

TRANSCRIPTIE EASYRENT

- (0:00) We gaan gewoon een discussiesessie starten en kijken hoe jullie ernaar kijken.
- (0:09) Helemaal goed, interessant.
- (0:10) Willen jullie een voorstelrondje doen?
- (0:12) Ja, dat is goed.
- (0:15) Ik ben Mikail, ik ben 19 jaar oud en, zoals iedereen hier, student.
- (0:20) En jullie doen de opleiding Commerciële Economie?
- (0:23) Ja, Commerciële Economie.
- (0:23) Leuk.
- (0:24) Ik ben Niek, tweedejaars, en ik ben vandaag ook aanwezig.
- (0:30) Ja, eigenlijk zijn we met z'n vijven, maar één van ons is er vandaag niet bij.
- (0:35) Ik ben Ruben, 22 jaar, en we doen dit vanuit school.
- (0:42) En we zijn aan het kijken hoe dat in de praktijk gaat.
- (0:43) Ik ben Thijs, 21 jaar.
- (0:45) En dat was volgens mij iedereen.
- (0:46) Oké.
- (0:47) En waarom hebben jullie voor Commerciële Economie gekozen?
- (0:50) Omdat het een brede opleiding is.
- (0:51) Je wordt breed opgeleid, waardoor je nog kunt ontdekken wat je specifiek leuk vindt.
- (0:56) En dan kun je daarna kijken wat je precies wilt gaan doen.
- (1:00) Leuk.
- (1:01) Ja, dat geldt eigenlijk voor iedereen wel, denk ik.
- (1:02) Het geeft gewoon veel inzicht.
- (1:05) Ja.
- (1:07) Leuk.
- (1:09) Ik ben Wim, ik ben bijna 56, dus helaas geen 21 meer. Dat lijkt me soms nog wel mooi.
- (1:16) En ik ben verantwoordelijk voor EasyRent.
- (1:19) Ik ben een echte autoverhuurder, dat doe ik eigenlijk mijn hele leven al.
- (1:22) Ik ben ook altijd verbonden geweest aan het merk Volkswagen.
- (1:26) Tot 2021 heb ik eigenlijk altijd gewerkt binnen dealerbedrijven.
- (1:31) Dus ook echt bij dealers.
- (1:33) En ik heb jarenlang bij EuroMobil Nederland gewerkt.
- (1:36) Dat is het verhuurlabel van de Volkswagen- en Audi-dealers.
- (1:40) Daarnaast ben ik actief geweest bij de BOVAG en de branchevereniging.
- (1:43) Niet omdat dat op zichzelf zo belangrijk is, maar vooral omdat ik echt al heel lang in die verhuurbranche zit.
- (1:49) Dus ik vond het een superinteressant mailtje.
- (1:52) Ook met heel interessante onderwerpen.
- (1:54) Dus inderdaad, ik zou zeggen: vertel eens.
- (1:58) Ja.
- (2:00) Dan vullen we de tijd vanzelf wel.
- (2:03) Precies.
- (2:03) Maar goed, wij hebben dus een concept ontwikkeld.
- (2:05) Dat noemen we ReDrive.
- (2:07) En daarmee proberen we in te spelen op de tijdsdruk die komt kijken bij het schoonmaken van lease- en verhuurauto's.
- (2:16) Dus dan kijken we eerst naar het probleem.
- (2:18) Op dit moment zie je in de branche dat de huidige oplossing eigenlijk altijd achteraf plaatsvindt.

(2:22) Auto's komen terug bij verhuur of lease en dan komen ze vies terug.

(2:26) Vervolgens kost het veel tijd om ze weer schoon te krijgen en om ze weer snel inzetbaar te maken.

(2:31) Je ziet ook dat vuil zich veel meer ophoopt wanneer een auto niet goed wordt onderhouden.

(2:35) Als een auto gedurende drie jaar beter onderhouden wordt, leidt dat uiteindelijk tot lagere personeelskosten en een kortere doorlooptijd.

(2:43) Dat inzicht had ik zelf gekregen toen ik hier toevallig gewerkt had.

(2:46) Ja, als hiker.

(2:48) Ja.

(2:48) En heb je auto's gereden of heb je de auto's schoongemaakt?

(2:51) Eerst een weekje heen en weer rijden.

(2:53) Ja.

(2:53) En daarna op het parkeerterrein, waar ik na de schoonmaak de auto's moest parkeren of op andere plekken op het terrein moest zetten.

(2:59) Ja.

(2:59) Dus dan krijg je een beetje inzicht in het proces.

(3:03) En dat is uiteindelijk via school weer teruggekomen.

(3:06) Zo zijn we op dit idee gekomen.

(3:10) De oorzaak, denken wij, is dat er voor de eindgebruiker, dus de huurder of berijder, een hoge drempel is om de auto schoon te maken.

(3:15) Er is ook niet echt een goede reden voor hen om dat te doen.

(3:21) Sommige bedrijven rekenen boetes als auto's vies worden ingeleverd, maar dat zie je vaker in de vakantieverhuur en minder in de zakelijke lease.

(3:29) En om een auto schoon te maken moet je toch telkens weer de stofzuiger pakken of naar een tankstation rijden.

(3:35) Dan ben je weer een paar euro kwijt, het kost tijd, dus die drempel is behoorlijk hoog.

(3:39) Wij zouden die drempel graag verlagen.

(3:42) Daarvoor hebben we een oplossing bedacht.

(3:44) We zouden graag een handstofzuiger in elk voertuig willen implementeren, met een universele houder en een oplaadfunctie, zodat hij op stroom blijft.

(3:58) Op die manier is het heel toegankelijk en dus ook toepasbaar in elke auto.

(4:02) Zo kan de huurder zonder hoge drempel even snel een stofzuiger door het interieur halen om het schoon te houden.

(4:10) Daarmee spelen we in op gedragsverandering.

(4:13) Die gewoonte zit er bij gebruikers nu namelijk nog niet echt in: auto's standaard schoonhouden.

(4:20) Dus wij zouden dat willen stimuleren op tussenmomenten.

(4:24) Tegenwoordig met elektrische auto's gaat er veel tijd zitten in laden.

(4:28) Dat is een mooi moment waarop iemand wat extra tijd heeft en toch bij de auto is.

(4:36) Maar ook tijdens korte stops, bijvoorbeeld bij een tankstation of tijdens een lunch, kun je snel even de stofzuiger gebruiken.

(4:40) Omdat auto's in de short-term lease vaak zakelijk gebruikt worden, hebben wij het inzicht gekregen dat er ook regelmatig klanten in die auto zitten.

