



# **Jaap Jansens**

**Customer Experience Manager**

**Expert Klantbeleving**

**[jjansens@hoppenbrouwers.nl](mailto:jjansens@hoppenbrouwers.nl)**

**06 1130 5381**

**<https://www.linkedin.com/in/jaapjansens/>**



# Hoppenbrouwers

• T E C H N I E K •

## Het verhaal van Hoppenbrouwers

**Cultuur als drijvende kracht  
voor CX transformatie**

14 september 2022

# AL MEER DAN 100 JAAR EEN FAMILIEBEDRIJF



Jan Beekmans  
start elektrobedrijf

1918



Zoon Theo Hoppenbrouwers  
neemt de leiding over

1978



Henny de Haas komt in dienst:  
Theo heeft geen opvolging in de  
familie. Die vindt hij in Henny

1999



Predicaat Koninklijk

2018



Neef Willy  
Hoppenbrouwers neemt  
de zaak over

1939



Installatiebedrijf  
betreft eigen pand

1980



We starten met een W-installatietak en de  
aansluiting van een installatiebedrijf in  
Deurne betekent onze tweede vestiging

2015



19 vestigingen en  
ruim 1500 medewerkers!

2022

En we  
groeien  
nog door..

# RUIM 100 JAAR PASSIE VOOR TECHNIEK

|                    | 2017     | 2018     | 2019     | 2020     | 2021     | 2030      |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Omzet              | 104 mln. | 153 mln. | 182 mln. | 218 mln. | 254 mln. | 1 miljard |
| Medewerkers        | 730      | 1008     | 1.225    | 1500     | 1582     | 5000      |
| Vestigingen        | 5        | 8        | 11       | 15       | 17       | 40        |
| Winst na belasting | 3,3%     | 4,9%     | 5%       | 5,3%     | 3,1%     | 10%       |



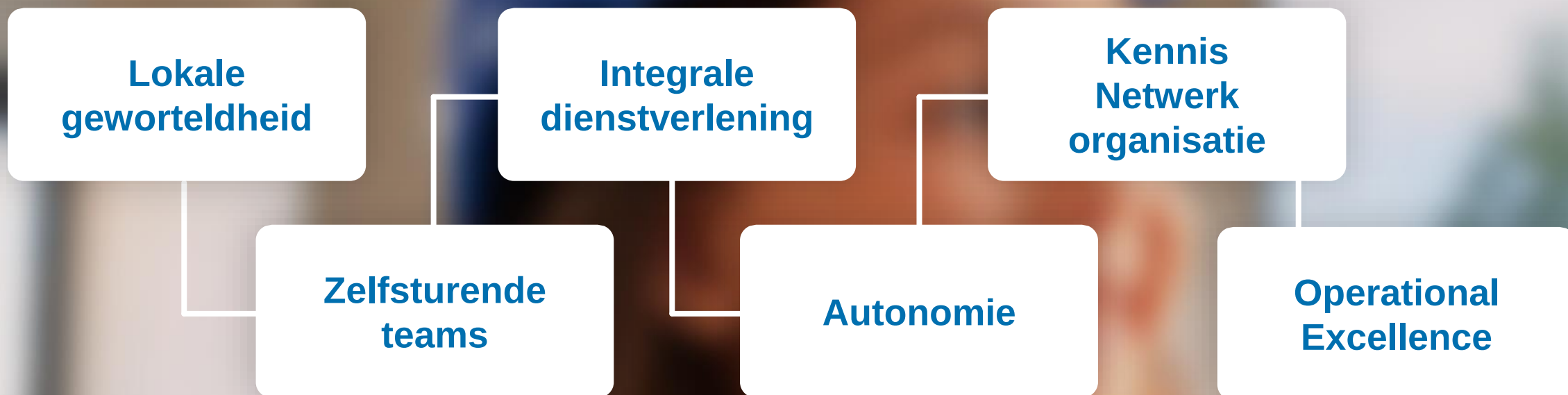


**ONZE AMBITIE OM TE  
BLIJVEN GROEIEN**

**NAAR  
LANDELIJKE  
DEKKING EN 40  
VESTIGINGEN  
IN 2030**



# DIT DOEN WE VANUIT ONZE FILOSOFIE







**ONZE ORGANISATIE:**  
**VERBONDEN EN ALTIJD DICHTBIJ**



# TOTAALINSTALLATEUR MET 9 DISCIPLINES

- Elektrotechniek
- Werktuigbouwkunde
- Industriële Automatisering
- Beveiliging
- Sprinkler
- Duurzame Energie
- Inspecties
- Technisch Beheer
- Dak (Technodak B.V.)



