



'Vertrouwen is belangrijk'

# BTC Teleconsult: één bedrijf, één pand, één visie!

**Pioniers waren het. Ronald Horn en zijn zakenpartner Dick Houtsma kwamen in 2001 met een heel nieuw concept op de markt: Belstore. Ofwel: mobiele-telefonieverkoop uitsluitend via het internet. Uiteraard bestaat Belstore nog steeds, maar het duo richt zich inmiddels, met succes, ook op de zakelijke markt. Doel: duidelijkheid scheppen in het overweldigende aanbod van nieuw technisch telecomvernuft en het vertrouwen winnen van de klant. BTC Teleconsult staat als een huis.**

TEKST\_HP VAN TILBURG FOTOGRAFIE\_MARTIJN VAN DEN DOBBELSTEEN

In het hoekige pand in Amstelveen, waar BTC gevestigd is, heerst een prima sfeertje. Natuurlijk, Ronald Horn en Dick Houtsma zijn er samen directeur. Maar net zo goed zijn ze onderdeel van het team. Horn begon zijn telecomcarrière in 1989 met de import van Nokia-toestellen voor Pon's, Transmark communication (later MCC). Na ook nog bij Cellway en als verkoopdirecteur bij Vodafone te hebben gewerkt, wilde hij het – op zoek naar een nieuwe uitdaging – zelf eens gaan proberen. Zakenpartner Dick Houtsma kreeg na vijf jaar directeur-

schap MCC en een marketingcarrière bij Cellway en American Express dezelfde kriebels. Samen smeedden ze in 2000 de eerste plannen en in 2001 begonnen ze met Belstore, die toentertijd unieke internetshop voor consumenten. Horn: "In 2004 kwam daar ook zakelijke verkoop bij, gevolgd door de overname van GSMHuis in 2006 en BTC in 2007. Belstore bedient de kleinzakelijke markt en overheidsinstellingen, GSMHuis de consumenten en BTC van midden- en kleinbedrijf tot de corporate zakelijke markt. We zijn vanuit het internet gekomen en internet is nog steeds

belangrijk voor ons. We bedienen vanuit één vestiging. Dat is een bewuste keuze. Daarom ook hebben we de verschillende formules in één bedrijf ondergebracht. Eén bedrijf, één pand, één visie."

Het bedrijf heeft buitendienstmedewerkers in vrijwel alle provincies, tien man in totaal. Houtsma: "Zij gaan naar de klanten toe. Verder lopen onze deals via de telefoon, en – hoe kan het ook anders – via internet. Bij BTC lopen op dit moment bij elkaar 25 mensen rond. Aan het einde van dit jaar zullen dat er bijna 30 zijn. Nu ik dit zeg, bedenk ik me meteen, dat we nog op zoek zijn naar medewerkers, vooral voor het oosten van het land. En ook hebben we behoefte aan medewerkers voor onze IT-afdeling in verband met de toenemende en veranderende vraag. De markt is geweldig in beweging; er komen veel nieuwe aanbieders bij. Maar aan de andere kant zijn er ook maar weinig nieuwe aanbieders die blijven. Dat komt omdat het best moeilijk is adequaat personeel te vinden. Betrokken personeel waarmee je een bedrijf op kunt bouwen. Want dat geeft naar de klant toe toch het beste resultaat."

## Snel

Zoals gezegd: de sector ontwikkelt zich met duizelingwekkende snelheid. De fabrikant ligt vier jaar voor op waar de klant nu is. Horn: "Wij proberen een brug tussen tijd en techniek te slaan. Onze slogan is: telecom van ondernemers, voor ondernemers. De klant wil dat je staat voor wat je zegt en dat je oplossingen biedt die werken. Als je nieuwe technologie toepast in een bedrijf moet het natuurlijk wel werken. Daarbij wil de klant tegenwoordig het liefst dat alles van onder één dak vandaan komt. En hij wil geadviseerd worden door een onafhankelijke dealer. Dus niet worden afgesloten van nieuwe mogelijkheden. Door onafhankelijk te zijn neem je de verantwoordelijkheid voor je advies. Je biedt het nieuwste van het nieuwste, maar je zorgt er ook voor dat het werkt."

Wat is een grote trend op dit moment? Horn, zijn voorhoofd in rimpels trekkend: "Heb je even...? Wat vooral opvalt, is dat de operator de laatste tijd probeert een functie te ontwikkelen naast zijn eigen kernactiviteit. Hij is bezig zichzelf te verbreden en komt daarmee in het vaarwater van de dealer, die een verzamel- en adviesfunctie heeft. Terwijl de dealer onafhankelijk is en diverse technische concepten met elkaar kan combineren. Ter illustratie: je wilt een keuken van een bepaald merk, maar je wilt liever die andere oven en ook nog die weer andere vaatwasser. Een goede dealer kijkt wat bij jou het beste past. En dat kan de operator niet. Een operator is doorgaans krachtig in het leveren van de basistelecomtransmissiedrager? en door deze concentratie niet flexibel. Wij, de dealers, zijn dat wel. Kijk, de klant is van zichzelf. Maar als een operator goede zaken wil doen, doet hij dat samen met de dealer en dan gaat hij niet de concurrentie aan."

Als de basis goed is, komt de rest vanzelf. Dan durft de ondernemer op het advies van de dealer te vertrouwen.

## Visie

De visie van BTC Teleconsult: de klant wil oplossingen op maat met een partij die hij kan vertrouwen, die goed bereikbaar is, die verantwoordelijkheid neemt en die problemen oplost. Houtsma: "Het is daarom heel belangrijk een goede relatie op te bouwen met je klanten. Als de basis goed is, komt de rest vanzelf. Dan durft de ondernemer op het advies van de dealer te vertrouwen. En dat functioneert goed hoor. Tenminste bij ons. De dealers die zich niet op deze manier ontwikkelen of die gewoon log zijn, verliezen marktaandeel."

Horn vergelijkt zijn zaak wel eens met die van een kok. "Die kan overal zijn spullen kopen. Niets is uniek, alle ingrediënten zijn hetzelfde. Maar als je er toch iets speciaals van wilt maken, dan gaat het erom dat je er iets van jezelf inlegt. En om de passie, passie voor je product. Want dat maakt het verschil. Wij hebben hier bij BTC Teleconsult weinig tot geen verloop in ons team. We lijken soms wel een grote familie. We investeren dan ook veel in personeel door middel van kennisoverdracht, cursussen. Hun kennis is, al zeg ik het zelf, enorm groot. Ze hebben echt iets te melden. Elke klant heeft zijn eigen contactpersoon en dat verandert niet. Die formule passen we overigens alleen toe op de zakelijke markt. Maar daar hebben we het hier ook over. We zeggen altijd: 'Wij staan naast de klant en niet boven de klant'. Daarmee winnen we markt."

