



01

“De klant een wauw-gevoel geven”

Frank Roosen – Carglass®

Frank Roosen (54) stond in '99 mee aan de wieg van Facility Management binnen Carglass®: “Een uitstekende service bieden en de verwachtingen van de klant overtreffen of hen een wauw-gevoel geven, staat conform de bedrijfsfilosofie centraal. Deze zomer verhuist het hoofdkantoor in Hasselt naar een nieuw state-of-the-art gebouw, in lijn met de andere filialen die een remodelling ondergingen.”

Frank Roosen studeerde Handelswetenschappen (Ehsal Brussel) en behaalde in 2011 aan de KU Leuven een postgraduaat Vastgoed. Na logistieke interimfuncties bij Henkel en D'leteren ging hij in '94 bij Carglass® aan de slag, waar hij begon als branch manager. Toen hij in '99 werd aangesproken om operations officer te worden, werd de basis gelegd voor zijn huidige functie als Facility Manager (sinds 2001).

Carglass® Belux telt 44 filialen en een hoofdkantoor in Hasselt die allen gehuurd worden. Frank Roosen is verantwoordelijk voor de FM-afdeling, die drie interne medewerkers telt en 3 externen. Het aantal te onderhouden gebouwen komt neer op ongeveer 35.000 m² (44 filialen) en 4.500 m² (hoofdkantoor). De Facility-afdeling staat in voor het gebouwbeheer van de service-centra. De afdeling ACS staat naast Audit Carpark and Safety ook in om de CO₂-reductie doelstellingen

van Carglass® te bewaken. De afdeling Household zorgt op het hoofdkantoor voor alle soft facilities zoals zaalreservatie, postbedeling, catering en cleaning.

Communicatie en samenwerking bevorderen

De doelstelling die in '99 vooropgesteld werd was de communicatie en samenwerking bevorderen tussen de 44 service-centra. Frank Roosen: “De communicatie verliep toen niet optimaal. Ik kreeg de opdracht om de liaison te zijn tussen de diverse centra. Veel opmerkingen die ik binnenkreeg waren gebouwgerelateerd. Dit verbeteren vormde een grote opportuniteit en vandaaruit groeide de Facility-afdeling. Het is voor mij steeds een boeiende uitdaging geweest om voor een bedrijf te werken dat zich wil onderscheiden door zijn uitstekende service. We willen het imago hoog houden, ook door de uitstraling van onze gebouwen.

De klant moet een wauw-gevoel krijgen, dat zijn verwachtingen overstijgt.”

Binnen dat kader werd in 2008 van start gegaan met een remodelling van alle service-centra, waarvan er op dit ogenblik ongeveer 70% gerealiseerd is. Frank Roosen: “Het concept werd tien jaar geleden bedacht, maar staat er nog altijd en oogt nog steeds modern. We wilden af van onze jaren '80 look en onze gebouwen het bedrijfsimago meegeven. Ons klantenbestand groeide en de infrastructuur moest volgen. In samenwerking met een externe partner en de marketingafdeling hebben we ons de vraag gesteld hoe het filiaal van de toekomst er moet uitzien. De grootste service-centers werden eerst aangepakt en het concept houdt nog steeds stand. Typerend is het 'welkom-imago' voor de klanten en het Great Place to Work-gevoel voor onze medewerkers. Dit uit zich in grote aangename ontvangstruimtes, een transparant gevoel, goed zicht op het atelier, laptopcorners, aandacht voor ergonomie, opleidingsruimtes, lichtkoepels in het atelier, beglaasde poorten voor meer daglicht, ledverlichting enzoverder.”

Nieuw hoofdkantoor

Het hoofdkantoor in Hasselt verhuist tegen september van dit jaar naar een nieuw gebouw op de vroegere Concentra-site. Het betreft een 7 ha groot terrein waar vier à vijf kantoorgebouwen zullen komen en een gemeenschappelijke parking met een 500-tal parkeerplaatsen. Achtergelegen zal er nog een ganse ruimte ter beschikking zijn als KMO-zone. Het nieuw kantoor (4.500 m²) zal plaats

bieden aan circa 200 personen. De huidige locatie was te klein geworden om de groei te kunnen blijven opvangen. Frank Roosen: "De projectnaam is 'You move me'. Dit houdt een dubbele betekenis in: enerzijds de fysieke verhuis en anderzijds willen we onze mensen ook echt 'raken' met hen een Great Place to Work aan te bieden. We moeten ervoor zorgen dat men enthousiast naar het werk komt. We

"Weet goed wat het beleid van het bedrijf inhoudt en hoe Facility dat maximaal kan ondersteunen. Ga de dialoog aan en overtuig de directie ervan dat jouw afdeling meer is dan een kostenpost."

willen een state-of-the-art gebouw neerzetten in lijn met onze andere filialen. De BIM-methode wordt toegepast, we zaten van meet af aan in het bouwteam en streven naar een hoog gebruikscomfort en duurzaamheid. Een groot deel van het bestaand meubilair zal naar de nieuwe site worden verhuisd. Een leuk detail is dat in het nieuw tapijt glas is verwerkt. De vervangen autoruiten worden trouwens terug verzameld in ons European Distribution Center (EDC). Een gespecialiseerde firma zorgt voor de recyclage van de autoruiten.

