

MOBIEL4BUSINEZZ VEROVERT MARKT OP BASIS VAN VERTROUWEN

‘SNELLE GROEI IS VOOR ONS GEEN DOEL’

Als er één branche is die de afgelopen twintig jaar grote veranderingen heeft doorgemaakt dan is het wel de markt voor mobiele telefonie. In het begin werd je met je mobiele telefoon gezien als iemand van een andere planeet die in een apparaat stond te blèren dat nog het meest op de baksteen leek. Dat veranderde snel, het bleek uiterst efficiënt, de modellen werden kleiner en er kwamen steeds mee aanbieders. In 1996 stapte René Reins in die markt en in 1999 werd hij ondernemer.

Er was nog veel te pionieren. Het draaide om belgedrag, data speelde nog niet. In 2009 nam Reins MTI Barneveld over. Daar was Maurice Faasse werkzaam en met die overname kwam ook Maurice in dienst. De markt werd steeds stabiel en paste zich steeds meer aan, aan de wensen van de gebruikers. Bellen werd vanaf 2014 meer als bijzaak gezien, het draaide steeds meer om dataverbruik. “We hadden onze eigen strategie en software ontwikkeld, waardoor we klanten snel en accuraat konden adviseren voor het beste abonnement. In 2016 verkocht ik de zaak.”

MOBIEL4BUSINEZZ

In oktober 2020 werden René en Maurice steeds vaker door voormalig klanten benaderd en dat was reden om toch maar weer eens om tafel te gaan. “Wat als wij dit kunstje nog een keer uithalen, bouwen aan vertrouwen, door goede advisering opnieuw, passende klanten aan ons binden? We hebben ons als telecombedrijf weer aangemeld bij de grote providers. Dan stel je jezelf de vraag: Hoe word je opnieuw onderscheidend in een waanzinnig concurrerende markt? Daar hadden we wel ideeën bij, want die strategie vormde de basis van ons succes in de vorige zaak Techware Telecom. Het belangrijkste onderscheid zit in de P van persoonlijk. Snel reageren, alles persoonlijk afhandelen, als





‘ONDERNEMERS WILLEN GEEN GEDOE, DIE WILLEN DAT HET GOED GEREGELD WORDT’

er iets is, dan ook direct acteren en niet tot morgen laten liggen, dan maak je het verschil. Dan blijkt dat prijs niet alleen een belangrijke factor is, ondernemers willen geen gedoe, die willen dat het goed geregeld wordt. Daar hadden wij de zaak al op ingericht, dus dat was voor ons niet zo moeilijk.” Ook de markt hielp mee. Maurice Faasse: “Vroeger had je tientallen verschillende abonnementen. Er werd veel gebeld, buitenland werd extra belast en dataverbruik werd in MB’s afgerekend. Dat bestaat bijna niet meer. Vrijwel iedereen belt onbeperkt, het datagebruik wordt over de hele groep uitgespreid en daar wordt een abonnementsvorm op losgelaten. Daar hadden we zelf geweldige software voor ontwikkeld waarmee wij dit ook voor bedrijven met 10/100-tallen medewerkers konden uitrekenen. Met die cijfers in de hand konden we naar providers om unieke constructies te bepleiten. Daar worden klanten blij van. Zo hebben we ons ontwikkeld tot de professionele partner voor alle telecomoplossingen.”

HET CONCEPT

Het concept van Mobiel4Businezz draagt op drie pijlers: een ruim assortiment, een scherpe prijsstelling en een uitstekende service. “Dat assortiment, de hardware, is voor ons belangrijk, want met de nieuwe zaak Mobiel4Businezz moesten we weer klanten aan ons binden. Omdat de meeste abonnementsvormen een geldigheidsduur van twee of drie jaar hebben, is het handig als er tussentijds al een moment is waarop een bedrijf van onze service kan proeven. Dat gebeurt dus vaak via ons assortiment. Dat loopt van mobiele telefoons en tablets, tot headsets, draadloze data-oplossingen (de 4G-aansluiting in een bouwkeet op een afgelegen bouwterrein), van Dect-telefonie tot conferentie-oplossingen en accessoires. Ook onze refurbished producten lopen goed, omdat we eigenlijk alleen kiezen voor A-merken. Datzelfde geldt voor de providers waarmee we samenwerken: KPN, T-Mobile en Vodafone. Nooit gedoe. Voorzien van de juiste garanties wat ook geldt voor refurbished producten. De bedrijven die ons hebben leren kennen, weten hoe wij denken over kwaliteit, persoonlijke en flexibele service, dán ben je plotseling ook partij als er een goed advies wordt gevraagd bij een abonnementsverlenging.”



ADVISERING

Mobieltjes mogen een belangrijke rol spelen in ons leven, de kennis over het onderwerp blijft een heikel punt. “Niet zo verwonderlijk. De gemiddelde ondernemer heeft wel wat anders aan zijn hoofd dan zich druk te maken over welke mobieltjes hij moet hebben of hoe hij een optimale bereikbaarheid creëert tegen de scherpste prijs. Dat is onze rol”, vertellen Maurice en René. “Daar zijn we groot mee geworden, meedenken en als er eenmaal een beslissing is genomen snel leveren en tegelijkertijd de lijnen naar medewerkers kort houden. Uiteindelijk worden zij de gebruikers.” Die advisering gaat verder dan de keuze voor een leverancier of een provi-

der. “Denk ook aan VOiP-oplossingen, inrichting van flexplekken of zit-sta werkplekken, dat kwam de afgelopen jaren allemaal langs en daar hebben we ons dus flink in verdiept.”

SAMEN

Hét cruciale woord tijdens het gesprek is samen, René en Maurice als partners, samen met klanten en samen met providers en leveranciers. “Uiteindelijk doe je niets alleen, maar alles samen. Wij hebben ons werkproces zo ingericht dat we alle contacten en werkzaamheden met een kleine groep kunnen belopen. Dan ben je altijd op de hoogte van wat er bij klanten speelt. Bovendien past het bij ons concept: ‘innoveren met een-

‘WIJ WILLEN GOEDE DINGEN DOEN VOOR LEUKE KLANTEN’

voud! Wij bedienen onze klanten zelf, wij weten altijd welke apparatuur er wordt gebruikt en waar de voorkeuren liggen. Dat gaat heel goed, we voelen ons er prettig bij. Snelle groei is voor ons geen doel, wij willen goede dingen doen voor leuke klanten. En weet je wat er dan gebeurt? Dan groeit er vertrouwen. Dat zien we. En dan krijg je ook de klanten die bij je passen. De markt mag dan zwaar concurrerend zijn, wij hebben er onze plek in gevonden.”

