebouw. Betonkernactivering biedt vele voordelen, waaronder een behaaglijk binnenklimaat en energiebesparing door de lage temperaturen. Echter kleeft er ook een nadeel aan: het systeem reageert traag op snelle temperatuurswisselingen. Radson leverde daarvoor de ultieme oplossing.

#### ZELF TEMPERATUUR BEÏNVLOEDEN

Om de ruimtes snel te kunnen verwarmen, vullen lage temperatuur-radiatoren aan de gevels de basisverwarming (betonkernactivering) aan. De gebruikers kunnen de radiatoren bijvoorbeeld aanzetten wanneer het buiten snel kouder wordt. In tegenstelling tot betonkernactivering, is de warmte van een radiator namelijk snel voelbaar. Daarnaast kunnen de gebruikers de radiatoren zelf bedienen. Over het algemeen vinden mensen het erg belangrijk de mogelijkheid te hebben om de temperatuur in hun eigen kamer te beïnvloeden. Een ander voordeel is dat de radiatoren warmte afgeven op die plaatsen in het gebouw waar dit het meest nodig is: dicht bij de raampartijen. Hier kunnen door tocht onbehaaglijke zones ontstaan. De combinatie van basisverwarming door betonkernactivering en individuele regelbaarheid door radiatoren biedt de gebruikers dan ook een enorm comfort.

#### DE LOGISTIEK ACHTER JUBI

Wat project JuBi bijzonder maakt, is de logistieke operatie tijdens de bouw. Het gebouw ligt op een steenworp afstand van het centraal station en is omringd met hoge kantoorgebouwen. Omdat het

bouwterrein geen opslagcapaciteit heeft, gebeurt de aanvoer van materialen just-in-time. Leveranciers ontvangen voor hun levering een bouwplaatsticket met daarop dag en tijdstip, op een kwartier nauwkeurig. Hierdoor ontstond een georganiseerde aanlevering van materialen. Partner groothandel Technische Unie verzorgde samen met Radson de just-in-time levering van ongeveer 100 radiatoren per week, verspreid over een periode van 18 maanden.

#### STRAK ONTWERP DOOR VERBORGEN LEIDINGEN

Architectenbureau Prof. Hans Kollhoff ontwierp het gebouw. Zij kozen voor het model 'Integra' van Radson, een strakke compacte radiator die dicht tegen de muur kan worden geplaatst. Ook belangrijk is dat het model zowel links en als rechts kan worden bediend. Kenmerkend aan het type 'Integra' is de onzichtbare stijgbuis van de aanvoerleiding. Deze bevindt zich geïntegreerd achter het voorste paneel. De onderaansluitingen zijn speciaal voor project JuBi ontworpen. Achter de radiator bevinden zich de ophangconsoles. Dit, samen met het onzichtbare leidingwerk en een nette afwerking, maken van model 'Integra' een zeer strak geheel.

#### HOOG VERMOGEN, OOK BIJ LAGE TEMPERATUREN

Het model 'Integra' maakt gebruik van het 2- op -1 principe. Een breder warmwaterkanaal geeft ruimte aan 2 laspunten voor de convectorlamellen op het watervoerende kanaal. Hierdoor geeft de radiator zelfs bij lage temperaturen een hoog vermogen af en is de gebruiker verzekerd van een snelle opwarming van de ruimte. Naast het strakke ontwerp en het hoge vermogen is de 'Integra' radiator van Radson de enige radiator waarop alle onderdelen fabrieksmatig op zijn voorgemonteerd. Dit levert een besparing op voor de installateur, doordat de montagetijd korter is en er minder faalkosten optreden. De Integra wordt geleverd met een garantie van 10 jaar. ■

\* Betonkernactivering is een verwarmings- cq koelingsstelsel dat gebruik maakt van de gebouwmassa. In de kern van de betonnen vloer (betonkern) worden watervoerende leidingen aangebracht; deze houden de vloeren/plafonds op een constante temperatuur. Een voorwaarde is dat er goede uitwisseling van temperatuur kan plaatsvinden door weglaten van het systeemplafond of open plafonds. Een watertemperatuurregeling kan ervoor zorgen dat het systeem reageert op binnen- en buitentemperaturen aan de diverse gevels.

# Slimme combinatie voor energiebesparing en comfort

Imtech verwierf samen met Homij installatietechniek opdracht voor het verzorgen van de gebouwinstallaties voor project JuBi. Imtech N.V. is een Europese technische dienstverlener op het gebied van elektrotechniek, ICT en werktuigbouw. Imtech is in staat om de technologieën elektrotechniek, ICT (informatie- en communicatie-technologie) en werktuigbouw over de volle breedte en diepte van het technologisch spectrum te bundelen tot integrale en multidisciplinaire totaaloplossingen. Dit leidt tot onderscheidend vermogen en maakt waardecreatie mogelijk. Imtech is een van de sterkste spelers op de markt van GreenTech ('groene' technologie en duurzaamheid) in Europa. Circa 30% van de totale opbrengsten is uit dit segment afkomstig.





