



Certes, il a fait chaud. Très chaud ! Mais il devait s'agir là du seul petit point négatif de la journée des revendeurs du 7 juin dernier, à Overloon. Une ambiance très conviviale, un programme varié, une foule de nouveautés et même un peu de sport. Ou comme un des participants a résumé la journée : "HENRA : pas le plus grand, mais le meilleur, jusque dans ses journées des revendeurs !"

Environ cinquante revendeurs des Pays-Bas et de Belgique ont répondu à l'appel du samedi 7 juin, sur le terrain de golf d'Overloon. Là, un programme varié les attendait, entre des présentations de la nouvelle direction, des nouveaux camions-fourgons, du nouveau style maison et de la nouvelle approche de production et de vente.

Une grande confiance dans le nouveau HENRA

L'écho général, en fin de journée, était que le nouveau HENRA bénéficie d'une grande confiance. Notre devise PILS (voir recto) a d'emblée accroché, et les nouveaux camions ont reçu un accueil positif (solides et robustes). Suite au petit 'jeu de l'avion', chacun a mieux compris comment la nouvelle manière de fonctionner contribuera au succès du nouveau HENRA.

Marquer ensemble pour décrocher des réductions

Les tirs au but avec réductions de prix à la clé ont connu un grand succès. Par équipe de deux, chacun pouvait tenter de remporter des réductions en tirant des pénaltys à la manière de Crujff et Olsen. Plus le gardien devait exécuter de plongeurs, plus l'ambiance était bonne. Au cours du barbecue de clôture, chacun s'accordait à dire que travailler ensemble à un meilleur HENRA plus intègre et plus professionnel peut aussi être un réel plaisir !



HENRA fait peau neuve !

HENRA se modernise, avec de nombreux changements à la clé ! À commencer par ce Courrier des Revendeurs, un nouveau canal de communication pour vous tenir informé au mieux de toutes nos nouveautés. Mais les changements ne s'arrêtent pas là et touchent jusqu'au cœur de notre entreprise.

Nous avons défini un nouvel ensemble de valeurs clés, qui se résument dans le terme PILS. Mais à quoi correspond donc ce PILS ?

Le 'P' de Professionnel

Nous voulons être les meilleurs dans notre domaine, et pour ce faire, nous comptons nous professionnaliser davantage à plusieurs niveaux, tels que celui de la production, des ventes et du service.

Le 'I' de Intègre

Nous faisons preuve d'une grande honnêteté et tenons parole. Voilà notre définition de l'intégrité. Le 'i' représente aussi l'innovation, car sur ce plan également, nous comptons occuper une place de leader.

Le 'L' de 'Laisir'

Travailler avec HENRA doit être un plaisir. Ceci vaut tant pour nos collaborateurs internes que pour vous en tant que revendeur, et bien évidemment aussi pour vos clients.

Le 'S' de 'enSemble'

Le plus important reste que nous tenons à travailler ensemble. Avec vous, et avec vos clients. Car c'est ensemble qu'on obtient les meilleurs résultats. Ensemble, nous formons la grande famille HENRA.

Également dans cette édition

- HENRA : la plus forte croissance des Pays-Bas !
- Un nouveau logo, symbole d'une nouvelle approche marketing & ventes
- Nouvelle direction - 'Momentum Today' investit et s'implique
- Nouveau : la journée des revendeurs - ou comment atteindre ensemble des sommets !

Un nouveau logo
pour une toute nouvelle approche



Le nouveau HENRA transparait parfaitement dans le nouveau logo. Toutes nos nouvelles valeurs s'y retrouvent. Mais le logo n'est rien à lui seul. Derrière lui, c'est une toute nouvelle approche de production, de marketing et de ventes que l'on découvre, et dont vous allez pouvoir bénéficier.

Le nouveau logo symbolise à de nombreux égards le nouveau HENRA. Premièrement, il est moderne et respire le professionnalisme, sans en faire de trop. En effet, nous formons une équipe intègre et ne faisons jamais de promesses que nous ne pouvons tenir.

Un 'blason familial'

L'élément le plus frappant du logo est naturellement le 'bouclier'. Celui-ci représente le savoir-faire (le professionnalisme) et l'histoire (une qualité éprouvée), et rappelle les anciens blasons familiaux. Notre aspiration est en effet de créer une grande famille HENRA, au sein de laquelle chacun se sente chez soi : vous, vos clients et nous-mêmes. Dans le bouclier, vous pouvez voir la lettre 'H', composée de deux parties qui se chevauchent et rappellent les deux éléments de l'ancien logo. Le choix des couleurs est lui aussi resté le même, pour transmettre le message que nous avons conservé tout le positif du passé dans le nouveau HENRA. Le bouclier est légèrement en oblique, pour ajouter une touche de dynamisme.