(4:48) Dan wil je toch een representatieve auto hebben.

(4:51) Dat wordt hiermee ook toegankelijker.

(4:54) Omdat het apparaat eigenlijk altijd zichtbaar is en bij de hand ligt, denken wij dat dat de kans op gebruik verhoogt.

(5:03) En wij willen dat graag ondersteunen door middel van reminders in de auto, bijvoorbeeld met een sticker op het dashboard.

(5:10) Daarnaast kun je het ook vermelden bij het uitgeven of verhuren van de auto, zodat duidelijk is dat het hulpmiddel aanwezig is.

(5:19) Ja, precies.

(5:24) Wat is dan de waarde voor jullie?

(5:26) Lagere schoonmaakkosten, daar spelen we op in.

(5:29) Minder druk op het personeel en snellere doorlooptijden.

(5:32) Als een auto vijf minuten minder tijd kost om schoon te maken, dan kan die ook weer vijf minuten eerder geld verdienen.

(5:38) Een constant schoner interieur zorgt ook voor meerwaarde bij de remarketing.

(5:42) En hopelijk heb je aan het eind van de leaseperiode, wanneer de auto de tweedehandsverkoop in gaat, ook wat extra waarde in de verkoop.

(5:54) Dat hebben we licht geprobeerd te onderbouwen door middel van een eindgebruikersonderzoek.

(6:00) Daarvoor hebben we een enquête uitgezet.

(6:02) We hadden 100 respondenten.

(6:04) En daar zijn de volgende cijfers uitgekomen.

(6:07) We zien dat er vrij positieve reacties zijn.

(6:11) Dit is puur op gebruiksintentie.

(6:14) Die is 7,2.

(6:16) En de nuttigheid wordt ingeschat op 7,23.

(6:20) Onder wie hebben jullie dat uitgevraagd?

(6:22) Onder verschillende mensen.

(6:23) We hebben wel geprobeerd daar duidelijke cijfers uit te halen.

(6:28) Volgens mij was de eerste vraag of mensen überhaupt wel eens zo'n auto hadden geleasd.

(6:34) En daarin konden we zien wie daar ervaring mee had.

(6:42) Dus we hebben ook zicht op de achtergrond van de respondenten.

(6:48) En 93% denkt dat ze het zouden gebruiken.

(6:53) In de praktijk moet je dat natuurlijk altijd nog maar zien.

(6:56) En 73% ziet het als een positief idee.

(7:00) Dus die eerste reacties zijn vrij positief.

(7:04) Dat is eigenlijk tot dusver het concept.

(7:08) En dan in de praktijk, met u in dit geval, of met jou in dit geval, zouden we willen kijken naar een Product-as-a-Service-concept.

(7:20) Daarbij verhuren wij de stofzuigers aan jullie.

(7:24) En wij nemen dan al het onderhoud uit handen, en alle problemen die er eventueel bij komen kijken als er iets kapotgaat.

(7:30) Ook zouden wij de activatie en gebruiksstimulatie volledig op ons nemen, zodat het product ook daadwerkelijk gebruikt wordt.

(7:39) Dus daar komt het eigenlijk op neer.

(7:43) Kijk eens.

(7:45) Ik vind het echt superinteressant.

(7:49) Vooral omdat ik het idee heb dat jullie kijken naar gedrag.

(7:55) En daar zijn wij ook altijd mee bezig.

(8:02) Je beïnvloedt iemands gedrag door bepaalde dingen: door iets te beprizen, of juist door iets makkelijker of moeilijker te maken.

(8:09) Dus dat vind ik heel interessant.

(8:14) Uiteindelijk moet hier natuurlijk wel een businesscase achter komen te zitten voordat het echt uit kan.

(8:19) Want je had het over besparing in tijd en besparing via het remarketingresultaat.

(8:25) Op zich kun je dat allemaal uitrekenen, en dan zou je ergens op uit kunnen komen.

(8:31) Kijk, wij hebben hier een bepaald proces met best veel aantallen.

(8:37) Er gaan hier heel veel auto's doorheen.

(8:39) Dus bij ons doen de volumes er echt toe.

(8:41) Dan ga je kijken wat zo'n stofzuiger kost, of dat nou per maand is, of in aanschaf, en hoe lang zo'n apparaat meegaat.

(8:49) En daar moet je dan een bepaald rendement uit halen.

(8:53) Ik ben alleen bang dat dat best lastig wordt.

(8:56) Want daarvoor moet je het vrij diepgaand onderzoeken, omdat je gedrag van mensen probeert te beïnvloeden.

(9:10) Wij zouden eerst zelf moeten onderzoeken hoeveel auto's er bij ons terugkomen die echt verwaarloosd zijn.

(9:16) Die zijn er wel, hoor.

(9:19) Sommige auto's zijn lang onderweg geweest en komen dan toch behoorlijk verwaarloosd terug.

(9:25) Ik denk dat je dat soort casussen nodig hebt om dit rendabel te maken.

(9:32) Want wij hebben gelukkig ook veel klanten die heel netjes met onze auto's omgaan.

(9:37) Zo'n auto komt terug en moet dan wel schoongemaakt worden, maar hij gaat hier ook nog door een proces.

(9:42) Hij moet van buiten schoongemaakt worden, hij moet geïnspecteerd worden.

(9:46) Voor ons is belangrijk in welke staat hij is vertrokken en hoe hij terugkomt.

(9:50) Als we daar alleen het stofzuigerdeel uit halen, dan is het in die casus denk ik niet meteen rond te rekenen.

(10:00) Want dan verstoort je ook onze processen hier.

(10:06) Er moet nog een doekje over het dashboard, vloeistoffen moeten gecontroleerd worden en allerlei andere dingen.

(10:10) Die auto komt hier binnen en wordt volledig verwerkt.

(10:12) Jullie halen daar dan een klein onderdeel uit.

(10:15) Maar goed.

(10:16) Kijk, wij hebben bijna 2000 auto's.

(10:20) De meeste daarvan zijn maanden onderweg.

(10:28) Ik denk wel dat als je dit gaat doen, je uiteindelijk zeker effect zult zien.

(10:36) Er komt geheid iets uit.

(10:39) Maar om daar direct een sluitend businessmodel van te maken, dat weet ik niet.

(10:43) Want kijk, wij moeten ook bij uitgifte van een auto al heel veel checken.

(10:45) Dat zal je misschien nog wel hebben meegekregen.