▶ Mikko Iivonen, directeur R&D, Research and Technical standards bij Rettig ICC



▶ Maarten Colijn, mede-eigenaar van Professional Capital



▶ Per Rasmussen, Brand Development Manager bij Purmo Radson LVI

In het moderne bedrijfsleven zijn enthousiaste medewerkers en de beste producten op de markt niet voldoende. U hebt ook een verkoopapparaat nodig dat beschikt over de sterkste argumenten en managers die weten hoe ze het beste uit hun teams kunnen halen. Op de volgende pagina's bekijken we hoe Purmo Radson over de hele lijn sterk blijft investeren in zowel training als opleiding. Eerst nemen we het belang van de training onder de loep. We doen dit met Mikko Iivonen en Per Rasmussen op de recente kick-off van de LTR-campagne (Lage Temperatuur Radiatoren) in Eindhoven. Vervolgens reizen we af naar de Erasmus Universiteit Rotterdam, waar opleidingsbedrijf Professional Capital een management masterclass verzorgde.

*Effectieve communicatie door  
training & opleiding*

# Professionele kennisuitwisseling



Op een vroege decemberochtend in een hotel midden in Eindhoven komen Per Rasmussen, Mikko Iivonen, Elo Dhaene en 6 Europese verkoopleiders van Purmo Radson bijeen voor een briefing. Doel van de tweedaagse workshop: de lijncommunicatie over de nieuwe LTR-campagne op gang brengen. Voor Mikko vormt de bijeenkomst een goede gelegenheid om de research te benadrukken die in de nieuwe LTR-campagne centraal staat. “Ik was blij met de kans personen te spreken die de claim van 15% naar onze klanten zullen overbrengen”, verklaart Mikko. “Wij wilden feedback krijgen van de verkoopteams om er achter te komen hoe de campagne internationaal werd ontvangen en, belangrijker nog, om vragen te beantwoorden en eventuele technische plooiën glad te strijken.”

Dit bleek een belangrijke stap te zijn in de communicatie van de boodschap. “Er werd ons gevraagd enkele aspecten van de campagne toe te lichten”, aldus Mikko. De tweedaagse workshop werd zodoende de eerste stap van een intensievere training. Per Rasmussen, Brand Development Manager: “Mikko was beschikbaar om de technische achtergrond van de nieuwe campagne nader te verklaren. Wanneer je praat over berekeningen, percentages en formules kan het immers behoorlijk ingewikkeld worden. Ik was aanwezig om mijn bestaande kennis te delen en om de boodschap te vereenvoudigen

*Na de  
campagnelancering ...  
begint de training*



zodat het verkoopteam deze kon oppikken en helder communiceren.”

“Ik begrijp hoe verkopers denken. Ik weet dat je in de praktijk weinig tijd hebt om de voordelen van je product in het licht te zetten. En het is

essentieel de boodschap zo snel mogelijk helder te maken. Ik ken ook de technische kant van zaken, en weet dat technici soms te graag technisch bezig zijn. Mijn rol tijdens de training was te komen tot een soort communicatiecompromis: iets dat beide elementen omvatte.”

Hoewel de exacte cijfers van land tot land verschillen, investeert Purmo Radson elk jaar fors in training. “Als Brand Development Manager weet ik dat de ontwikkeling van medewerkers die het merk naar de klant toe vertegenwoordigen essentieel is voor de opbouw van ons merk”, zegt Per. “Daarom besteden we veel aandacht aan ons ‘menselijk kapitaal’, om te zorgen dat zij de middelen hebben om de merkboodschap zo effectief mogelijk naar de markt te communiceren.”

#### TEKST, CAMERA, ACTIE

De resultaten spreken voor zich en in het geval van de LTR-training spreekt Per voor de resultaten. “Ja, er is een film over de training”, zegt hij glimlachend. “Wij hebben het script geschreven en de scènes dezelfde dag nog opgenomen – vrijwel gelijktijdig. Het was een bijzonder hectisch programma, maar ik ben tevreden over het resultaat.” De film is met een reeks infographics van opleidingsinstituut Mercuri International omgevormd tot een vernieuwend online trainingspakket voor verkoopmedewerkers in heel Europa.

“Het is een bewezen effectieve aanpak”, licht Per toe. In de training maakt de verkoopmedewerker stap voor stap kennis met alle aspecten van de LTR-campagne. Met het oog op een optimale beleving is de training opgesplitst in logische secties. Na afronding van elke trainingssectie beantwoorden de verkoopmedewerkers allerlei vragen over wat ze hebben geleerd. “We hebben de lat behoorlijk hoog gelegd”, aldus Per, “omdat het cruciaal is dat onze verkoopteams de campagneboodschap volledig begrijpen zodat zij deze effectief naar klanten kunnen overbrengen. Vandaar dat de training een ‘toetsings’-element omvat – verkoopmedewerkers moeten zeer hoog scoren om te slagen.”