# IN DEZE MARKTEN WERKEN ONZE TEAMS



Kantoren



Gemeente & Overheid



Ziekenhuizen



Distributie & Logistiek



Zorg & Woningbouw



Recreatie &  
Amusement



Retail



Industrie



Water en infra



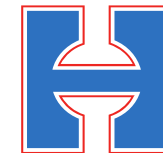
Particulier





# ONZE MISSIE

De beste partner zijn voor



1



Medewerkers

2



Klanten

3



Scholen



# ONZE KERNWAARDEN





## **DIT IS WAAR WE HET VOOR DOEN!**

Met onze passie voor techniek  
willen we als familiebedrijf  
een waardevolle bijdrage leveren  
aan de leefomgeving van mensen  
door deze comfortabeler, schoner,  
veiliger en duurzamer te maken.

***Omdat techniek leven is***



# OP NAAR 2030!



**1 miljard  
omzet**

**40  
vestigingen**

**Duurzaamste  
installateur**

**100% klant-  
tevredenheid**

**5000  
medewerkers**

**Beste  
werkgever**

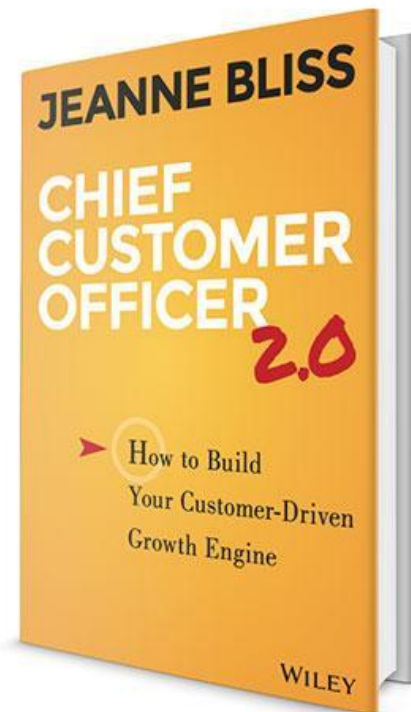




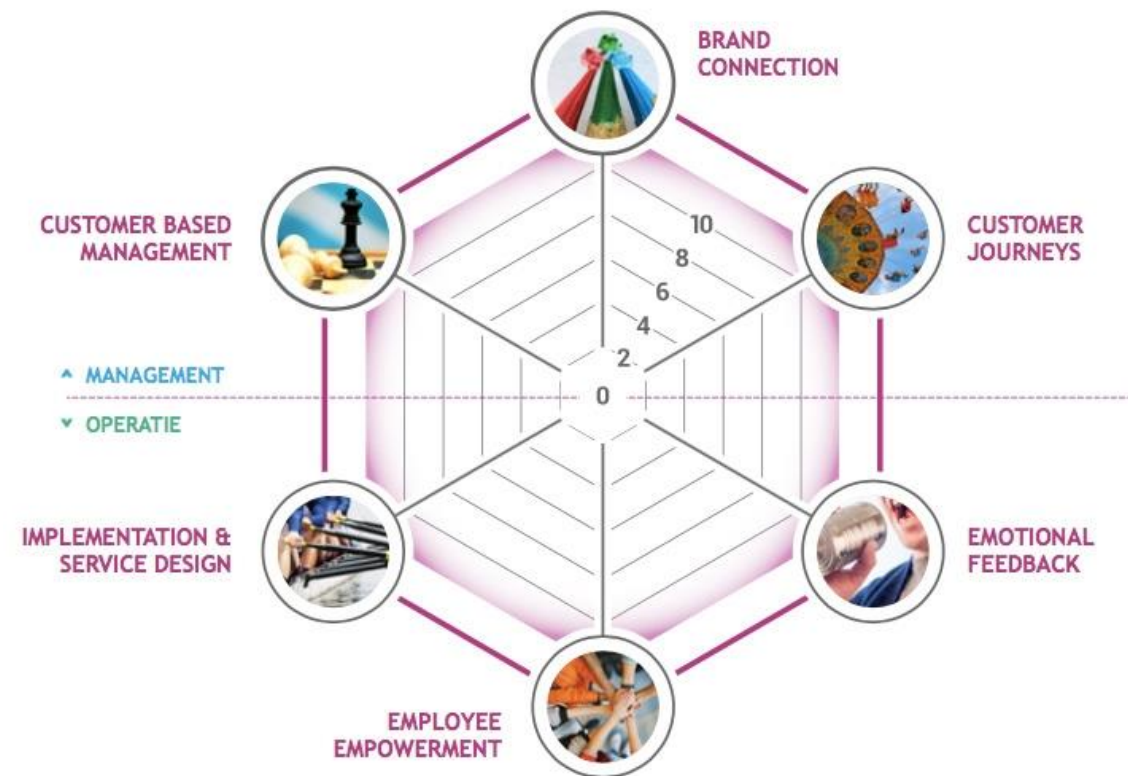
**ONZE  
AMBITIE  
2030**



**SAMEN  
BOUWEN  
AAN EEN 9+  
ORGANISATIE**



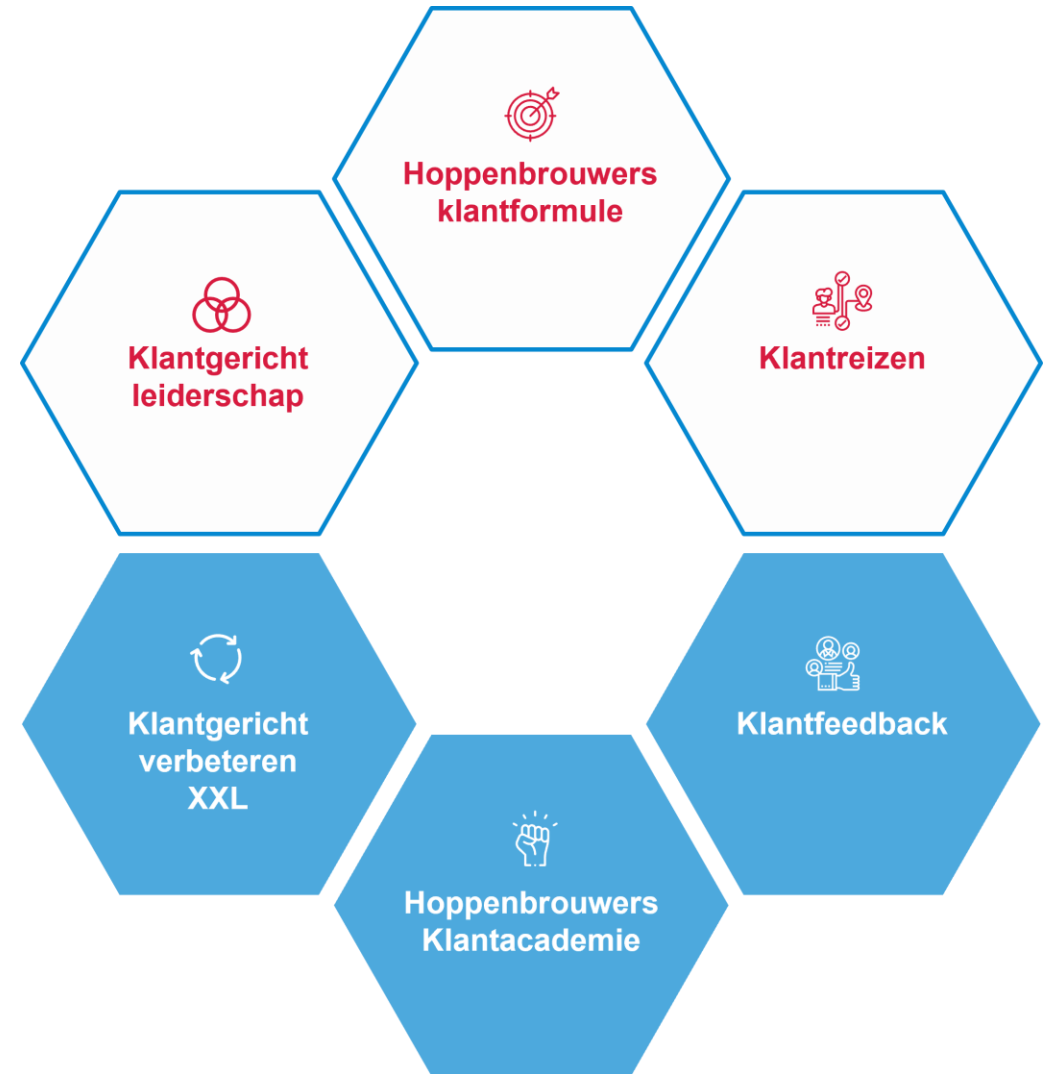
### 9+ Organisatie Maturity Model



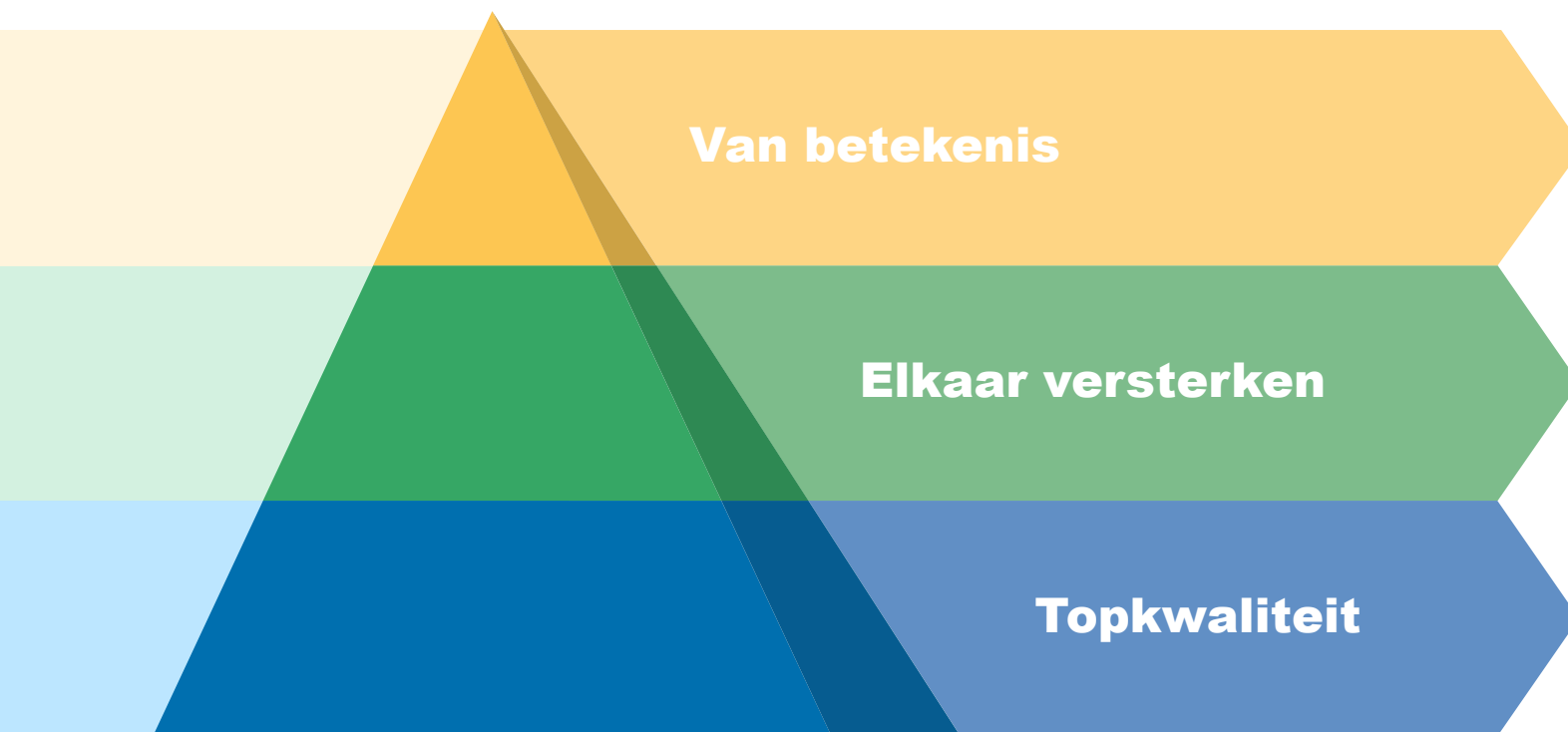
**ALTUITION<sup>9+</sup>**  
THE ENGAGEMENT ENGINEERS



# MIJN KOMPAS



# HOPPENBROUWERS KLANTFORMULE



Ambities  