(10:49) Wij controleren die auto bij uitgifte ook.

(10:52) En eerlijk gezegd hebben wij nu al gedoe met laadkabels die soms ontbreken.

(10:59) Dus zo'n stofzuiger moeten wij dan bij uitgifte én bij inname controleren.

(11:04) Dan moet je laten zien: je krijgt ook een handstofzuiger van ons mee, kijk, hij doet het.

(11:10) En als de auto terugkomt moeten we checken: zit hij er nog in, en werkt hij nog?

(11:17) Dus daar komt ook weer werk voor terug.

(11:24) Maar wat voor input zouden jullie van mij nog nodig hebben?

(11:27) Waar zouden jullie nog mee aan de slag willen?

(11:32) Want ik hou heel erg van innoveren en van anders zijn dan anderen, van proberen iets te doorbreken.

(11:42) Ik weet zeker dat als je iets als dit gaat piloten, er altijd dingen naar voren komen die je van tevoren niet had bedacht.

(11:52) En daar zitten ook negatieve dingen tussen, dat je denkt: o, dat zijn we helemaal vergeten, dat hebben we over het hoofd gezien, daar wordt het minder aantrekkelijk van.

(12:02) Maar het tegenovergestelde is ook altijd zo.

(12:04) Er komt ook altijd iets positiefs uit waar je van tevoren niet aan had gedacht.

(12:10) Dus het heeft altijd twee kanten.

(12:20) Maar ja, als je met een pilot wilt beginnen, dan is dat niet iets kleins, dan moet je echt dingen omzetten.

(12:26) Inderdaad.

(12:27) Hebben jullie al een prototype van zo'n stofzuiger? Of hebben jullie al een specifiek apparaat op het oog? Of weten jullie wat de kosten zijn?

(12:32) Ja, we weten wel ongeveer wat de kosten zijn, maar nog niet volledig doorgerekend.

(12:38) Nee.

(12:39) We hebben wel een beeld van wat het in dat geval zou kosten en wat we ervoor zouden kunnen vragen.

(12:50) Alleen blijft het de vraag of dat inderdaad rendabel is.

(12:55) We hebben nog niet één exact apparaat gekozen, maar we hebben het wel gebudgetteerd in onze businesscase.

(13:02) Kijk, eigenlijk zou je voordat je begint bij ons onderzoek moeten doen.

(13:05) Bijvoorbeeld: van elke honderd auto's die terugkomen, hoeveel zijn er echt extreem vies?

(13:11) Stel dat dat er vijf zijn, dan is dat al best veel op de honderd.

(13:20) En vervolgens moet je die vijf onderzoeken: bij hoeveel daarvan had je gedrag kunnen beïnvloeden als er een handstofzuiger aanwezig was geweest?

(13:28) Dat zijn er waarschijnlijk nooit alle vijf.

(13:31) We hebben namelijk ook gewoon klanten waar je weinig aan kunt veranderen.

(13:43) Overigens hebben wij dat aan de voorkant ook vrij goed dichtgetimmerd.

(13:47) Een auto huren is niet vrijblijvend.

(13:52) Als auto's extreem vies terugkomen, dan accepteren wij dat niet zomaar.

(13:59) Daar zitten consequenties aan.

(14:02) Dan zeggen wij dat het gaat om oneigenlijk gebruik.

(14:09) Daar zijn wij vrij strikt in.

(14:13) Dan wordt die extra vervuiling gewoon doorberekend.

(14:18) Bij onze auto's mag je bijvoorbeeld ook niet roken.

(14:22) Waarom mensen dat nog doen, weet ik niet, maar als er in onze auto's gerookt wordt, dan vinden wij dat ook oneigenlijk gebruik.

(14:34) Dan tast je onze asset aan, en dat is wel de asset waar wij ons geld mee moeten verdienen.

(14:43) Een auto waarin gerookt is, is daarna veel moeilijker te verhuren.

(14:46) Dat nemen wij dus serieus.

(14:49) Dat betekent ook dat dit in ons salesproces wordt meegenomen.

(14:52) Als we een hele goede klant hebben en er komt een keer een auto terug waarin gerookt is, dan kan dat een keer gebeuren.

(15:01) Dan hebben we bijvoorbeeld een ozonbehandeling, en daar gaat tijd in zitten.

(15:05) Dan krijgt die klant wel kosten doorberekend en ook een waarschuwing.

(15:15) Dat moet gewoon niet nog een keer gebeuren.

(15:19) Zo doen we dat ook als een auto extreem smerig terugkomt.

(15:24) Als het echt niet past bij normaal gebruik, dan handelen we daar op dezelfde manier in.

(15:34) Dus ja, je moet hier echt een goed businessmodel omheen maken.

(15:37) Ik moet eerlijk zijn: wij hebben ook onze eigen uitdagingen.

(15:42) Het smerige interieur van auto's staat niet heel hoog op onze overlegagenda.

(15:51) Maar dat neemt niet weg dat hier wel een stuk innovatie en creativiteit in zit.

(15:56) Jullie doen dit denk ik vanuit je opleiding, alsof je een bedrijf moet opzetten en moet kijken of het werkt.

(16:01) Dan vind ik het best geslaagd, maar het is nu nog vooral een idee.

(16:07) En je moet nog heel veel onderzoek doen.

(16:09) Uiteraard.

(16:16) Je moet eigenlijk ook een soort probleemanalyse doen.

(16:19) Wij hebben genoeg processen waar jullie op zouden kunnen inzoomen.

(16:24) Als jullie als groep bij ons zouden komen en zouden zeggen dat jullie echt een bedrijf willen opzetten, dan zou ik misschien eerder zeggen: onderzoek ook eens een ander onderwerp.

(16:38) Maar ik vind dit wel supercreatief.

(16:41) En ik ben er ook wel van overtuigd dat je een berijder kunt beïnvloeden.

(16:46) Daar geloof ik wel in.

(16:52) Niet alleen met dit onderwerp, maar ook met andere onderwerpen.

(16:54) Dat is gewoon zo.

(16:56) Absoluut waar.

(16:58) Ik denk dat jullie daarmee best in een goede hoek zitten.

(17:02) Alleen kom je dan wel op het punt dat wij een bedrijf zijn en dat er geld verdiend moet worden.

(17:08) Dus je moet er een businesscase van maken.

(17:13) Kijk, wat in de verhuur ook speelt, zijn auto's die gestolen worden of auto's waarmee verkeerd gereden wordt, waardoor je enorme schade hebt.

