

# Vermenigvuldigen

## Column

### MARTIJN VAN RAS

Na zijn studie werktuigbouwkunde werkte Martijn in de petrochemie. Omdat hij meer interesse had voor de engineeringkant van de automotive, maakte hij de overstap naar TNO. Acht jaar later startte hij AutoLab in Oss, 'from scratch'. Zo maakte hij van zijn hobby zijn werk. Maar dan wel met de insteek van een ingenieur: "Wij onderhouden en repareren auto's met de juiste kennis en equipment, met hoogopgeleide medewerkers én met groot enthousiasme."

**K**ennis ligt tegenwoordig voor het oprapen. Dat geldt niet alleen voor ons als autotechnici, maar voor iedereen met een internetaansluiting. Bij veel collega-autobedrijven moeten ze niets hebben van klanten die zich eerst uitgebreid online op een storing oriënteren voor ze met de auto bij je op de stoep staan. Wij bij AutoLab wel. We nemen het huiswerk van de klant altijd serieus. Daar ligt de eerste verbinding, elke klant wil gehoord worden. Het is voor ons de perfecte opstap naar een gelijkwaardige klantrelatie. Uiteraard zit een klant er met regelmaat volledig naast. Maakt niet uit. Als de dialoog open is en wij zijn of haar huiswerk kunnen aanvullen, dan maken we een succes van de klus én van de klantrelatie. Een voorbeeld? Een klant heeft een af-en-toe-storing in het ledknipperlicht linksvoor van zijn BMW 520d uit 2014. Hij start een zoektocht op internet en begrijpt door zijn technische achtergrond prima hoe het werkt, althans in de basis. Met de opgedane kennis wisselt hij de ene koplamp met de

andere. Hij komt er zelfs achter dat elke koplamp over een eigen module beschikt. Ook die wisselt hij uit, maar dan loopt hij vast. Hij kan niet vaststellen waar het probleem zit. Dan belt hij ons. We stellen vast dat de auto in originele staat verkeert en sluiten de merkspecifieke tester aan. Al snel blijkt de linkerkoplampmodule defect. Voor de kenners: door vocht onder in de lamp. We leggen uit dat we de module moeten vervangen en dat die dan op de positie linksvoor moet worden ingeleerd. De klant luistert met interesse. Hij voelt zich gehoord, en is zelfs een beetje trots: hij zat op het goede spoor! Kortom, we hebben zijn huiswerk serieus genomen, het aangevuld met onze kennis en die weer met hem gedeeld. Of dat laatste slim is? Ik denk van wel. Als je niet kunt delen, kun je immers ook niet vermenigvuldigen. De klant toont zijn waardering voor ons vak: "Dit had ik zelf nooit op kunnen lossen." En dat gaat nu van mond-tot-mond. Deze 'online kennisspeurder' is een ware ambassadeur geworden van ons bedrijf. Mooi toch!