Op de site zullen allerlei shared services worden aangeboden. Frank Roosen: "Dit maakt het voor onze werknemers interessant. De nabijheid van de stad biedt eveneens opportuniteiten. Wij stimuleren om de auto thuis te laten en stellen fietsen ter beschikking. We willen onze medewerkers aanmoedigen om te bewegen en gezond

01. Frank Roosen (Facility Manager Carglass®):

"Eind 2016 werd beslist om ons voortaan ook op de carrosseriesector te richten. Ik zie dit als een boeiende uitdaging, waarbij we maximaal inzetten op schaalvergroting, synergiën en het delen van best practices."

02. De verhuis naar het nieuw hoofdkantoor (circa 4.500 m², 200 medewerkers) op de vroegere Concentra-site in Hasselt kadert binnen het opvangen van de groei en is gepland tegen september van dit jaar.

03. Carglass® besliste eind 2016 om een nieuwe weg in te slaan en ook smart repair (kleine carrosserieherstellingen) uit te voeren onder de noemer Carglass® Carrosserie Express. Care nv werd overgenomen en wordt gerestyled als Carglass® Carrosserie (grotere herstellingen). Vorig jaar werd het concept getest in vijf filialen, dit jaar komen er nog eens tien bij. Foto: tijdelijke rebranding Care-filialen – carrosserie Namur

04. Carglass® besliste eind 2016 om een nieuwe weg in te slaan en ook smart repair (kleine carrosserieherstellingen) uit te voeren onder de noemer Carglass® Carrosserie Express. Care nv werd overgenomen en wordt gerestyled als Carglass® Carrosserie (grotere herstellingen). Vorig jaar werd het concept getest in vijf filialen, dit jaar komen er nog eens tien bij. Foto: tijdelijke rebranding Care-filialen – carrosserie Oostmalle



02



03



04

te eten. We hebben ons in de voorbereiding laten adviseren door een consultant. Zo is er aandacht voor de New Way of Working, maar volgen we die niet blindelings. Het gebouw is zo geconcipeerd dat in principe iedereen die dat wenst elke dag naar het kantoor kan komen. Thuiswerken wordt echter gestimuleerd, met de bedoeling de groei in de toekomst te kunnen opvangen.”

Nieuwe horizons verkennen

Carglass® besliste eind 2016 om een nieuwe weg in te slaan en ook smart repair (kleine carrosserieherstellingen) uit te voeren onder de noemer Carglass® Carrosserie Express. Care nv werd overgenomen en wordt gerestyled als Carglass® Carrosserie (grotere herstellingen). Vorig jaar werd het concept getest in vijf service-centers, dit jaar komen er een tiental bij. Frank Roosen: “De Facility dienst staat samen met haar vaste externe partner in voor het uitrollen van de rebranding. Ik zie deze ontwikkelingen als een boeiende uitdaging, waarbij we maximaal inzetten op schaalvergroting, synergiën en het delen van best practices. Naar de toekomst toe wil ik in grote lijnen blijven inzetten op drie speerpunten: een aantrekkelijke werkgever blijven, ons imago hoog houden en de verschillende merken op elkaar afstemmen zodat ze een eenheid vormen.” Frank Roosen geeft nog volgende tip mee: “Een open vizier is belangrijk. Je zit als Facility Manager niet op een eiland. Weet goed wat het beleid van het bedrijf inhoudt en hoe Facility dat maximaal kan ondersteunen. Ga de dialoog aan binnen het bedrijf en overtuig de directie ervan dat jouw afdeling meer is dan een kostenpost.

Door Tilly Baekelandt

www.carglass.be



05



06



05. Carglass® Carrosserie Express (fixstation in filiaal Hasselt)

06. In 2008 ging een grootschalige remodelling van start voor de 44 filialen, waarbij een 'welkom-imago' en de Great Place to Work centraal staan (grote aangename ontvangstruimtes, een transparant gevoel, uitzicht op het atelier, laptopcorners, aandacht voor ergonomie, opleidingsruimtes, lichtkoepels in het atelier, beglase poorten voor meer daglicht, ledverlichting...).