(17:25) De schadelast in een autoverhuurbedrijf is echt een groot issue.

(17:29) Er is nog maar één groep auto's die nog slechter te verzekeren is dan een huurauto, en dat is een taxi.

(17:37) Dus als het over verzekeringen gaat, dan heb je vrij snel een kloppende businesscase.

(17:52) Als je onze verzekeringspremie al minimaal weet te beïnvloeden, dan heb je een groot effect.

(18:00) Dat kun je bijvoorbeeld doen door een track-and-trace-systeem in de auto te plaatsen waarin g-krachten gemeten worden, of waarin je kunt zien of er in de auto wel of niet gebeld is.

(18:10) Maar zelfs dat hebben wij zo goed onder controle dat het voor ons niet uit kan om iedere auto daarmee uit te rusten.

(18:20) Onze screening aan de voorkant is zo ingericht dat er bij ons weinig auto's gestolen worden en relatief weinig extreme schade is.

(18:36) Daardoor loont het bij ons niet om al die auto's met zo'n systeem uit te rusten.

(18:40) Ik denk dat jullie product vanuit businessmodel een beetje in dezelfde categorie valt.

(18:48) Niet omdat het idee niet goed is, maar omdat het probleem voor ons niet groot genoeg is.

(18:56) Tegelijk geloof ik wel dat jullie dit goed zouden willen doen.

(18:59) Maar dan moet je echt beginnen met onderzoek vooraf.

(19:05) Je moet eerst meten wat er bij ons allemaal terugkomt en hoe dat eruitziet.

(19:11) Jij kent de loads al.

(19:13) Bij ons zijn er de hele dag minstens twee mensen bezig met het schoonmaken van auto's van binnen.

(19:18) Dus dan moet je dat echt gaan timen.

(19:22) Volgens mij doen ze nu ongeveer twintig auto's per dag, met z'n tweeën.

(19:33) En aan het eind van de maand krijg je vaak een hele hoop auto's terug.

(19:38) Dan ontstaat er vertraging.

(19:45) Rond de maandwisseling gaan er heel veel auto's uit en komen er ook heel veel terug.

(19:49) Dan stapelt zich dat een paar dagen op.

(19:52) Dan moet je dus meten met auto's waar wel en niet een stofzuiger in zit, en dan moet daar een verschil uitkomen.

(20:03) Maar dan heb je ook een groot aantal nodig.

(20:05) En dat grote aantal hebben wij trouwens ook.

(20:10) Er gaan ongeveer 34.000 auto's per jaar door dit pand heen.

(20:14) Die komen hier binnen, en gaan vervolgens weer verder.

(20:19) Dan is het een EasyRent-auto, of een remarketingauto op de vrachtwagen.

(20:25) Van die 34.000 zijn ongeveer 7.000 tot 9.000 bewegingen gerelateerd aan EasyRent-auto's.

(20:34) En die andere auto's komen hier soms maar één keer in de vier jaar.

(20:36) Dat zijn echt de lange termijn-auto's.

(20:43) Kijk, ik denk wel dat een leasebedrijf hier misschien anders naar kijkt.

(20:49) Die zouden het bijvoorbeeld als service kunnen zien richting hun berijders.

(20:52) Dat zouden wij misschien ook wel kunnen zien, maar het is voor ons lastig om dat te beprizen.

(20:57) Want uiteindelijk gaat het om onze assets en onze klanten.

(21:01) En dat zijn niet per se de mensen die in de auto rijden.

(21:03) Onze klanten zijn bedrijven die de auto's ter beschikking stellen aan hun medewerkers.

(21:09) Die bedrijven moeten er dus zelf ook iets in zien.

(21:15) Als zij zeggen: leuk dat jij mijn berijder stimuleert om zijn auto schoon te maken, maar hij moet dat gewoon doen, want dat staat in ons autoreglement, dan wordt het lastig.

(21:34) Iedereen die een auto van de zaak heeft, zeker bij grotere bedrijven, heeft vaak gewoon een autoregeling.

(21:40) En daarin staat waaraan je als berijder moet voldoen.

(21:44) Dus dan kom je voor jullie eigenlijk meer uit op dat je iets goeds doet voor de klant van de klant, maar niet per se voor ons direct.

(21:57) Daarom ben ik bang dat het qua businessmodel lastig sluitend te krijgen is.

(22:05) Maar je kunt ook zeggen: we zien het als een stukje promotie.

(22:09) Wij zijn anders dan anderen, we bieden iets extra's aan.

(22:14) Dan gooi je er een klein marketingstuk overheen en zeg je: het mag ook een beetje marketinggeld kosten, omdat we hiermee uniek zijn.

(22:24) Maar ook dan begint het weer met de vraag: wat kost zo'n apparaat precies?

(22:28) Jullie zeggen dat jullie daar een huuroptie van maken.

(22:32) Ja, dat kan.

(22:36) Maar levensduur en onderhoud zijn dan wel echt belangrijk voor jullie kant.

(22:41) Hebben jullie daar al ideeën bij?

(22:46) We hebben hier een formulier liggen.

(22:49) En we hebben nu vooral gekeken naar de eindgebruiker.

(22:53) Dit is een prijsgevoelighedsanalyse.

(22:55) Dat is iets wat moet vanuit school.

(22:57) Daarin stel je vragen als: bij welke maandprijs vindt u dit product zo goedkoop dat u gaat twifelen aan de kwaliteit?

(23:03) Eerlijk gezegd vinden wij dat voor ons concept niet heel relevant, maar we moeten het wel invullen.

(23:08) Waar wij verder naar gekeken hebben, is een Excel-overzicht.

(23:12) Dat is nog niet foutloos, maar daarin hebben we wel het hele plaatje bekeken.

(23:18) Vanaf het begin.

(23:21) We kijken bijvoorbeeld: als je er 100 zou aanschaffen, wat kost dat dan ongeveer?

(23:29) Daarnaast kijken we naar de variabele kosten en naar de structurele kosten.

(23:40) Dat is allemaal voor onze kant van het verhaal.

(23:44) Als je er 100 inzet, is de omzet nog vrij makkelijk te berekenen.

(23:49) Dat is niet ingewikkeld.

(23:52) En op basis daarvan zijn we gaan rekenen: wat is relevant, wat zou interessant kunnen zijn, en hoe zit het met investeren?

(24:00) Omdat het nog een onbewezen concept is, is het ook belangrijk dat je geen te lange terugverdientijd hebt.

(24:09) Daar zijn we dus een beetje mee gaan spelen.

(24:12) Om te kijken hoe en wat.

