

A photograph 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.

PROFESSOR WILLEM VERBEKE

Blijf je ontwikkelen,
blijf ontdekken
en doe je voordeel
met training

Onze wereld verandert in razend tempo. Ontwikkelingen op het gebied van informatie en techniek voltrekken zich ongekend snel. Dus zijn er 2 opties: je doet mee of je haakt af. Meedoen betekent dat je je moet inzetten voor continue persoonlijke ontwikkeling, uitdagingen blijft aangaan en waar nodig aanvullende opleidingen en trainingen volgt. In deze context heeft Purmo Radson LVI een reeks onderwijs- en trainingsprogramma's ontwikkeld, waaronder een programma in nauw overleg met Professional Capital en de Erasmus Universiteit Rotterdam.

“Ik vind het een bizarre wereld”, opent professor Willem Verbeke van Professional Capital. Hij heeft, samen met Maarten Colijn, een intensief trainingsprogramma ontwikkeld voor het senior management van Purmo, Radson en LVI. Dit programma wordt aan de Erasmus Universiteit Rotterdam gegeven. “Ik vind het een bizarre wereld omdat we niet langer een geheugen hebben. Ontwikkelingen voltrekken zich zo onvoorstelbaar snel dat we gewoon de tijd niet hebben om alle informatie die ons bereikt op te slaan. Dus reageren we primair en spontaan. Dit betekent dat onze flexibiliteit bepalend is voor zowel ons persoonlijke als zakelijke succes. Dat wil echter niet zeggen dat we bij elke stroming moeten aanhaken, maar dat we optimaal moeten meebewegen met gebeurtenissen die voor ons van belang zijn. We moeten anticiperen en leren. Elke dag opnieuw. Dat is althans het idee.”

STREVEN

“Bedrijven en organisaties profiteren het meest van mensen met een hoge sociale intelligentie. Zij gaan alert en begrijpend om met zakelijke gesprekspartners. Zij weten beter dan wie dan ook hoe belangrijk het is wat ze horen te vertalen in concrete, pragmatische stappen en oplossingen. Stappen waar onze gesprekspartners naar op zoek zijn. Omdat zij ook hun kennis en ervaring willen delen, zodat ze de volgende stap samen met ons kunnen zetten. En ook zij hebben niet langer de tijd om het onvoorstelbare tempo van nieuwe ontwikkelingen bij te benen. En natuurlijk streven we ernaar op kop te blijven! Teamwerk is dus cruciaal.”

NIEUWE KANSEN

Professor Willem Verbeke vervolgt: “Professionele verkopers zijn van nature sociaal intelligent. Ze zijn scherpzinnig en

vindingrijk, zodat ze razendsnel nieuwe verbanden kunnen leggen. Ze zien en herkennen kansen waardoor zij en hun gesprekspartners kunnen groeien. In onze cursus aan de Erasmus Universiteit laten we medewerkers van Purmo Radson LVI de kansen zien die onze moderne tijd hun biedt. Wij leren hen hoe ze zich moeten aanpassen om dit voortaan in hun voordeel te laten werken. Als mens, maar ook als professional. Een nieuw bewustzijn, een nieuwe manier van denken die aansluit op onze moderne tijd. Een tijd die niet alleen snelheid en creativiteit vereist, maar ook ondernemend gedrag. Of, anders



gezegd: ondernemerschap. Per slot van rekening gebeurt het niet vanzelf, je moet bereid zijn ervoor te vechten. En het gaat niet om wat jij wilt, maar bovenal om wat de klant wil. Als we succesvol en onderscheidend willen zijn, plaatsen we de belangen van onze klanten boven onze eigen belangen. Lees tussen de regels en we zien dat dit betekent dat we op zoek zijn naar impliciete behoeften.”