waarmaken

Bouwen op  
Hoppenbrouwers

Hart voor de klant

Open en met plezier  
samenwerken

Geregeld.

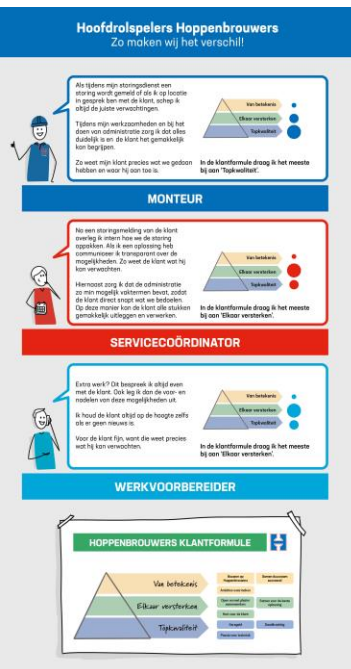
Passie voor  
techniek

Samen duurzaam  
succesvol

Samen voor de  
beste oplossing

Daadkrachtig





Hoppenbrouwers lijkt mij een taf bedrijf om voor te werken!

Ze zitten ook nog eens bij mij in de buurt, dat is voor mij ideaal. De kans is groot dat ik nu al een baan heb, dus mijn salarisloze is vooral om te oriënteren op de mogelijkheden. In deze arbeidsmarkt ga ik meerdere opties naast elkaar leggen, dat zou jij toch ook doen?