(24:13) Eigenlijk kwamen we er vrij snel op uit dat hoe meer auto's we bedienen, hoe lager de prijs kan worden.

(24:21) Dat komt doordat we niet zoveel structurele kosten hebben, en die zullen ook niet heel veel groter worden naarmate het aantal auto's stijgt.

(24:31) Dus dat hebben we redelijk uitgerekend en uitgedacht.

(24:36) De kant die nog helemaal openstaat, is echt de testkant.

(24:41) Oké.

(24:42) Dit is dus jullie businessmodel, gebaseerd op jullie verkoop- of huurprijs?

(24:47) Ja.

(24:52) Kijk, 35 euro of 85 euro voor een handstofzuiger, dat is niet veel.

(24:56) Dan denk ik wel: oei ja, gaat die dat volhouden?

(25:01) Dat snap ik.

(25:02) Maar ja, je moet het testen.

(25:04) Kijk, ik ben een groot voorstander van dit soort dingen.

(25:06) Als je namelijk één of twee goede ideeën wilt hebben, dan moet je er minstens tien of twintig verzinnen.

(25:14) Anders kom je nooit op een goed idee uit.

(25:16) Dus juist vanuit het student-zijn vind ik dit heel goed.

(25:20) Ik word hier wel enthousiast van.

(25:22) Dit is wel wat we met elkaar nodig hebben, helemaal dit soort ideeën.

(25:28) Dus dat is echt superleuk.

(25:36) Maar jullie hadden het net over onderhoud.

(25:40) Dat betekent bijna dat je dagelijks aanwezig moet zijn bij bedrijven als het onze.

(25:43) Nou, dat hopen we niet.

(25:45) Nee.

(25:45) Wij zijn nu uitgegaan van een vrij ruime inschatting: ongeveer 12,5% van de apparaten zou op jaarbasis kapot kunnen gaan.

(25:52) Ja.

(25:53) Ik denk dat dat al best ruim genomen is.

(25:55) Maar goed, dat zouden wij oppakken.

(26:01) Het idee is om het volledig te ontzorgen.

(26:08) Dus als de eindgebruiker een probleem heeft met de stofzuiger, dan zouden ze bij ons terecht moeten kunnen.

(26:15) Dat hoeft dus niet per se via jullie te lopen.

(26:19) Bijvoorbeeld met een sticker op het dashboard met onze contactgegevens.

(26:26) Dat zou bij ons bijvoorbeeld niet werken, want een berijder belt ons voor alles.

(26:31) Ja, precies.

(26:32) En wij faciliteren ook alles.

(26:34) Als iemand bij ons een auto afneemt en daar een paar maanden in gaat rijden, dan regelen wij zelfs de tankpas voor hem.

(26:40) Dus die krijgt hij via ons en betaalt hij ook via ons.

(26:45) Als je dan voor het ene de één moet bellen en voor het andere iemand anders, dan werkt dat vaak niet goed.

(26:52) Maar goed, wij zouden in theorie kunnen doorverwijzen.

(26:55) Alleen rijden onze auto's door het hele land.

(26:58) Dus dan gaat zo'n apparaat net stuk bij iemand in Rotterdam, terwijl jullie in Zwolle zitten.

(27:05) Dus dat maakt het wel lastiger.

(27:07) Kijk, het product is nog niet beproefd, dus je zult het moeten testen.

(27:13) Daar begint het mee.

(27:15) Om het werkbaar te maken, moet eerst iemand het probleem herkennen.

(27:21) Dus dat een bedrijf zegt: dit is inderdaad een probleem bij ons, laten we dat samen eens onderzoeken.

(27:30) Dan ga je er tijd in steken, onderzoek doen en uiteindelijk zoiets opzetten.

(27:36) Bij ons is het probleem niet groot genoeg.

(27:41) Dus als wij hier iets mee zouden willen, dan zou dat echt vanuit promotie moeten komen.

(27:47) Dat je iets unieks aanbiedt.

(27:49) En dan moet je nog kijken of de klant dat ook echt als waardevol ziet.

(28:02) Ja, en dat weten jullie uiteindelijk beter van jullie doelgroep dan wij.

(28:06) Ja, nee...

(28:08) Ik denk eerlijk gezegd niet dat die kans groot is.

(28:15) Maar dat komt ook doordat wij het probleem niet sterk genoeg ervaren.

(28:21) En dat komt weer doordat wij al een bepaald proces hebben.

(28:23) We zijn door schade en schande wijs geworden.

(28:25) Het bedrijf bestaat al meer dan vijftig jaar.

(28:28) En de mensen hier hebben dit soort dingen natuurlijk al vaker meegemaakt.

(28:31) Wij zijn begonnen met verhuren onder duidelijke voorwaarden.

(28:38) En in die voorwaarden staat dat je als goed huisvader voor de auto moet zorgen.

(28:44) Dat ben je gewoon verplicht.

(28:46) Zo beprijzen wij de boel ook.

(28:48) Dus als iemand zes maanden in die auto rijdt, hem al die tijd niet schoonmaakt en hem zo terugbrengt, dan gaat hij daar wel voor betalen.

(28:56) Want onder die omstandigheden zijn wij die overeenkomst niet aangegaan.

(29:00) Het gaat misschien wat ver, maar jullie inzicht dat je gedrag kunt beïnvloeden, klopt wel.

(29:07) En jullie inzicht dat je met aantallen echt effect kunt creëren, klopt ook.

(29:15) Tot en met het remarketingresultaat aan toe.

(29:19) Dus inhoudelijk zitten jullie echt wel in een goede hoek.

(29:22) Alleen denk ik niet dat je ons zomaar als afnemer krijgt.

(29:28) Dan moet het echt iets zijn dat wij zó interessant vinden dat we ermee aan de slag willen.

(29:38) En nogmaals: ik hou van dit soort innovaties.

(29:42) Want als zo'n traject voorbij is, heb je altijd meer opgehaald dan je van tevoren dacht.

(29:48) Er zit altijd een bijeffect aan dat je volgende idee weer beter maakt.

(29:54) Dus ik weet niet precies wat jullie allemaal nog nodig hebben om het project succesvol af te ronden.

(30:06) Of jullie nog meer input nodig hebben.

(30:08) Dit is in elk geval allemaal opgenomen en genoteerd.

(30:09) We hadden hier al veel aan.

(30:13) Ja, dit formulier kan je nog laten invullen.

(30:15) Ja, dat zal.

(30:17) Mag ik dat nu doen?

