

'SOMS ZUCHTEN MIJN KINDEREN...!'

SIZO is met zijn buitenreclame al ruimschoots vertegenwoordigd in het straatbeeld, maar sinds anderhalf jaar bestaat er een tweede tak binnen het bedrijf. Gericht op promotieartikelen en werkkleding. Dat vindt ook al snel weer zijn weg naar buiten. 'Soms zuchten mijn kinderen als ik weer eens spontaan op een vreemde afstap.'

Apetrots was Robbert Jan Doorenbos een jaar geleden op het kampioenschap van zijn cluppie Feyenoord, maar misschien nog wel meer op de meterslange bestickering met logo's en spelers die als gevolg daarvan over de gehele breedte van het Maasgebouw voor De Kuip schitterde. 'Wanneer ik mensen vertel wat wij doen, dan verwijst ik vaak daar naar en weet iedereen meteen waar we het over hebben. Of wat te denken van de voetbalmerchandise in het stadion zelf, waarvan wij ook een klein deel voor onze rekening nemen. Ik ben en blijf een vakidoot, dus behalve op de wedstrijd let ik ook op dat soort dingen. Ook als ik onze aanbiedingsbordjes in winkels en op vlaggen en lichtbakken zie hangen. En als ik iemand zie lopen in een T-shirt of met een tas die wij ontwikkeld hebben, stap ik er gewoon op af. Dan ben ik toch benieuwd wat hij of zij daarvan vindt.'

Trots op je merk

Op dat laatste is nadrukkelijk de focus komen te liggen. Doorenbos: 'Het is ontzettend leuk om nu ook met promotieartikelen, relatiegeschenken en werkkleding het mkb te bedienen. En vergis je niet, werkkleding is het visitekaartje voor je bedrijf. Dat moet dus aan alle kanten in orde zijn. Mooi, strak, qua kleuren het gevoel dat je als team wilt uitstralen en natuurlijk het logo goed zichtbaar. Zowel in een overall bij een schildersbedrijf als in een net pak bij een verzekeringskantoor maak je maar één keer een eerste indruk. De medewerkers moeten het kledingstuk met trots willen dragen. Niets is zo *killig* als arbeidskrachten die, al voordat ze naar hun werk gaan, met tegenzin in een oncomfortabel en foeilelijk pak stappen. Je collega's zijn de ambassadeurs voor je bedrijf. Schaam je nooit voor je eigen product, ook niet voor de aankleding en uitstraling daarvan! Daar zorgt SIZO, samen met de klant, dan ook voor.'

Een mooie order!

Gevraagd naar de leukste attentie die Doorenbos ooit van een zakenpartner heeft ontvangen, schiet hij direct in de lach. 'Een mooie order, haha! We moeten immers toch centjes verdienen. Het meest

enthousiast word ik van een setje producten, allemaal in dezelfde huisstijl van een opdrachtgever. Daarmee maak je iets unieks. We willen niet simpelweg een catalogus op tafel leggen waar de klant iets uit kan kiezen, maar juist samen iets ontwikkelen waarmee je het merk echt een gezicht naar buiten geeft. Een pen is een pen en een boek is een boek maar hoe maak je het *eigen* en zorg je ervoor dat een, soms simpel, product echt blijft hangen bij de mensen? Daar komen we achter door met elkaar te *pingpongen* en tot iets spectaculairs te komen. Soms hebben we zeeën van tijd om een campagne op te zetten, een andere keer krijgen we te maken met enorme tijdsdruk.'

Open kaart

'Ons succes is te danken aan het feit dat we met beide kanten goed kunnen omgaan en altijd helder communiceren met de klant. Ook wanneer er in het proces onverhoopt iets misloopt, spelen we direct open kaart. Daarnaast komen we gemaakte afspraken altijd keurig na en wijzen we erop als er buiten de lijntjes gekleurd wordt. De klant is uiteraard koning, maar niet in alles. Men moet er namelijk wel op kunnen vertrouwen dat we onze expertise op de juiste plek en op het juiste moment voor hen inzetten.'

Leuk voor klanten

Doorenbos hecht veel waarde aan persoonlijk contact met zijn afnemers. 'Tegen jonge jongens en meiden die enkel nog een laptop- of computerscherm lijken te kennen, zeg ik weleens: zorg dat je klant het leuk vindt dat je langskomt want dan kun je ook vaker komen. En dat is precies wat ik doe. Onder de mensen zijn en lekker sparren met elkaar. Als ondernemer ben je 24 uur per dag met je zaak bezig, maar naarmate ik ouder word, wil ik het organisatorische wat meer overlaten aan mijn collega's, zodat ik me kan richten op zaken waar ik goed in ben, namelijk de inhoud.'

'Als ik iemand zie lopen in een T-shirt of met een tas die wij ontwikkeld hebben, stap ik er gewoon op af'