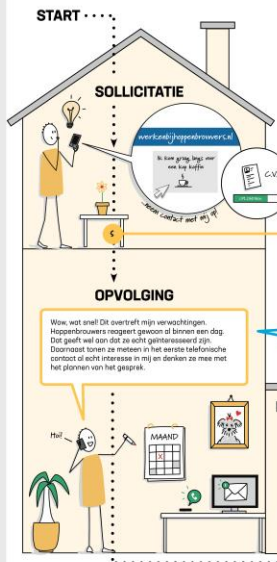
De HR afdeling is het eerste aanspreekpunt van de sollicitant gedurende de gehele reis. HR medewerkers hebben het eerste contact en plannen de gesprekken in. Tijdens het proces en na elke volgende fase zorgen we dat we doorpakken en snel reageren. HR kan het verschil maken, en zorgen dat de sollicitant zich welkom en thuis voelt. *Overal* willen we dat de sollicitant zich bijzonder voelt.

De eerste indruk die ik als coach geef is bepalend voor het gevoel van de sollicitant. Ik reageer snel en gekd, maar zorg ook dat de sollicitant zich prettig voelt en goed ontvangen wordt. In gesprekken vertel ik over onze doelen als team en de rol die ik voor de sollicitant voor me zie. Doorzoekt geef ik de sollicitant voldoende ruimte om zelf aan te geven wat die zoekt. Wanneer ik de sollicitant aanneem stemmen we samen de eerste werkdag af.



Sollicitanten krijgen vaak een rondleiding en ontmoeten dan toekomstige collega's zoals ik. Tijdens meetingsdag en rondleidingen op kantoor heb ik een belangrijke rol. Door interesse te tonen laat ik zien dat de sollicitant er toe doet.

Ik geef sollicitanten een warm welkom en zorg dat ze met een goed gevoel terugkomen op hun contact met Hoppenbrouwers!



Wanneer we een DV of sollicitatie binnenkrijgen worden we de eerst becontactte. Een goede kandidaat nodigen we direct uit voor een gesprek. Het is belangrijk dat we de coach samen met de sollicitant (eventueel telefonisch of digitaal) willen spreken.

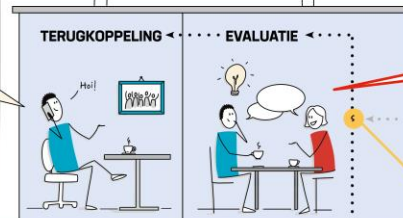
Als we de sollicitant spreken checken we altijd of er vragen zijn die we later kunnen beantwoorden. Soms vragen we aanvullende informatie van de sollicitant. Is er geen match? Dan vragen we de coach naar zijn mening.

**RESULTAAT SOLLICITATIEREIS:**

| AANBOD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | AFWIJZING                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | TERUGTREKKEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Wanneer we een aanbod doen sturen we het nooit zomaar op. We kijken het altijd eerst persoonlijk of telefonisch toe.</p> <p>Op drie momenten zorgen we dat de sollicitanten en vragen direct toelichting. We willen namelijk voorkomen dat we sollicitanten met twijfels en vragen rondlopen.</p> <p>Giek vragen we of de sollicitant nog andere sollicitaties heeft lopen en maken we concrete afspraken voor een eerste verloop gesprek. Drie dagen later maken we of op de sollicitant, zodat we de sollicitant niet verliezen.</p>  | <p>Wanneer we een sollicitant afwijzen moeten we nooit vergeten dat deze sollicitant een potentieel onbezorder is voor Hoogenboezem. De afwijzing kan drie maanden worden iemand verwijzen afgeweken, inplaats het gevoel over Hoogenboezem.</p> <p>Wees daarom eerlijk over de reden van afwijzen en zorg dat de terugkoppeling wordt gedaan door iemand die de sollicitant daadwerkelijk heeft gesproken. Deel de persoon voldoende persoonlijk contact op.</p>  | <p>Wanneer een sollicitant zich terugtrekt is dit voor Hoogenboezem een belangrijk moment om iets te leren en ons proces te verbeteren.</p> <p>Vraag daarom altijd goed op de redenen van terugtrekken. Kijk daarnaast ook of je de reden van terugtrekken nog kunt omzetten voor een positieve.</p> <p>Blijf nu in contact met de procedure in afwachting met de sollicitator voor mogelijkheden in de toekomst.</p>  |



**Hoppenbrouwers**  
• TECHNIEK •



Vanuit de evaluatie kan gekozen worden voor een vervolg gesprek, meelooptag, aanbod of afwijzing.

Wanneer je bij het evalueren kijkt voor het 2x 4 ogen principe, zorg je voor afstemming tussen de gesprekspartners. Daarnaast acht je de juiste verwachtingen bij de sollicitant. Wat is het doel en het nut van een 2e gesprek of meelooptag?

Laat volle aandacht's geen belemmerende factor zijn bij het plannen van een vervolg. Het is belangrijk om snel door te pakken. Grip deze mogelijkheid om ook het verdere proces of te stemmen met de sollicitant. Zo weet de sollicitant precies wat ze kan verwachten na deze gespreksronde.