(30:20) Dat mag ook via de mail.

(30:21) Moet ik het dan digitaal invullen?

(30:24) Het zijn zes of acht vragen, zoiets.

(30:26) Het maakt ons niet zoveel uit.

(30:29) Ah, oké.

(30:30) Nee, maar ik kan er best even serieus naar kijken, dat is geen probleem.

(30:32) Nee, dat is prima.

(30:33) Ik heb ook wat extra kopieën, voor als je nog collega's wilt vragen.

(30:38) Nou, dat kan ik eventueel ook nog doen.

(30:42) Oké.

(30:47) Kijk, ik denk dat het sowieso slim is om een idee vooraf al eens te toetsen bij een bedrijf.

(31:03) Dat je zegt: wij beginnen met z'n vieren aan een project en we gaan hiermee aan de slag.

(31:10) Dan hoor je uit de praktijk altijd dingen waar je weer verder mee kunt.

(31:16) Jullie hebben het hier nu over een reinigingssysteem.

(31:20) Ja.

(31:22) Kijk, dat is natuurlijk meer dan alleen een stofzuiger.

(31:24) Ik zou bijvoorbeeld ook geloven in een soort kitje met glasreiniger of iets voor het dashboard, of een zakje voor afval.

(31:33) Want dat stuk van gedragsbeïnvloeding, daar geloof ik wel in.

(31:40) Dat spreekt me meer aan.

(31:44) Daar kun je echt iets mee doen.

(31:47) Ja.

(31:50) Ja, dat zou ook kunnen.

(31:53) Want met belonen of beprezen kun je berijders wel beïnvloeden.

(31:57) Maar jullie hebben wel goed gezien dat het draait om schaal en aantallen.

(32:03) Deze vragen hebben jullie niet allemaal zelf bedacht?

(32:05) Dat is deels vanuit school.

(32:07) Zo goed als, ja.

(32:09) We hebben ze wel zelf geformuleerd, maar het komt voort uit de opdracht.

(32:15) Ja.

(32:20) We lopen daar een beetje tegenaan in het schoolproject.

(32:23) In eerste instantie is het project meer gericht op het ontwikkelen van een product.

(32:27) Dan zijn dit soort vragen veel relevanter.

(32:30) Want dan heb je ook een duidelijke eindgebruiker en kun je het makkelijker toetsen.

(32:37) In ons geval leveren we een service aan een klant die niet de eindgebruiker is, en ook nog eens business-to-business.

(32:45) Daardoor worden dit soort vragen wat dubbel.

(32:49) Ja, dat snap ik wel.

(32:50) Maar dat geeft op zich niks.

(32:59) Kijk, die stofzuigers gaan jullie niet zelf ontwikkelen.

(33:02) Nee.

(33:05) En jullie willen het vertalen naar een verhuurmodel.

(33:09) Dat betekent dus dat je zelf gaat investeren.

(33:12) Dan word je bijna een soort financieringsmaatschappij.

(33:18) En toevallig weten wij hier ook wel iets van wat je met financieren kunt verdienen.

(33:23) Wij zouden zelf eerder kopen dan huren.

(33:26) Ja.

(33:28) Alleen, dan vervalt voor jullie wel een deel van het servicestuk.

(33:32) Jullie zeggen eigenlijk: je kunt het bij ons afnemen voor een all-in prijs en dan servicen wij het ook.

(33:39) Die gedachte is op zich prima.

(33:41) Dat is hartstikke goed.

(33:42) Je hebt er dan als klant ook minder last van.

(33:46) Alleen klantcontact is wel gevoelig.

(33:48) De klant is van ons, dus daar willen wij zelf mee communiceren.

(33:52) Dat kan dus ook weer een drempel zijn als je zo'n full-serviceconcept neerzet.

(34:06) Nee, kijk: voor ons is het probleem niet groot genoeg om er zoveel tijd in te steken.

(34:15) Je moet onderzoeken, je moet piloten, dat is best ingrijpend.

(34:21) Als jullie als studenten zouden zeggen dat jullie dit samen met een bedrijf willen onderzoeken, dan zou ik best willen kijken wat er mogelijk is.

(34:30) Maar dan is voor mij wel een hele belangrijke vraag: hoeveel tijd gaat dit kosten van mijn collega's?

(34:39) Want dat moet dan echt beperkt zijn.

(34:42) Wij kunnen niet zomaar veel tijd vrijmaken voor iets waarvan we het probleem nog niet groot genoeg vinden.

(34:49) Maar volgens mij werkt jullie schoolopdracht zo niet helemaal.

(34:52) Het is volgens mij niet de bedoeling dat je vanuit school echt hier een compleet bedrijf mee opzet.

(34:57) Nee, dan zou het buiten school om veel te groot worden.

(35:00) Dan zou je echt naar een ander doel toewerken.

(35:03) Ja.

(35:04) Dan heb je een heel ander traject.

(35:06) Hebben jullie ook nog andere autoverhuurders benaderd?

(35:10) Ja, binnen Zwolle.

(35:12) Blankert bijvoorbeeld.

(35:14) Ja, dat is een grote concurrent van ons, maar wel een gerespecteerde concurrent.

(35:19) Die waren geen fan?

(35:20) Nee, die waren geen fan.

(35:21) Dat geloof ik wel.

(35:22) Oké.

(35:23) Dat is ook een andere klantengroep volgens mij.

(35:25) Ja, dat is een heel andere klantengroep.

(35:27) Dat werkt dus anders.

(35:32) We hebben ook Alphabet gehad.

(35:35) Ja, dat is niet precies hetzelfde als wij, maar het is wel een grote speler.

(35:41) Alphabet is van BMW.

(35:42) Ja, klopt.

(35:43) En wij zitten natuurlijk meer aan de Volkswagen-kant.

(35:49) Alphabet wilde op zich wel dat we langskwamen, maar uiteindelijk is daar niets uitgekomen.

(35:53) O.

(35:59) En Hartstad had geen interesse.

(36:03) Ja, Hartstad gaf een heel duidelijke reactie.

(36:08) Dat verbaasde ons eigenlijk ook niet.

(36:13) Alleen dat is natuurlijk juist wel het type partij waar wij op wilden inspelen.

(36:18) Ja.

(36:19) Maar ze stonden er helaas niet voor open.

(36:24) Dus Alphabet, Hartstad en Blankert waren wel een beetje de grotere partijen die we benaderd hebben.

(36:32) En verder nog wat kleinere namen.

(36:38) In autoverhuur zijn natuurlijk veel verschillende vormen.

