

‘Ik wilde uit mijn comfortzone, het diepe in’

Een lager salaris én een minder auto: Hans Kik moest fors inleveren voor die salesfunctie bij Elinex. Maar in Huub van Raamsdonk, de directeur, herkende hij de drive en de ondernemersgeest.

Jasperien van Weerd

Het begon allemaal met de aanschaf van een grote Jeep. Van Raamsdonk liep een garage in Dordrecht binnen om er een aan te schaffen. ‘Zo’n typische Amerikaanse bak met een roffelend geluid.’ Daar trof hij Kik, die hem de avond na de eerste proefrit opbelde om te informeren hoe het was gegaan. ‘Dat had ik nog nooit meegemaakt’, blikt Van Raamsdonk terug.

De dag erna werd de deal gesloten. Dat duurde wel drie uur. ‘We bleven maar praten. De sfeer was heel familiair.’

Daarna verloor hij Kik uit het oog. Tot Elinex enkele jaren later in gesprek was met IBM om noodstroomvoorzieningen te leveren aan het dealerkanaal van de IT-gigant. ‘Wij zochten een goede verkoper. Toen moest ik meteen terugdenken aan die autoverkoper’, zegt Van Raamsdonk.

Er was wel een praktisch probleempje. LinkedIn en Facebook bestonden nog niet. Het enige wat Van Raamsdonk wist, was dat Kik in Dordrecht woonde. Dus

**Nog geen LinkedIn
Van Raamsdonk liet
zijn secretaresse alle
Kiks in Dordrecht
bellen om zijn droom-
verkoper te vinden**

Hans Kik (45)

‘Eerste’ baan
Accountmanager bij Elinex

Startsalaris
‘5000 gulden.
Minder dan bij
BMW, maar
het draait niet
alleen om het
salaris en een
auto’

Begonnen
1999

Nu
Sales director bij
Schleifenbauer,
producent van
energiemeters
voor datacenters
en utiliteits-
bouw

FOTO: ELMER VAN DER
MAREL VOOR HET FD

stuurde hij zijn secretaresse ’s avonds met een telefoonboek naar huis met het verzoek om alle Kiks in Dordrecht te bellen. Uiteindelijk bleek dat hij inmiddels in dienst was bij een BMW-dealer in Roosendaal.

‘Ik schrok me rot toen Huub belde’, zegt Kik. ‘Die Jeeps stonden bekend om hun zwakke assen. Ik dacht: als iemand zoveel moeite doet om mij te vinden is het foute boel.’

Toen hij van de schrik was gekomen, stond hij open voor een gesprek, al lag de markt voor noodstroomvoorzieningen ver af van zijn jongensdroom: de automotive-wereld. ‘Ik heb vol overtuiging de automotive-opleiding aan de IVA in Driebergen

gevolgd en zat op zich goed bij BMW. Maar de uitdaging was een beetje weg. Klanten van BMW zijn heel merktrouw. Nadat ze vier jaar in een zwarte auto hebben gereden, komen ze hem omruilen voor een donkerblauwe. Bij Elinex vond ik die uitdaging wel.’

Het had wel een prijs. ‘Ik kwam voor het gesprek voorrijden in een BMW 530 en kreeg een Ford Focus toegewezen’, zegt Kik. ‘Ook qua salaris ging ik erop achteruit. Dat was even slikken. Maar ik wilde uit mijn comfortzone stappen, het diepe in.’

Ondanks Kiks enthousiasme was de start niet florissant. De plannen voor verkoop aan IBM-dealers kwamen niet van



de grond. Toch was dat geen reden om afscheid te nemen van Kik. ‘Ik vond hem een goede verkoper’, zegt Van Raamsdonk. ‘Dat het niet lukte, lag aan ons.’

Dus gooide hij het roer om. In het hele land verzezen datacenters, met elektrische vermogens van wel duizend kilo-

**Stapje terug
‘Ik kwam voorrijden
in een BMW 530 en
kreeg vervolgens een
Ford Focus
toegewezen’**

watt. Daarin zag Van Raamsdonk marktpotentieel. Samen met Kik bouwde hij een afgeschreven streekbus om tot een demoruimte, die werd omgedoopt tot de Power Express. Hiermee reden ze naar potentiële klanten. ‘Dat was een groot succes’, zegt Van Raamsdonk.

Een goede verkoper scoort volgens hem goed op twee terreinen: empathie en gedrevenheid. Dat gold ook voor Hans. ‘Hans voelde aan dat service voor Elinex heel belangrijk is en hij beseftte ook dat het bij verkoop gaat om gunnen. Zo vond de gunning destijds al plaats tijdens dat telefoontje na mijn proefrit.’

Niet veel mensen hebben dat talent, merkt hij. ‘Als Hans in de file stond op de

Van Brienoordbrug benutte hij de tijd om met klanten te bellen. Die instelling is heel belangrijk. Je moet niet achteroverleunen en denken dat het wel goed zit. Voor Hans is een order pas een order als die binnen is.’ ‘Inderdaad’, vult Kik aan. ‘Bloemen bij de finish.’

Omgekeerd heeft Kik veel geleerd van zijn toenmalige werkgever. ‘Huub heeft mij laten inzien dat als je een stap harder zet dan de rest, alles mogelijk is. Als mensen je mogen en je een goed verhaal hebt, krijg je altijd een kans; of je nu een groot of een klein bedrijf bent.’

Kik dacht daar nog vaak aan terug toen hij na zeven jaar opnieuw een sprong in het diepe waagde. Met drie man richtte hij een eigen bedrijf op, waarvoor hij opnieuw grote klanten binnenhaalde: Schleifenbauer Products, producent van slimme energiemeters.

‘Ik wilde uiteindelijk zelf ondernemer worden’, zegt Kik. ‘Je had meer uitdaging nodig’, vult Van Raamsdonk aan. ‘Dat gold destijds ook voor mij. In de jaren tachtig werkte ik bij een bedrijf in noodverlichting. Ik zag kansen in noodstroomvoorzieningen, door de opkomst van de computer. Maar mijn toenmalige werkgever niet. Toen ben ik voor mezelf begonnen.’

Dat Kik ook zijn eigen weg ging — nota bene in dezelfde branche — deed pijn. ‘Maar uiteindelijk heb ik hem laten gaan’, zegt Van Raamsdonk. ‘Dat is best bijzonder, realiseer ik me nu. Normaal gesproken zou ik hebben gewezen op het concurrentiebeding. Ik had echter zoveel respect voor hem, dat ik toch akkoord ging.’

Van Raamsdonk en Kik komen elkaar nog geregeld tegen voor hun werk. Dan is er nog steeds die familiale sfeer. Misschien komt dat doordat ze uit hetzelfde hout zijn gesneden. ‘Als er een klacht is, lossen wij eerst het probleem op. Pas daarna kijken we wie wat betaalt. Die mentaliteit heeft Huub ook’, zegt Kik. Van Raamsdonk knikt. ‘Het gaat om kritische bedrijfsvoering. Ziekenhuizen, datacenters en telecoöperaties zijn afhankelijk van stroom.’

Ook het enthousiasme delen ze. ‘Het begint niet met geld verdienen, maar met iets wat je leuk vindt en waar je goed in bent. De rest komt dan vanzelf.’

 **Jasperien van Weerd**
is freelancejournalist.