Nouvelle approche

Nous allons appliquer le nouveau style maison petit à petit à tous nos moyens existants, tels que les brochures, le site web, les drapeaux et bien entendu aussi les remorques. Mais nous allons également développer de nouveaux instruments (ce courrier en est un exemple) et travailler en plus étroite collaboration avec vous. De quoi avez-vous besoin pour bien informer et pour convaincre vos clients ? Qu'est-ce qui manque selon vous à notre gamme de produits et de services ? De tels sujets seront abordés lors des nouvelles 'réunions de ventes' régionales. Une toute nouvelle approche donc, au sein de laquelle le mot 'ensemble' occupe une place centrale.



La nouvelle ligne de brochures est d'ores et déjà disponible, de même que le classeur dans lequel vous pouvez facilement ranger toutes les brochures individuelles.

HENRA : la plus forte croissance des Pays-Bas!

L'ensemble du marché des remorques aux Pays-Bas connaît un beau regain d'énergie depuis 2013. En moyenne, le nombre de nouvelles plaques enregistrées a augmenté de 15,8%. Mais avec un taux de croissance de pas moins de 43%, HENRA est largement sorti du lot ! Nous occupons ainsi à présent la 3ème place aux Pays-Bas en termes de remorques vendues et en parts de marché. Nos félicitations s'adressent en particulier à vous, en tant que revendeurs.

Nombre d'enregistrements du 1er janv. au 1er mai

	2013	2014	Part de marché	Croissance
Hapert:	1250	1311	19,4%	108,8%
Saris:	544	717	10,6%	131,8%
HENRA:	372	535	7,9%	143,0%
Ansems:	616	520	7,7%	84,4%

Source : Enregistrements de plaques de RDC

Une nouvelle direction
qui investit et prend les choses en mains



L'ancien HENRA ne connaissait plus vraiment d'évolution. Et l'absence d'avancée est souvent synonyme de recul. Mais renouveler est difficile sans nouveau capital et nouvelles idées. C'est pourquoi la direction est partie à la recherche d'un partenaire pouvant offrir les deux - partenaire qu'elle a trouvé dans le chef de la société d'investissement Momentum Today. La pratique a vite démontré qu'il ne s'agit pas d'un simple groupe d'investissement.

La plupart des sociétés d'investissement se chargent principalement d'apporter des fonds. Mais Momentum Today apporte bien davantage. La raison de ce plus réside dans les personnes qui font tourner la société. Stijn Heijs, Dirk Jan van Lente, Marcus Preijde et Patrick de Vos ont en effet une chose en commun. Ils disposent tous d'une expérience approfondie en termes d'entreprises et savent donc comment en diriger une de main de maître. Ils savent aussi que ceci est souvent une question de "faire" - voire de "faire soi-même".

Des investisseurs de terrain

Momentum Today est ce qu'on appelle un 'investisseur de terrain', c'est-à-dire qu'ils ne se contentent pas d'investir de l'argent, mais qu'ils s'impliquent aussi activement dans l'entreprise. Chacun selon leur propre domaine d'expertise. Stijn Heijs, en tant que directeur de plusieurs grandes organisations aux Pays-Bas et à l'étranger, dispose d'une vaste expérience dans les activités de commerce, de stratégie et de changement radical. Marcus Preijde est issu de la sphère financière et a travaillé pour des prestataires internationaux et de premier plan de services aux

entreprises. Patrick de Vos et Dirk Jan van Lente forment depuis des années déjà un duo, avec plus de vingt ans d'expérience dans l'optimisation des processus d'entreprises en vue d'améliorer la qualité, la rapidité et les coûts d'entreprises.

Un soutien actif, pragmatique et sur le long terme

Les personnes qui se cachent derrière Momentum Today entretiennent une relation de longue durée avec les entreprises dans lesquelles elles investissent. Une longue période est en effet nécessaire pour transférer correctement et durablement toute l'expertise dont ils disposent. En fonction de la situation et des besoins, leur approche de terrain prend la forme de conseils ou, comme dans le cas d'HENRA, de l'endossement concret d'une fonction. Ainsi, Stijn Heijs occupera cinq jours par semaine le poste de directeur général, Dirk Jan van Lente soutiendra 1 jour par semaine le département de production d'HENRA et Patrick de Vos consacra un demi-jour par semaine au département marketing & ventes.

Pour plus d'informations sur Momentum Today : www.momentumtoday.nl



Dirk Jan van Lente et Stijn Heijs en conversation avec les collaborateurs d'HENRA.

Momentum Today :
Des investisseurs de terrain