

Interview met Jeroen Kortsmits Director Marketing & Business Development, THB Verhoef Group

One Destination: één partner voor de complete levenscyclus van maritieme diesel- en gasmotoren

Wanneer het gesprek over de toekomst gaat, wordt voor Jeroen één ontwikkeling steeds belangrijker.

"De markt vraagt niet langer om losse leveranciers. Klanten zoeken één partner die verantwoordelijkheid neemt voor de continuïteit van hun installaties."

Volgens hem is dat precies waar de organisatie zich de naartoe wil ontwikkelen.

"We zijn allang niet meer alleen een internationale distributeur en groothandel in OEM-onderdelen. Samen met Bengi en Vliegenthart leveren we, naast de OEM-onderdelen, een scope van: Workshop & Field services, Electrical & Automation, Asset Performance Center, Academy en Fuel & Gas systems en vormen we één geïntegreerd maritiem technologiebedrijf."

Eén organisatie waarin onderdelen, technische service, monitoring, kennis en training samenkomen."

Die visie vat hij samen in twee woorden:

One Destination.

"Voor onze klanten willen we het vanzelfsprekend maken. Of het nu gaat om een OEM-onderdeel, een complexe revisie, technische ondersteuning aan boord of realtime monitoring van motorprestaties; er is één aanspreekpunt die alles met elkaar verbindt."

Van reactief onderhoud naar voorspelbare prestaties

De grootste verandering ziet Jeroen in de manier waarop klanten hun motoren beheren.

"Vroeger kwam de vraag wanneer een onderdeel defect was of een storing zich voordeed. De toekomst draait om het voorkomen van stilstand. Onze klanten zoeken naar een partner die hun kan helpen de betrouwbaarheid en beschikbaarheid van de schepen te verhogen en kan ontzorgen op technologisch gebied"

Daarin speelt het Asset Performance Center een centrale rol.

"Via ons Bengi Asset Performance Center monitoren we continu de prestaties van motoren en analyseren we data uit de installaties van onze klanten. Daardoor zien we trends en afwijkingen"



vaak al voordat ze tot een storing leiden. Op deze wijze geven we advies op reparatie en onderdelen, en ook meer advies op Asset Management, Spare Parts strategie, Performance etc."

Die informatie wordt direct gekoppeld aan de technische expertise binnen de organisatie.

"Onze engineers analyseren de data, onze serviceorganisatie vertaalt die naar onderhoudsacties en onze onderdelenorganisatie zorgt ervoor dat de juiste OEM-componenten beschikbaar zijn. Dat is de kracht van een geïntegreerde organisatie."

Technologie verbindt mensen

Volgens Jeroen draait digitalisering uiteindelijk niet om software of dashboards.

"Technologie heeft alleen waarde als het mensen helpt betere beslissingen te nemen."

Daarom worden alle disciplines steeds nauwer met elkaar verbonden.

"De kennis van onze productspecialisten, de praktijkervaring van onze servicemonteurs en de inzichten uit het Asset Performance Center versterken elkaar iedere dag. Dat maakt onze dienstverlening slimmer en onze klanten succesvoller."

Juist die samenwerking zorgt ervoor dat klanten steeds minder verschillende leveranciers hoeven aan te sturen.

"Wij willen niet één schakel in de keten zijn. Wij willen de partner zijn die de hele keten begrijpt."

Kennis als fundament

Volgens Jeroen ligt het grootste concurrentievoordeel niet in voorraad alleen.

"Iedereen kan onderdelen verkopen. Niet iedereen begrijpt hoe een complete voortstuwingsinstallatie functioneert of welke invloed een klein onderdeel heeft op de prestaties van een complete motor."

Die diepgaande technische kennis wordt gecombineerd met data uit duizenden draaiuren.

"Iedere motor leert ons iets. Iedere serviceklus levert nieuwe inzichten op. Iedere levering draagt bij aan onze kennis. Door al die informatie samen te brengen bouwen we iedere dag aan een steeds slimmer kennisplatform."

De toekomst begint vandaag

Wanneer Jeroen vooruitkijkt naar de komende tien jaar, ziet hij een organisatie die zich steeds verder ontwikkelt als technologiepartner voor de internationale scheepvaart.

"We blijven investeren in OEM-onderdelen en voorraad, maar net zo hard in mensen, data, service en digitale technologie. Want juist de combinatie daarvan bepaalt straks het verschil."

De ambitie is helder.

"Wij willen dat klanten niet meer nadenken welk bedrijf ze moeten bellen. Of het nu gaat om onderdelen, onderhoud, monitoring, advies of performance-optimalisatie: er is één partner, één team en één verantwoordelijkheid."

Hij sluit af met een duidelijke boodschap.

"One Destination is voor ons geen slogan. Het is de manier waarop wij samenwerken, investeren en onze klanten ondersteunen. Want de toekomst van de maritieme sector vraagt niet om losse specialisten, maar om één geïntegreerde partner die techniek, kennis en innovatie samenbrengt."