Uiteraard is er meer dan de online LTR-training. Per: “Wij richten ons ook op verkooptechnieken en effectieve, overtuigende communicatie.” Het Mercuri-team beschikt over lokale trainers en verzorgt workshops in de eigen taal van de verkoopteams, met groepen van 12 mensen in intensieve eendaagse sessies. “De resultaten zijn opmerkelijk”, vertelt Per enthousiast. “Verkopers zijn al extraverte mensen, maar na deze sessies zien we ze nog energiever worden en lopen ze over van zelfvertrouwen.”

“Wij nemen training zeer serieus”, verklaart Per. “Dat moeten we ook wel, omdat dit deze vergaande betrokkenheid bij onze verkoopteams een serieuze investering in onze toekomst vormt. Wij zijn van plan onze marktpositie te behouden. Dat betekent onze verkoopteams voorzien van de juiste informatie, de juiste



## Doordachte investering in slim verwarmen

ondersteuning en de zelfbewuste aanpak die onze klanten op prijs stellen en van ons verwachten.” Mercuri International is een wereldwijde organisatie op het gebied van verkooptraining, met ruim 50 jaar ervaring. De organisatie heeft al meer dan 15.000 bedrijven geholpen hun verkoopkracht te verbeteren. Judith Koekenbier, algemeen directeur van het bedrijf: “We zijn blij dat we Purmo Radson kunnen helpen omdat er veel bekende issues zijn die we al vaker bij de hand hebben gehad. Samen met Per hebben we een trainingspakket ontwikkeld om belemmeringen voor effectieve communicatie weg te nemen en ervoor te zorgen dat alle campagneboodschappen helder en overtuigend zijn verankerd.” De training is in maart begonnen en loopt tot eind april. Tegen die tijd hebben honderden verkopers deelgenomen.

Per: “Van Polen tot de Benelux, Frankrijk, Duitsland, de UK en verder: wij hebben er alle vertrouwen in dat het gehele verkoopapparaat baat heeft bij deze training en in de praktijk de vele voordelen van de productportefeuille van Purmo Radson aan klanten zal overbrengen.” >>





## Een management masterclass leiden

**Country Sales Managers volgden hun eigen intensieve training aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. In de tweedaagse cursus kwamen tal van onderwerpen aan bod, zoals key account-management, verkopen op diverse niveaus bij de klant, netwerken en het wegnemen van belemmeringen voor persoonlijke en professionele groei. De inhoud van de cursus is ontwikkeld door prof. Willem Verbeke (zie pagina 38). De workshop was gebaseerd op zijn succesvolle managementboeken *The Successful Shaping of Key Accounts*, *I Sell So I Exist* en *I Network So I Exist*. Collega Maarten Colijn van Professional Capital verzorgde de workshop. Om inzicht in de cursus en de effectiviteit ervan te krijgen, spraken we met 7 Country Sales Managers over hun directe ervaringen en reacties op hun tijd in Rotterdam.**

### CHRIS EDWARDS, SALES & MARKETING DIRECTEUR UK

“Ik vond het een plezierig programma en heb er veel aan gehad. Het gaf ons de tijd te focussen op belangrijke onderdelen van ons werk, om te evalueren wat wel werkt en te verbeteren wat niet werkt. Ook ontvingen we coaching voor vaardigheden die ons tot betere leidinggevendenden maken. Als ervaren persoon bij Rettig ICC ben ik heel blij dat het bedrijf ondanks het ongunstige economische klimaat in deze training heeft geïnvesteerd. Het bedrijf zet onmiskenbaar in op succes op lange termijn en het is een teken van persoonlijk vertrouwen dat de onderneming het de moeite waard vindt in mij te blijven investeren.”

“Training is een essentieel onderdeel van onze rol als manager: het houdt ons op de hoogte van trends en scherpt de focus op onze vaardigheden. Natuurlijk is het belangrijk dat training evenwichtig is afgestemd op ons ‘dagelijks werk’ van radiatoren verkopen en zorgen voor een duurzame bedrijfsvoering. Persoonlijk richt ik me nu op het toepassen van wat ik tijdens de training heb geleerd om Rettig zo de vruchten te laten plukken van de gedane investering in mij.”