(36:42) Als je kijkt naar toeristische verhuur, dan zou dit misschien ook nog wel handig kunnen zijn.

(36:51) Maar bij ons gaat het vooral om zakelijke autoverhuur.

(36:54) Veel van onze klanten doen herhaalaankopen, dus wij hebben een vrij goede relatie met die klanten.

(37:00) Als er dan een auto extreem vies of uitgeleefd terugkomt, dan wordt dat gewoon besproken met die klant.

(37:06) Dan zeggen wij ook: op deze manier kunnen wij geen geld aan jullie verdienen.

(37:10) Dus dat wordt serieus meegenomen.

(37:19) Nou, dat is in ieder geval een keurige reactie.

(37:21) Ja, zeker.

(37:25) Dus dat waren eigenlijk de belangrijkste partijen die we vanuit school hadden benaderd.

(37:34) Hier had men aanvankelijk nog wel gezegd dat we langs konden komen, maar daarna hebben we er helaas niets meer van gehoord.

(37:40) Oké.

(37:41) Zonde.

(37:42) Ja, jammer.

(37:44) Hoe gaan jullie nu verder met je project?

(37:47) Wij gaan het vooral verder uitwerken voor school, denk ik.

(37:50) En hopelijk voldoende afronden.

(37:52) Nou ja, precies.

(37:54) Dat is het doel toch?

(37:55) Zeker.

(37:56) Nou, hartstikke goed.

(37:57) Ik denk dat jullie hier in elk geval veel input uit hebben gehaald.

(38:00) Ja, zeker voor school.

(38:01) We hebben genoeg input, daar zijn we blij mee.

(38:12) Volgens mij is het ook niet per se de bedoeling dat jullie hier echt direct een business van maken.

(38:16) Het gaat er meer om dat je toetst in hoeverre het idee werkt.

(38:20) Het hoeft niet meteen officieel te worden.

(38:23) Nee.

(38:24) Het is ook niet echt het doel.

(38:28) We hebben er een half jaar voor, dus dat is sowieso krap om er iets heel groots van te maken.

(38:36) Uiteindelijk moeten we vooral een concept opleveren.

(38:40) Nou, en ik denk dat je dat hiermee wel hebt.

(38:42) Je moet alleen nog een bedrijf vinden waarbij het echt past.

(38:50) Je zou bijvoorbeeld ook kunnen kijken naar kleinere partijen, of naar een concept als Autohopper.

(39:11) Dat zijn onafhankelijke autobedrijven die een paar huurauto's als vervangend vervoer hebben staan.

(39:21) Zo'n garagebedrijf heeft misschien vijf auto's, of vijftien, maar vaak geen honderd.

(39:31) Dan kan het misschien sneller interessant zijn.

(39:45) Wij doen hier ook vervangend vervoer via andere labels, maar dat is vaak daghuur.

(39:50) En die klanten gaan dit niet gebruiken, want die rijden maar één of twee dagen in zo'n auto.

(39:57) Die gaan dan niet ook nog de auto schoonmaken.

(40:00) Zo'n auto hoort gewoon netjes meegegeven te worden.

(40:20) Maar je zou het model nog kunnen verbreden.

(40:23) Bijvoorbeeld: wat als je zo'n stofzuiger of reinigingskit kunt leveren vanaf ongeveer 85 euro?

(40:30) Anders wordt het wel erg goedkoop ogend.

(40:37) En misschien zegt een bedrijf dan: wij willen er wel een aantal van hebben.

(40:44) Maar goed, thuis hebben we ook wel eens zo'n apparaat liggen en die kost ook lang niet

altijd 85 euro.

(40:49) Dus dat maakt het lastig.

(40:52) Het zou bijvoorbeeld ook handig kunnen zijn voor onze hikers die onderweg zijn en auto's van A naar B brengen.

(40:59) En het gaat dan ook niet alleen om stofzuigen.

(41:00) Het gaat ook om even een doekje over het dashboard of snel wat kleine dingen meenemen.

(41:05) Ik heb ooit ook iemand gehad die met een soort nano-wax kwam.

(41:12) Dat was een spuitbus met wax, waarmee je een smerige auto zonder water kon schoonmaken zonder dat het ging krassen.

(41:29) Dat vond ik ook briljant.

(41:30) Ja.

(41:31) Is dat iets geworden?

(41:33) Nee, uiteindelijk niet helemaal.

(41:34) Het was toch bewerkelijker dan gedacht.

(41:39) Maar destijds, bij deelauto's, paste dat juist wel goed, omdat die auto's overal in het land stonden.

(41:51) Wij kijken in elk geval nog verder.

(41:53) We hebben donderdag ook nog een gesprek met Maandag.

(41:57) Oké.

(41:58) Die hebben over het algemeen iets langere leaseperiodes.

(42:02) Een jaar of twee, soms drie.

(42:06) Ik weet niet of u daar bekend mee bent, maar daar heb je verschillende lagen in het bedrijf en die krijgen verschillende auto's mee.

(42:21) En dat zijn allemaal elektrische auto's.

(42:24) Dus daar heb je ook weer andere gebruiksmomenten, bijvoorbeeld tijdens het laden.

(42:30) Ik ken iemand vanuit dat bedrijf en die zegt dat er echt veel geld verloren of gewonnen wordt op de tijd dat medewerkers bij een laadpaal staan.

(42:43) Dus die staan sowieso vaak stil.

(42:47) En dan denk je al snel: wat kun je in die tijd nog extra doen?

(42:52) Dat is dan weer een soort zijsprong binnen hetzelfde concept.

(42:56) Dat je die laadtijd nuttiger maakt in plaats van dat het alleen maar wachttijd is.

(43:00) Maar misschien is een reinigingskit dan wel een beter idee.

(43:05) Dat zou kunnen.

(43:06) Dan zit het stofzuigstuk er ook nog in, maar breder.

(43:10) Laat dat idee ook zeker niet los.

(43:12) Nee, zeker niet.

(43:16) Bij Maandag waren ze tot nu toe best positief.

(43:19) Alleen zij hadden ook vragen omdat zij waarschijnlijk met poolauto's werken.

(43:27) Jullie noemen het short-term lease, maar bij Maandag zit dat weer anders.

(43:33) Ja, short lease eigenlijk.

(43:36) Ja, en lease klinkt vaak net iets anders dan het in werkelijkheid is.

(43:41) Echte lease begint meestal pas vanaf twee of drie jaar.

(43:44) Daaronder zit je vaak meer in shortlease of rental.