Als men het collectieve gesprek afloopt doet de moderator:  
 Vraag de collectief wat die zin van het gesprek was. Is het positief of negatief en waarom is het positief? Wat was de meest interessante of negatieve punt? Het is de taak van de facilitator om negatieve punten overbruggen met argumenten.

Bea je positief? Wie was zelf ook daar is het gesprek en maak een overbruggingspunt. Bea je negatief? Wat was dat dan direct motive. Verrijkt door het langst. Als je dit gesprek met je tweede met zorg, je dat deze terugkoppeling goed is uitgevoerd.

Het doel van een meeloopdag is niet alleen om de kennis van de sollicitant te toetsen. De meeloopdag is juist een mogelijkheid om een gevoel te krijgen van de sfeer en kennis te maken met potentiële collega's.

Als team maken we daarom tijd vrij om kennis te maken met de sollicitant. Samen zorgen we ervoor dat de sollicitant zich welkom voelt en we geven ruimte voor het beantwoorden van vragen.



Ik wil graag dichtbij huis werken, dus daar begint mijn zoektocht. Ik zoek een specifieke functie of ik zoek in een specifieke regio. Ik zoek vooral een team waarin ik mij thuis voel. Het soort markt en het type projecten vind ik minder belangrijk. Dit inzicht komt naar voren uit de medewerkerstrends.

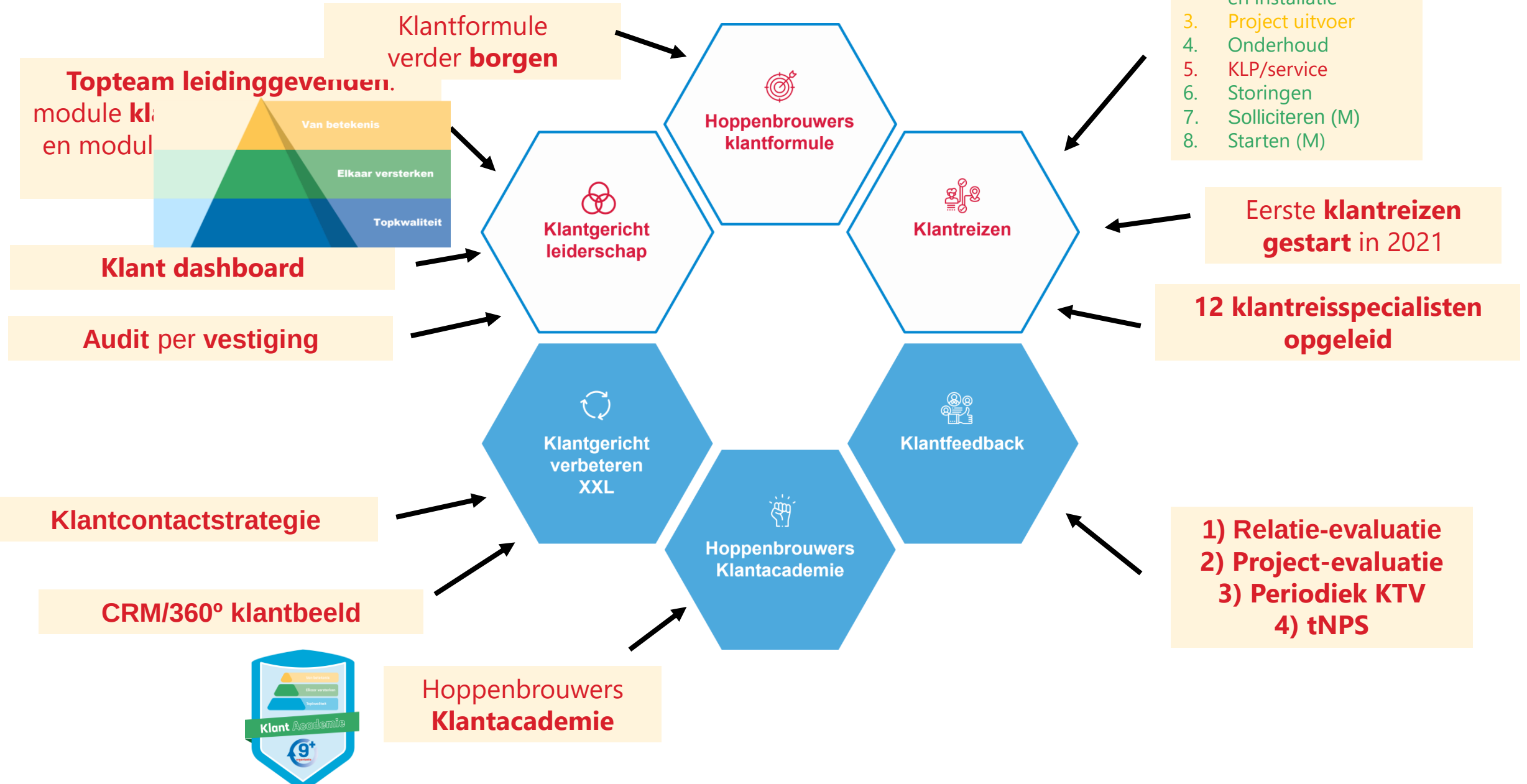
Salaris vind ik belangrijk, maar op andere punten vind ik het lastig om te kiezen tussen mijn verstand en mijn gevoel. Als je mij aan tafel kunt overtuigen ga ik met een goed gevoel naar huis. Twijfels? Die worden na het gesprek vaak groter.

