

Innovare necessesse est

Om het begrip innovatie niet te laten vervliegen in trendy talk, belichten we elke maand in dit blad een of meer invalshoeken en aspecten van innovatie. Om het onderwerp niet louter theoretisch te behandelen, willen we verhalen brengen van bedrijven die getuigen van hun aandacht en praktijk betreffende innovatie. Deze maand is dat Ariel nv uit Herentals.

Het schoonmaakbedrijf Ariel nv is het vroegere CH Cleaning Services, met meer dan 30 jaar ervaring in de dienstensector en een werkteurien verspreid over heel Vlaanderen en Brussel. Het bedrijf is actief in verschillende sectoren: administratie, overheid, banken, scholen, universiteiten, de chemische en farmaceutische sector, logistiek, voeding, verzorging, sportcentra, enz. Ariel nv biedt een waaier van facilitaire diensten aan, van algemene en industriële schoonmaakdiensten, tot speciale diensten (zoals housekeeping en interne verhuis) en advies & consulting.

Het bedrijf stelt ca. 500 mensen te werk in Vlaanderen en Brussel, heeft servicecentra in Herentals en Gent, en barst uit zijn voegen in het pand aan de Hemeldonk in Herentals, waar een twintigtal bedienden en kaderle-

Diederik De Roeck, gedelegeerd bestuurder. "En Ariel nv wil zich juist in dat middengebied positioneren en the next best alternative zijn". De innovatieve strategie die het bedrijf daartoe ontwikkelde is veelsoortig en indrukwekkend. Hét kernwoord daarbij is communicatie, intern en extern.

Interactieve kwaliteitsbewaking met Ariel@

Ariel nv voldoet aan ISO-9001 en beschikt over het VCA-veiligheidscertificaat. Klantvriendelijkheid is geen lege doos in Ariel nv. "We wilden en willen steeds meer kwaliteit voor onze klanten genereren. Hoe en wat valt er te innoveren? Waarin en hoe differentiëren we ons van onze concurrenten? Door te zeggen dat we beter poetsen? Wie zegt dat niet? Maar welk schoonmaakbedrijf kan zeggen dat het zijn klanten actief en acut betreft in letterlijk alle fasen van de samenwerking?". En Diederik geeft zelf het antwoord: "Sinds 2009 kan Ariel nv daar prat op gaan. We lieten Ariel@ ontwikkelen, een internetplatform waarop we formeel met onze klanten communiceren, 24 op 24, 7 op 7. Ariel@ is het sluitstuk van een jarenlang proces. Uniek in de sector!".

"Concreet betekent het dat zodra een overeenkomst met een klant wordt gesloten, deze in de webapplicatie verschijnt, uiteraard enkel toegankelijk voor Ariel en de betrokken klant. De werkschema's, de service level agreements (SLA's) en de key performance indicators (KPI's) worden zichtbaar en concreet gemaakt. De klant wordt uitgenodigd deze criteria met een cijfer te evalueren. Alles wat onder de acht scoort, wordt door Ariel als onvoldoende beschouwd. In 2009 was de globale score 8,02 op 10", licht Diederik niet zonder trots toe. "Ook klachten worden door de klant op



den werkzaam zijn. "Zoals in vele sectoren kende ook de schoonmaaksector een evolutie waarbij aan de ene kant van het spectrum enkele grote bedrijven de markt domineren, met aan de andere kant heel wat kleinere spelers. Het middenveld verdween zowat", analyseert

dit platform gemeld. Dat genereert automatisch mailberichten op de PDA's van de betrokken Ariel medewerker, werfleider en inspecteur in de field. Binnen de eisen van de SLA wordt een oplossing geformuleerd die door een stoplicht-beoordelingsprocedure moet en ook door de klant op het web kan gevolgd worden. Zo kan het bedrijf zeer kort op de bal spelen. Voor Ariel nv is een klacht geen probleem, maar een leeropportunity die je sterker kan maken, op voorwaarde dat je de oorzaak van de klacht transparant maakt. Ook dat is glasheldere communicatie! En een aparte module zorgt voor historiek en statistiek waardoor de klant een correct beeld krijgt van de kwaliteit van de serviceverlening en de trends daarin.

"De derde pijler van Ariel@ is het logboek" besluit

Begeesterd schoonmaken

Mensen zijn voor een schoonmaakbedrijf een belangrijk kapitaal en daar investeert Ariel nv dan ook in. "De mensen op de werkvloer verdienen de beste omkadering. Recent begonnen we met een opleidingspakket "Begeesterd schoonmaken" – goed voor 23.000 opleidingsuren gespreid over twee jaren – een training waarin gewerkt wordt aan integratie, assertiviteit, omgaan met klanten, enzovoort", weet de gedelegeerd bestuurder. En hij vervolgt: "Integratie is niet voor niks een werkwoord binnen Ariel nv: zowat 30% van de werknemers is allochtoon. De allochtonen die wij in dienst hebben zijn modelmedewerkers! Wie respect toont, krijgt respect terug. Elke nieuwe medewerker wordt professioneel onthaald, gecoacht en opgevolgd (met formele eva-



Diederik. "De medewerkers melden hierin ook alle defecten en tekortkomingen die ze tijdens hun schoonmaakwerkzaamheden tegenkomen (lekkende kranen enz.). Opnieuw wordt automatisch een bericht verstuurd naar de betrokkenen zodat ook deze problemen sneller kunnen worden opgelost. Ook de technische fiches en facturatie (maandelijkse upload vanuit het EPR systeem) kunnen in deze webapplicatie worden geraadpleegd. Tenslotte wordt het digitale platform ook gebruikt om tweemaal per jaar een klantentevredenheidsenquête te organiseren."

Ook de marketing tools van het bedrijf zijn voorwerp van innovatie. De bedrijfsbrochures weerspiegelen de bedrijfsvisie, in een heldere, duidelijke en moderne huisstijl.

luatiemomenten). Het personeelsverloop bij Ariel nv ligt duidelijk onder het sectorgemiddelde. Door een adequaat verzuimbeleid geldt dat ook voor het absentisme."

Als symbool voor water en natuur wil het bedrijf ook een voorbeeld zijn voor rationele milieuzorg. Ariel nv streeft naar een effectieve milieuzorg, in de eerste plaats door toe te zien op verstandig energie- en waterverbruik. Daarnaast worden verpakkingsafval en afvalstromen geminimaliseerd, evenals lucht-, water- en bodemverontreiniging, evenals lawaai- en geurhinder.

De bedrijfsbrochure besluit met de oneliner "De helderheid in onze expressie bevrijdt onze geest". Een verwijzing naar heldere communicatie als dé drijvende kracht van alle innovatie-inspanningen binnen Ariel nv.