WE LEREN VAN ONZE FOUTEN

“Om op termijn succesvol en onderscheidend te blijven, is het absoluut noodzakelijk kennis en informatie met elkaar te delen. Kennisuitwisseling is in het belang van zowel het team, het collectief als het bedrijf”, verklaart professor Willem

Verbeke. “De mensen én het bedrijf moeten immers groeien. Het bedrijf is de ultieme bron waar alle kennis samenkomt, wordt gefilterd en opnieuw met elkaar wordt gedeeld. Kennis delen is kennis vereenvoudigen. Maar leren omvat een proces van fouten maken en daarvan leren. Zo werkt het nu eenmaal. Vandaar dat mensen de kans moeten krijgen om fouten te maken. Fouten waarvan zowel zij als het bedrijf kunnen leren. Omdat leren verandert en veranderen leren is. Als je bij de tijd wilt blijven, moet je open staan voor verandering. En dat betekent verandering in de breedste zin van het woord. Omdat wanneer je iets leert, er niet alleen iets in je hersenen verandert, maar ook in je gedrag. Bepaalde verbanden worden sterker en mensen leren niet alleen anders te denken, maar ook anders te handelen.”

ZELFBEWUST EN ZELFVERZEKERD

“In onze cursus richten wij ons daarom ook op hoe en wat je kunt leren en gebruiken van anderen, zoals collega’s, klanten en strategische partners. En omgekeerd: wat je anderen kunt leren. Welke richting gaan we op? Waar gaan we naartoe? Wat gaan we daar doen? Vragen als deze leren mensen opnieuw na te denken over de doelen van hun dagelijks handelen. Dus uiteindelijk helpen we mensen vooral hun zelfbewustzijn te herwinnen. Wat in de praktijk betekent dat ze de markt zelfverzekerder benaderen met de vereiste mate van introspectie”, besluit professor Willem Verbeke. ■



Je leert alleen dingen goed te doen door er achter te komen wat fout is

Purmo geeft informatie tijdens het TGA Expert Forum

Het TGA Expert Forum, dat jaarlijks in 4 grote Duitse steden wordt gehouden, is voor productontwerpers en experts uit de branche één van de belangrijkste platforms voor het uitwisselen van informatie. Purmo is al jaren op het forum aanwezig, en focust zich daarbij op vraagstukken op het gebied van klimaatcomfort binnenshuis en het efficiënt gebruik van warmtewisselaars. In het kader van het forumthema 'Intelligente Energieconcepten' berichtte Purmo-consultant Manfred Falk, regionaal Sales Manager bij Rettig Germany, in de zomer van 2011 over de meest recente onderzoeksresultaten uit Duitsland en Scandinavië. Het bleek dat veel van de aanwezige ontwerpers niet wisten dat radiatoren voor lage temperatuur-verwarming een zeer hoog warmtecomfort-niveau bieden. De onderzoeksresultaten die Purmo presenteerde werden enthousiast door hen besproken.

De organisatie van het Expert Forum is in handen van "tab", een vooraanstaand vakblad voor de Duitse bouwbenodigdhedenindustrie.



Purmo zal ook in de toekomst het TGA Expert Forum blijven benutten als een podium voor de presentatie van haar vak kennis en voor het voorlichten van branchegeenoten over belangrijke vraagstukken rondom verwarming. ■

Een groene weide als reclamebord voor Purmo



Het hele jaar door worden automobilisten op de A7 bij Kassel (Duitsland) verrast door de aanwezigheid van een reclamebord van 75 meter breed en 65 meter hoog dat midden in een weiland geplaatst is. Net als in een mysterieuze graancirkel duiken de enorme letters

'PURMO.DE' uit het niets op. Door het verrassingseffect garandeert deze reclameuiting maximale zichtbaarheid. Iedere dag rijden zo'n 53.000 automobilisten langs deze ongebruikelijke reclame en hebben zo onbelemmerd uitzicht op het internetadres van Purmo. In het weiland staan immers geen andere beelden. Bovendien kunnen mensen de uiting niet overslaan of wegglikken, zoals bij traditionele advertenties in drukwerk en op internet wel het geval is.