Ik hou niet van onzekerheid. Zorg dus dat je concreet bent en snel doorpakt, want ik heb vaak meerdere sollicitatietrajecten naast elkaar lopen! Als je inzet op 'troeven' als vrouwen, erkenning en snelheid haal je mij misschien wel binnen.

OPTIE: NA EERSTE GESPREK MEELOOPDAG

**MEELOOPDAG**

# Welke stappen zet Hoppenbrouwers?





# REFLECTIE TIJDENS...

## DE ZOMER VAN 2022!





# COALITIES SMEDEN



**Directie**  
**Strategie**  
**Visie**

**MarComOn**  
**Content**

**HR**  
**Beleid**

**Leren &**  
**Ontwikkelen**  
**Onboarding/**  
**training**

**VL/CL**  
**Doelen/**  
**plannen**



[← Naar overzicht](#)

# Een 9+ beleving voor onze toekomstige collega's met onze nieuwe Werken bij-website!

1 september

We willen dat ieder persoon die met ons in contact komt ons met een 9 of zelfs een 10 waardeert. Oftewel: we willen een 9+-organisatie zijn! En om dat te bereiken is beleving erg belangrijk. We willen tenslotte dat iedereen een verrassende en excellente Hoppenbrouwers-beleving meemaakt. Zo ook voor onze potentiële nieuwe collega's. Daarom hebben we als eerste stap een nieuwe Werken-bij website gelanceerd!

Ellen Vermeer, HR-directeur, geeft aan: "In de werving en selectie kijken we niet alleen naar een cv en motivatiebrief. Talenten, competenties en drijfveren van iemand zijn voor ons veel belangrijker. Medewerkers staan bij ons op 1 en we vinden het dan ook belangrijk dat potentiële nieuwe collega's eveneens een verrassende en excellente



Vandaag



Notificaties



Applicaties



Chat



Collecties



Mijn account



# VIJF PIJLERS VISIE 2030



**Medewerkers**  
Beste  
werkgever



**Klanten**  
Hoogste  
klant  
waardering



**Techniek**  
Datagedreven  
netwerk  
organisatie



**Duurzaam**  
Duurzaamste  
technisch  
dienstverlener



**Organisatie**  
Lokaal  
betrokken en  
zelfsturende  
teams



# Focus op klantbeleving helpt om ambitie richting 9+ organisatie waar te maken

Wij willen het meest klantgerichte bedrijf in onze branche zijn. Om deze ambitie voor een optimale klantbeleving kracht bij te zetten, hebben we afgelopen jaar een klantbelevingsexpert aangesteld. Jaap Jansens gaf jarenlang als consultant advies over hoe klanten je zien en wat je met die inzichten kunt. Nu heeft hij de opdracht om de teams en vestigingen binnen Hoppenbrouwers te begeleiden naar één herkenbare manier van werken. Door in de huid van onze klanten te kruipen werken we aan een 9+ organisatie waarin een verrassende en excellente klantbeleving centraal staat.



Jaap Jansens (expert klantbeleving)

Jaap vertelt: 'Met een organisatie die snel groeit, is het belangrijk dat we vanuit ieder team of vestiging op een uniforme manier met onze klanten omgaan. In de Efteling ervaar je, waar je in het park ook bent, als klant en bezoeker overal dezelfde verrassende beleving. Dit willen wij ook voor onze klanten.'

## Verschillende klantbehoeften

In 2021 hebben we als organisatie stappen gezet om meer richting te geven aan klantgerichtheid. Er zijn klantgerichtheidsstrainingen voor medewerkers georganiseerd en ze krijgen inzicht in de klantreizen die in ontwikkeling zijn. Om verdere invulling te geven aan de 9+ organisatie werken we ook aan nieuwe manieren voor klantfeedback. Iedere medewerker wil dat de klant tevreden is. Maar niet iedereen gaat daar nog op dezelfde manier mee om. De overtuiging is wel: het centraal stellen van klantbeleving resulteert in gezond rendement en niet andersom.'

