



Bert Story in Waardenburg

Topmerk, Topservice

De naam Bert Story is in heel Nederland bekend. Dat is mede te danken aan het opvallende pand op de zichtlocatie langs de snelweg A2 in Waardenburg. Maar het bedrijf heeft die bekendheid zeker ook te danken aan het al jarenlange dealerschap van de topmerken BMW en MINI.

TEKST HANS HOOFT FOTOGRAFIE KARIM DE GROOT

BMW dealer word je niet zomaar, je moet structureel voldoen aan de strenge, wereldwijd door BMW AG opgestelde, voorwaarden. Bert Story werd al in 1964 dealer van het prestigieuze automerk, en groeide uit van een dorpsgarage naar een bedrijf van formaat met inmiddels drie vestigingen (Waardenburg, Den Bosch en Nijmegen). Oprichter Bert Story is zelf niet meer actief bij het bedrijf betrokken, maar de naam word nog steeds gehandhaafd.

Peter Rooyackers, reeds 14 jaar werkzaam bij de diverse Bert Story bedrijven en sinds vorig jaar directeur van Bert

Story Waardenburg, noemt daarvoor als reden: “Vanwege de zowel regionale als landelijke naamsbekendheid en de onlosmakelijke verbinding met het merk BMW.”

Karakteristiek

Als je de onderneming met één woord moet karakteriseren, is ‘voortuitstrevend’ misschien wel het meest van toepassing. In 1993, toen het karakteristieke pand langs de A2 werd geopend, was het al zeer modern, met alle nieuwste voorzieningen. Maar de ontwikkelingen gaan voort, en BMW Bert Story doet zijn reputatie eer aan door daar in mee te gaan,

voor alle BMW-dealers. De zaken gaan in de tijd van de verbouwing gewoon door, al zal niet onopgemerkt blijven dat er in en om het bedrijf iets gebeurt. Maar de klant zal er geen hinder van ondervinden, we blijven de kwaliteit leveren waar ons bedrijf al jaren voor staat.”

Wow-ervaring

Het gebouw en de nieuwe inrichting passen volgens Rooyackers optimaal bij de uitstraling die de merken BMW en MINI hebben: voortuitstrevend, modern, opvallend. Maar vanwege de moderne eisen ook: duurzaam.

nieuwste ontwikkelingen tonen op het gebied van styling, interieur, veiligheid en connectiviteit. De komende verbouwing zal daar een grote rol in gaan spelen. Als de mensen bij ons bedrijf binnenkomen, willen we ze direct de wow-ervaring laten beleven zodat ze direct weten dat ze bij BMW en Bert Story zijn. Het persoonlijke contact met de klant is daarbij heel belangrijk. We zijn daar de laatste jaren nog nadrukkelijker mee bezig dan voorheen, met als doel onze klant nog meer centraal te stellen in al onze activiteiten. Daarmee willen we ons echt onderscheiden in het premium-segment. Waar zit hem dan het verschil in?



zelfs door daar op vooruit te lopen. Rooyackers vertelt: “Het pand is zelfs na 20 jaar nog steeds fantastisch, maar om onze klant de optimale BMW-beleving te kunnen blijven geven staan we nu wel aan de vooravond van een grote verbouwing. We gaan het gehele interieur aanpassen aan de nieuwe ‘BMW Corporate Identity’. Dat is de nieuwe stijl zoals BMW AG in Duitsland, onze fabrikant, die voorschrijft

Rooyackers vervolgt: “Onze klant is een doelgroep met een hoog verwachtingspatroon, die wil waar voor zijn geld maar wil zeker ook op de juiste manier behandeld worden. Dat betekent dat we service en klanttevredenheid op een heel hoog niveau willen hebben. Dat mag onze klant verwachten van de merken BMW en MINI, maar zeker ook van Bert Story Waardenburg. We willen onze klant niet alleen de mooiste auto’s laten zien, maar ze ook de

Dat is natuurlijk de uitstraling van ons bedrijf, onze merken en de diverse modellen, maar het komt er op neer dat onze medewerkers het daadwerkelijke verschil moeten maken. Zij zorgen voor het juiste gastheerschap, dat is onze filosofie en daar gaan we met zijn allen voor. Want op het moment dat mensen de showroom binnenkomen, moet die verwachting wel waargemaakt worden.” ■ www.bertstory.nl