### MIA HÖGKVIST, MARKETING MANAGER SCANDINAVIË

“Wat ik bijzonder nuttig vond van de training was dat zoveel collega’s die dezelfde rol vervullen, deelnamen aan de cursus. Het betekende dat we, naast het in ons opnemen van trainingsmateriaal, ook van elkaar konden leren, de kennis mee naar huis konden nemen en deze nieuwe, gedeelde informatie gelijktijdig op onze markten konden toepassen. Dat is niet mogelijk als je in je eentje een training volgt.” “Ik ben er trots op dat Rettig zoveel in training investeert. Het is één van de beste investeringen die je kunt doen, vind ik. Het is goed voor de kennis en motivatie van medewerkers en dat is weer goed voor het bedrijf. Volgens mij is 1 keer per jaar een training ideaal. Ik denk dat zolang een module uit verschillende sessies en voldoende cursusmateriaal bestaat, de rest van de tijd besteed moet worden aan het in de praktijk brengen van wat je hebt geleerd.”

### MATTHIAS LEMAIRE, AREA MANAGER NOORD-FRANKRIJK

“Het is altijd goed je kennis op te frissen en je gedrag tegenover klanten, potentiële afnemers en je teamleden te verbeteren. Alle technieken, instrumenten en vaardigheden die we op de Erasmus Universiteit hebben geleerd, zijn toepasbaar in ons dagelijks leven en maken ons tot nog betere leidinggevendenden. Ook ben ik heel blij dat Rettig ICC besloten

heeft tijd en geld te steken in het opleiden van managers. Het is logisch dat het bedrijf op elke functie de beste mensen wil hebben en wij zijn allemaal gekwalificeerde, ervaren managers. Maar we kunnen ons altijd verbeteren door de nieuwste technieken te leren en, belangrijker nog, te leren van de ervaringen van anderen.”

### JACEK LUCZAK, SALES & MARKETING DIRECTEUR OOST-EUROPA

“De kennisoverdracht was uitstekend. Het was heel nuttig de theoretisch wetenschappelijke oplossingen te vergelijken met onze dagelijkse zakelijke benadering. Hierdoor konden we onze praktische werkwijze structureren met academische instrumenten. Ook de inzichten die we elkaar aanreikten, waren van onschatbare waarde. Hoewel we los van elkaar werken op verschillende markten, met verschillende ervaringen en vaak uiteenlopende benaderingen, merkten we allemaal dat we van elkaar konden leren. We hebben veel nuttige tips met elkaar uitgewisseld. Ook zag ik veel kennisuitwisseling tussen generaties. Onze groep bestond uit Directeuren en Managers met meer dan 15 jaar ervaring in de sector, maar ook nieuwe, jonge salesmensen. We hadden dus het voordeel van enerzijds ervaring en anderzijds nieuwe inzichten en ideeën.”

“Uit de training bleek duidelijk dat kennis dynamisch is. Vooral in het bedrijfsleven is het nooit een vaststaand iets, kennis groeit, verandert en ontwikkelt zich steeds verder. Wil Rettig de vooraanstaande positie in deze sector behouden, dan ben ik er vast van overtuigd dat het bedrijfsleider moet blijven wat betreft het opleiden van medewerkers. Persoonlijk denk ik dat je van training een proces moet maken, in plaats van een activiteit. En training moet altijd verzorgd worden door

toonaangevende trainers en academici, gericht op mensen inspireren hun werk nog beter te doen.”

### MARKUS REINER, SALES & MARKETING DIRECTEUR DUITSLAND

“Ik ben naar deze training gekomen met als doel onze buitendienst te verbeteren en ik ben daarin niet teleurgesteld. De training heeft volledig aan mijn verwachtingen voldaan. Wat mij vooral fascineerde, was de systematische aanpak en de manier waarop mijn internationale collega’s omgaan met bedrijfsprocessen. Dit soort geavanceerd vakonderwijs is bijzonder belangrijk omdat zakelijke kennis zo ongelooflijk snel veroudert. In toekomstige trainingen zou ik graag meer aandacht willen voor accountplanning en ingaan op de ‘comfort zones’ van verkoopmedewerkers. We zien al positieve resultaten als direct gevolg van deze training: toenemende klanttevredenheid en, in Duitsland, een sterke verbetering van onze verkoopresultaten.”

### JÖRGEN PERSSON, SALES MANAGER ZWEDEN

“Dit was een zeer belangrijk initiatief van Rettig ICC om onze algemene managementvaardigheden verder te ontwikkelen en te verbeteren. We hebben veel geleerd over accountplanning, coachingtechnieken, het opzetten van een effectievere werkstructuur, het bewaken van de verkooporganisatie en natuurlijk: leiderschap. De masterclass zelf stond uiteraard centraal in de training. Maar er heerste ook een sterke teamgeest bij het werken in kleine groepen om problemen op te lossen. Wat de meeste indruk op mij maakte, was dat hoewel iedereen in een ander land werkt, heel duidelijk is dat we allemaal teamspelers zijn. We werken allemaal hard voor hetzelfde bedrijf: geografische verschillen spelen daarbij geen rol.” ■