## Klantambitie 2030

Klanten ervaren een verrassende en excellente klantbeleving. Hoppenbrouwers heeft de hoogste klanttevredenheid in de branche. Vanuit één sterk merk bedienen we onze klanten. Op alle specialismen en PMC's zijn wij een autoriteit en bevinden ons in de top 3 van de markt.



Martin van Vorstenbosch (Manager Manufacturing Operations and Engineering bij Bosch Rexroth) & Dick Klaassen (projectleider)

## Drie lagen voor een duurzame klantrelatie

We onderscheiden feitelijk drie lagen in onze klantformule. Onder iedere laag vallen drie gidsende principes.

1. Topkwaliteit: een opdracht begint voor ons bij het leveren van topkwaliteit. Daar kunnen klanten op rekenen. We zijn daadkrachtig en echte aanpakkers. Onze passie voor techniek motiveert ons bovendien om het onmogelijke mogelijk te maken.
2. Elkaar versterken: we zetten de klant centraal en streven ernaar om elkaar te versterken. We verdiepen ons in onze klanten en weten wat techniek voor hen betekent. Hierdoor kunnen we samen voor de beste oplossing gaan. Dat doen we ook door open en plezierig samen te werken.
3. Van betekenis: we vinden het belangrijk om van betekenis te zijn. We kijken naar de lange termijn en willen daarin een partner zijn voor onze klanten. Wij zijn er om hun ambities waar te maken en samen duurzaam succesvol te zijn.

## NPS-score

In 2021 hadden we een NPS-score van +44 (ten opzichte van +41 in 2020). We zijn goed op weg naar een 9+ organisatie en streven naar een NPS-score in 2022 van +50 als ondergrens voor elk team. Sommige teams zitten inmiddels al ver boven de 60.

## Consistente aanpak

De uitdaging voor ons als sterk groeiende organisatie is om consistent te zijn in klantgerichtheid. Onze klantbelevingsexpert Jaap Jansens geeft aan: 'Onze klanten in Sittard moeten dezelfde klantbeleving ervaren als onze klanten in Arnhem en Goedereede. Zeker bij culturen helpen eenduidig te worden in hun aanpak zonder dat ze daarbij hun eigen identiteit verliezen. Ook wanneer vestigingen integraal samenwerken, moet de klant ons als één team ervaren.'

## De Hoppenbrouwers klantformule

Om de markt nog gericht te kunnen bedienen, hebben we in 2021 alle product-marktcombinaties in klanten in kaart gebracht. Ook zijn de specifieke behoeften van klanten in kaart gebracht en hebben we deze gekoppeld aan onze kernwaarden en strategische ambities. Het resultaat hiervan zijn zogenaamde gidsende principes. Deze gidsende principes zijn voor medewerkers concrete handvatten om op uniforme, herkenbare en consistente manier om te gaan met klanten. Het gaat hierbij over houding, gedrag en communicatie. Uiteindelijk moet deze klantformule leiden tot een onderscheidende dienstverlening en bijdragen aan (nog) betere klantbeleving.

## Optimale klantbeleving centraal in duurzame klantrelatie

De installatiewereld verandert. Met de opmars van technische ontwikkelingen groeit de vraag naar totale technisch dienstverlening gestaag. Zo zijn bijvoorbeeld verduurzaming en digitalisering thema's waarover veel van onze klanten behoefte hebben aan kennis en advies. Maar ook willen klanten topservice. Hoewel klanttevredenheid altijd aan de basis ligt van ons werk, willen we toe naar een 9+ organisatie waarin verrassende en excellente klantbeleving centraal staat en we samen met opdrachtgevers kunnen bouwen aan een duurzame relatie.



## HOE DOEN WE DAT?

- Het begint met klantgericht leiderschap
- We realiseren verrassende en excellente klantbeleving in klantreizen
- Alle teams werken met klantfeedback
- Iedereen wordt opgeleid in de Hoppenbrouwers klantacademie







|       |          |      |          |              |   |             |
|-------|----------|------|----------|--------------|---|-------------|
| VISIE | URGENTIE | PLAN | MIDDELEN | COMPETENTIES | = | VERANDERING |
|       | URGENTIE | PLAN | MIDDELEN | COMPETENTIES | = | VERWARRING  |
| VISIE |          | PLAN | MIDDELEN | COMPETENTIES | = | WEERSTAND   |
| VISIE | URGENTIE |      | MIDDELEN | COMPETENTIES | = | CHAOS       |
| VISIE | URGENTIE | PLAN |          | COMPETENTIES | = | FRUSTRATIE  |
| VISIE | URGENTIE | PLAN | MIDDELEN |              | = | ANGST       |

Model van Knoster & Lippitt



# Hoppenbrouwers

• T E C H N I E K •

Vragen?

Samen bouwen aan een  
**TOEKOMST** die **LEEFT**