(43:50) Dus dat loopt een beetje door elkaar.

(43:53) Hoe langer een bedrijf zich vastlegt op een auto, hoe goedkoper het vaak wordt.

(43:59) En na dertig dagen kun je sommige auto's alweer inleveren.

(44:05) Wat Maandag volgens mij heeft, is een pool met auto's.

(44:11) Soms staat er ook wel eens een auto ongebruikt, totdat er iemand nieuws in dienst komt.

(44:19) Die krijgt dan een poolauto mee in plaats van dat hij zelf iets uitzoekt.

(44:29) Voor zover ik weet doen zij dat via een externe partij.

(44:32) Ze hadden eerst van die kleine oudere auto's, volgens mij nog Volkswagen Up's.

(44:40) Maar volgens mij loopt dat nu via een wagenparkbeheerder.

(44:49) Dat zal dan inderdaad via zo'n grotere leasemaatschappij gaan.

(44:50) Ja, en als je kijkt naar grote leasemaatschappijen: EasyRent hoort bij een grote groep binnen Volkswagen/Pon.

(44:57) Dat is een grote speler in Nederland.

(44:58) De grootste is Ayvens.

(45:01) En als andere partijen samengaan, schuift die markt weer op.

(45:06) Daar heb je echt enorme aantallen.

(45:10) Dan praat je over 220.000 contracten, waarvan 160.000 à 170.000 auto's, en daarnaast nog fietsen, bussen en vrachtwagens.

(45:20) Dus bedrijven als Maandag zitten ook gewoon in dat soort systemen.

(45:30) Maar ik zit nu ook te denken aan andere sectoren.

(45:35) Bijvoorbeeld bezorgdiensten.

(45:38) Denk aan Albert Heijn, Jumbo of Picnic.

(45:40) Al die voertuigen zijn natuurlijk ook lease- of bedrijfsauto's.

(45:44) Ik weet alleen niet precies hoe zij het schoonmaken geregeld hebben.

(45:50) Bij Albert Heijn komt er volgens mij periodiek een externe partij langs met een mobiele schoonmaakoplossing.

(45:58) Met hoge druk en alles erop en eraan.

(46:01) Dan maken ze de hele vloot schoon.

(46:04) Ja, precies.

(46:05) Dat is op zich ook alweer bijna een toolkit-idee.

(46:08) Ja, dat is dan gewoon regulier schoonmaken tijdens gebruik, niet pas aan het einde van de leaseperiode.

(46:15) Daar komt dus gewoon een derde partij voor langs.

(46:18) Ja, interessant.

(46:19) Ik denk sowieso dat het goed is dat jullie met verschillende bedrijven gaan praten.

(46:24) Daar komen vanzelf weer nieuwe ideeën uit.

(46:45) Zeker.

(46:46) Goed, nog meer vragen?

(46:49) Nee, ik denk het niet.

(46:50) Wil je nog een rondje door het bedrijf zien?

(46:52) Ja, jij weet natuurlijk al wel hoe het eruitziet.

(46:56) Ja, ik ben wel bekend hier.

(46:58) Nou ja, dan kun jij dat ook weer overbrengen aan de rest.

(47:00) Maar als je het leuk vindt om nog even rond te lopen, dan kan dat natuurlijk.

(47:03) Ik vind het in ieder geval superleuk dat mensen zoals jullie met dit soort dingen bezig zijn.

(47:07) Ik begrijp dat je uiteindelijk misschien iets heel anders gaat doen, maar innovatie is echt superbelangrijk.

(47:14) Om met elkaar steeds productiever te worden.

(47:18) En dat hebben we hard nodig.

(47:19) Het is echt fantastisch.

(47:23) Horen jullie weleens van jaargenoten of van de opleiding zelf dat er ook echt succesvolle ideeën uit voortkomen?

(47:31) Want ik snap wel dat een groot deel papierwerk is.

(47:36) Ja, wij zitten een beetje in een soort spiegelklas.

(47:40) Wij hebben nu wat anderen eerder hadden, en andersom.

(47:49) En daar hebben we wel wat dingen gezien, maar niets waarvan mensen meteen veel geld zijn gaan verdienen.

(47:58) Er zijn wel voorbeelden van studenten die naast school een slim idee hadden en daar uiteindelijk echt iets mee zijn gaan doen.

(48:10) Maar dat is dan meestal persoonlijk en niet direct via zo'n module als deze.

(48:20) We hebben op school wel een businesshub, en daar wordt ook gebruik van gemaakt.

(48:31) Maar meestal ontstaat zoiets buiten de les om.

(48:35) Er zitten altijd wel een paar uitschieters tussen.

(48:39) Wat volgens mij wel interessant zou zijn, is dat je vooraf, nog voordat je echt begint, al eens een idee tegen een bedrijf aanhoudt.

(48:48) Als bedrijf moet je namelijk ook blijven innoveren.

(48:51) Dat proberen wij ook.

(48:53) Maar we moeten ook gewoon business draaien.

(48:57) En zeker met de arbeidsmarkt van nu hebben we allemaal mensen tekort.

(49:02) Ik denk dus wel dat als bedrijven en opleidingen meer samenwerken, daar echt iets moois uit kan komen.

(49:11) Want de bedrijven die jullie noemen, ook concurrenten van ons, zijn allemaal gerespecteerde bedrijven.

(49:18) Goede concurrenten hebben is belangrijk.

(49:24) En ik weet zeker dat veel van die bedrijven best bereid zouden zijn om studenten in zo'n project te begeleiden.

(49:35) Dan kom je vaak ook uit bij een realistischer onderwerp, iets dat je echt kunt invoeren.

(49:45) Maar goed, de school zal hier ongetwijfeld ook wel een gedachte achter hebben.

(49:49) Ik weet niet precies hoe opleidingen dit inrichten, maar het zal vast ergens goed voor zijn.

(50:00) Ja, nou leuk. Ik vond het in elk geval interessant.

(50:02) Mooi om te horen.

(50:03) Het maakte mij in ieder geval nieuwsgierig.

(50:04) Ik vond het alleen al leuk dat iemand meedenkt over onze business en daar iets over wil vertellen.

(50:11) Dat is altijd goed.

(50:14) Hartstikke bedankt voor je tijd.

(50:15) Ja, graag gedaan.

(50:16) We hebben er heel veel van geleerd.

(50:18) Ik scan dit formulier nog even in, dan zet ik het op de scanner en dan heb ik jouw e-mailadres erbij.

(50:22) Ja, goed.

(50:24) Nou, top.