

Voorop in groen

Column ELSKE VAN DE FLIERT

Elske van de Fliert is expert op het gebied van groener, schoner en slimmer rijden. Al bijna tien jaar helpt zij bedrijven groene keuzes te maken in hun wagenpark en werkplaatsen met het veilig onderhouden van CNG, LNG, waterstof en elektrische voertuigen. Haar motto: "Transport is prachtig, duurzaam transport is krachtig!"

Je bent op cursus geweest. Het was hartstikke interessant. Het ging over de nieuwste modellen en alle milieuvriendelijke snuffes die jullie merk te bieden heeft. Want, als je tegenwoordig ergens mee kan scoren, zo beloofde de trainer, is het wel met duurzaamheid. Je klanten zullen tegenwoordig direct de oren spitsen als ze 'CO₂-reductie' horen. En als je ze kan vertellen over het nieuwe groengasmodel met start-stopstelsysteem, en over de ontwikkelingen die je merk doormaakt in het rijden op waterstof. Dat leek je logisch. Immers, de gemeente is pas nog langs geweest voor een paar nieuwe poolauto's en ze informeerden naar elektrische modellen. Maar twee weken en veel enthousiasme later ben je een illusie armer. Als je bij klanten begint over het rijden op groengas, kijken ze je wazig aan en denken ze dat je ze LPG wilt verkopen. De gemeente heeft ondertussen door laten schemeren dat elektrisch rijden wel leuk is, maar dat het zeker niks meer, en liever minder moet gaan kosten. Kortom: je loopt tegen iets aan waar veel van je collega's ook tegenaan lopen. Ja, duurzaamheid wordt steeds belangrijker. Ja, een aantal branches heeft er concreet mee te maken. Zoals de transportbranche met de komst van Lean & Green, en de bouw als het bedrijf gecertificeerd is voor de CO₂-prestatieladder. Maar nee, lang niet iedereen is er mee bezig en uit zichzelf vragen klanten er zelden om. Moet je er dan toch wat mee? En zo ja, wat? In mijn optiek wel. Zolang het nog geen gemeengoed is, biedt het je een kans je te onderscheiden. En door er nu mee bezig te zijn, kun je voorop blijven lopen. Wat je er dan mee moet? Deze drie concrete dingen kun jij doen:

1. Vraag klanten ernaar als ze zich aan het oriënteren zijn: "Heeft u wel eens gehoord van groengas? Moet u in aanbestedingen iets over duurzaamheid zeggen? Heeft u een laadpaal in de straat?"
2. Bied klanten een groen alternatief aan als ze er niet zelf om vragen. Het laat zien dat je aandacht hebt voor dit onderwerp en dat jullie er oplossingen voor bieden. Ook al is de klant er op dat moment nog niet klaar voor.
3. Zet een (zakelijke) klant die bijvoorbeeld in een volledig elektrische auto rijdt, in het zonnetje. Laat andere klanten zien wat dit bedrijf doet en vraag of ze hem/haar mogen bellen bij vragen.

Omdat de bijtelling een minder grote rol gaat spelen, gaat het weer veel meer om het verhaal achter het voertuig. En de overheid gaat echt niet minder letten op luchtvervuilende uitstoot en CO₂. Zeker voor zakelijke klanten wordt dit een steeds belangrijker aandachtspunt. Het is vaak beslissend voor het wel of niet binnenhalen van een opdracht. Stel jezelf de vraag: wil ik voorop lopen en met goede dingen bezig zijn, of wacht ik liever af op wat er komen gaat?