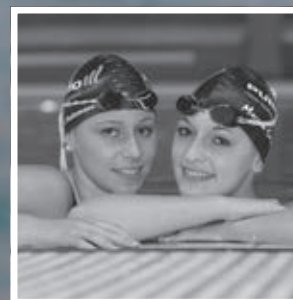
Deze weilandreclame vergroot niet alleen de zichtbaarheid van Purmo, maar is daarnaast ook nog eens een milieubewuste keuze. Met deze uiting wordt een link gelegd tussen het merk Purmo en een bewuste omgang met natuurlijke hulpbronnen – iets waarvoor het bedrijf zich altijd heeft ingezet. ■



Purmo sponsort jonge zwemtalenten

Veelbelovende jonge sporters hebben ondersteuning nodig om zich volledig te kunnen richten op hun trainingsarbeid. Daarom sponsort Rettig Germany Marina en Ramona Sulzmann. Ondanks hun jeugdige leeftijd zijn deze twee jonge zwemsters al gevestigde namen in het zwemcircuit. Ramona (19) won in 2009 brons tijdens het Duitse kampioenschap kortebaanzwemmen, en kaapte in 2011 zelfs het goud weg op de Beierse kortebaankampioenschappen. Haar zeventienjarige zus doet absoluut niet voor haar onder: op de langebaankampioenschappen in Beieren won zij al twee zilveren en een bronzen

medaille. Rettig Germany heeft veel respect voor de sportieve ambitie en gedrevenheid van de zusjes Sulzmann. Zij vertegenwoordigen perfect waar ons bedrijf en merk voor staan. De sponsordeal houdt onder meer in dat de zwemsters uit München badmutsen met de 'Purmo-vlam' zullen dragen. ■



45 jaar vakmanschap en kwaliteit

Radson (Rad = Radiatoren – Son = Zonhoven) werd in 1966 opgericht en vierde in 2011 haar 45 jarig bestaan! Het merk heeft de voorbije decennia een toonaangevende positie in de Europese verwarmingsindustrie verworven. Elke 2 jaar meet het onafhankelijk onderzoeksbureau USP Marketing Consultancy de naamsbekendheid, het imago en de merkkracht in de Nederlandse installatiesector onder installateurs en adviseurs. Dit onderzoek heeft uitgewezen dat Radson in de Nederlandse installatiemarkt de grootste merkbekendheid heeft met 'trendsetzend', 'integer' en 'verantwoordelijk' als belangrijkste merkassociaties. Radson wordt in de markt gezien als een radiatorproducent met een uitstekende prijs-kwaliteitsverhouding (ruim 8 op 10 Nederlandse installateurs en adviseurs kennen Radson). Dit resultaat is niet onlogisch aangezien kwaliteit en innovatie altijd al centraal gestaan hebben bij Radson.

Radson is een merk van generaties, gebaseerd op lange termijn partnerships. Voor Radson is dit één van de belangrijkste waarden waarop je een merk succesvol bouwt. Zo heeft Radson in België in 2011 voor het eerst de kaap van 35 miljoen euro omzet doorbroken. ■



Een merk stijgt tot grote hoogte

Is er een majestueuzer gezicht dan een heteluchtballon die hoog boven het landschap zweeft? Bijna iedereen kijkt zo'n ballon wel eens verlangend na, in gedachten al meereizend. De afgelopen tijd heeft Rettig Germany volop exposure gekregen dankzij haar Purmo Radson-heteluchtballon, vooral tijdens het Internationale Luchtballonfestival in Warstein (Duitsland) – het grootste heteluchtballonevenement van Europa. Zo'n 100.000 tot 200.000 bezoekers van het 3-daagse festival keken toe hoe de Purmo Radson-ballon, samen met honderden andere ballonnen, het luchtruim koos. De Warstein Internationale Montgolfiade (vernoemd naar de uitvinders van de heteluchtballon, de gebroeders Montgolfier) is de meest prestigieuze ballonvaartwedstrijd van Europa. Voor Rettig Germany vormt dit evenement een unieke gelegenheid om een breed publiek kennis te laten maken met het merk Purmo. ■