

V-D Energie in Aalter

Tankstation met micro warmtekrachtkoppeling en nog veel meer

Een modern tankstation, een carwash met micro warmtekrachtkoppeling, een dynamische website, publiciteit via de sociale media... Bij V-D Energie in het Oost-Vlaamse Aalter waait een frisse wind. Of zoals uitbater en brandstoffenhandelaar David Vermeire het verwoordt: je moet meegaan met je tijd.



David Vermeire schat dat 85% van zijn klanten gebruikmaken van de tankkaart van V-D Energie.

Over een periode van zo'n dertig jaar onderging brandstoffenhandel Vermeire-Defruyt in Aalter een ware metamorfose. Midden jaren 1980 begint het echtpaar Vermeire-Defruyt met de distributie van steenkool. Oorspronkelijk in bijberoep, een aantal jaar later als hoofdactiviteit. In 1998 stapte hun zoon David mee in het bedrijf, ook in bijberoep, en hij breidde het aanbod uit naar de distributie van vloeibare brandstoffen. David is eigenlijk chef-kok van opleiding, en hij combineert de horeca met de levering van mazout. In de loop der jaren wordt de handel steeds groter. Daarop hangt de kok zijn koksmuts aan de haak en wijdt hij zich voltijds aan de brandstoffenhandel. Een kleine tien jaar geleden volgt ook broer Koen zijn voorbeeld. Sindsdien hebben we een tankstation gebouwd en onze activiteiten aanzienlijk uit-

gebreed, vertelt de jonge ondernemer. De zaak telt 5 werknemers en 5 vrachtwagens (3 tankwagens, 1 vrachtwagen voor steenkool en 1 vrachtwagen voor pellets). Naast het tankstation en de carwash hebben we een brandstoffenhandel, verkopen we kachels en baten we een winkel in werkkledij (4 medewerkers) en borduurwerk op textiel uit.

Tankstation in industriegebied

Het tankstation telt twee eilanden. Aan de ene kant, die bestemd is voor auto's, kunnen vier wagens tegelijk tanken. Het andere gedeelte, voorbehouden voor vrachtwagens, is uitgerust met snelle pompen, een Adblue-vulinstallatie en een pomp met gasolie extra. De verkoop van Adblue doet het erg goed, licht David Vermeire toe. Als we hem vragen naar alternatieve brandstoffen, antwoordt hij

dat CNG een mogelijke denkpiste is voor de toekomst, maar dat het nog te vroeg is om aan zo'n investering te denken. De vraag is niet groot genoeg om het rendabel te maken. Een van onze burens heeft wel drie voertuigen op CNG, maar daar kunnen we niet van leven (lacht).

Hoewel het terrein groot genoeg was voor een shop, kozen de broers voor een automatisch tankstation zonder winkel. Tien jaar later blijf ik ervan overtuigd dat dat een juiste keuze was, aldus David Vermeire. We liggen niet aan een drukke weg, maar in een industriezone. Dat is een belangrijke factor. Ik ben er zeker van dat ik mét een shop niet veel meer zou verkopen. Met een shop zouden we bovendien twee of drie mensen extra moeten aanwerven. Volgens de ondernemer is het ontbreken van een shop in sommige gevallen zelfs een troef, raar maar waar. De klanten van ons tankstation zijn hoofdzakelijk bedrijven, grotendeels uit de bouw- en transportsector. Onlangs vertelde een van mijn professionele klanten dat hij gekozen had voor mijn tankkaart, precies omdat ik geen shop heb. Zo kan hij gerust zijn dat zijn werknemers tijdens het tanken geen tijd verliezen in de shop...

Eigen label

De aan de pomp verdeelde producten komen allemaal van bij Total. Maar ik opereer wel onder mijn eigen label. Total had al twee tankstations in de buurt en was dus geen vragende partij voor nóg een tankstation. Ik van mijn kant geniet van meer vrijheid wat betreft het prijsbeleid. Die situatie bevalt me prima. David Vermeire legt uit dat ca. 85% van zijn klanten tanken met de tankkaart van Vermeire-Defruyt, die hij

Tankstation, carwash, pellet- en houtkachels, werkkledij en borduurwerk op textiel, ... VD Energie is de multi-energiehandel bij uitstek.

heeft gekoppeld aan het DCB-systeem zodat zijn klanten kunnen tanken in een veel groter netwerk.

Carwash? Winstgevend!

Terwijl bij veel handelaars een carwash weinig rendabel blijkt en uitsluitend wordt uitgebaat als extra dienstverlening aan de klanten, klinkt bij David Vermeire een heel ander verhaal. *Als ik meer wasstraten kon openen, ik zou het meteen doen! Onze carwash loopt als een trein.* Dat konden we met eigen ogen zien toen we op een rustig moment in de week deze reportage maakten en de klanten stonden aan te schuiven. *We hebben drie overdekte wasstraten, één openlucht voor auto's en sinds de bouw van ons nieuwe gebouw (zie verder) een box van 4m30 hoog voor vrachtwagens. De automaat voor onderhoudsproducten heeft*



veel succes. De klanten weten dat we netheid hoog in het vaandel dragen en dat onze installaties steeds in perfecte staat zijn. Bij problemen hebben we nagenoeg alle vervangstukken in voorraad. We kunnen defecte onderdelen dus meteen vervangen en het kapotte stuk in onze eigen werkplaats herstellen. Op drukke dagen maakt dat een groot verschil.

Om de carwash te promoten, biedt onze collega aan bedrijven jetonpakketten aan. Die jetons kunnen besteld worden via de website en de facturatie verloopt automatisch. Bij klanten uit de buurt leveren we zelfs de jetons. Dat is een extra dienstverlening die bepaalde professionele klanten wel naar waarde weten te schatten.

Micro warmtekrachtkoppeling zei u?

Een carwash verbruikt behoorlijk wat elektriciteit en warm water. Volgens David Vermeire was zijn carwash de eerste die was uitgerust met een micro warmtekrachtkoppelingseenheid, die op basis van mazout zowel warmte als elektriciteit opwekt. Gezien de grote vraag naar warm water en elektriciteit is dat een ideale combinatie. *Brontec, een van onze vroegere burens in de industriezone, was gespecialiseerd in micro warmtekrachtkoppelingseenheden. We hebben ons laten overtuigen om het systeem in te voeren.* Op dat moment stond het nieuwe gebouw achter de wasstraten er nog niet. Maar bij de berekening van de grootte van de micro-wkk-installatie werd wel rekening gehouden met de latere bouw ervan. *In afwachting van het nieuwe gebouw was de werking van de installatie helemaal niet rendabel. Maar vandaag draait ze in optimale omstandigheden en besparen we dankzij die investering van zo'n € 40.000 tussen de 30 en 40.000 kWh per jaar. Om u een idee te geven: onze wkk-installatie dekt ca. 50% van ons globale elektriciteitsverbruik.* In piekperiodes springt de oude warmwaterinstallatie nog bij. David Vermeire is heel tevreden over het rendement en beschouwt micro warmtekrachtkoppeling als een interessante oplossing, vooral



50% van het totale elektriciteitsverbruik van de installaties wordt gedekt door een microwarmtekrachtkoppelingseenheid.

omdat hij naast de carwash ook een groot gebouw heeft staan. Op termijn wil hij investeren in zonnepanelen om op energievak helemaal autonoom te worden. De carwash werkt ook volledig met regenwater.



Om de carwash te promoten, biedt de uitbater bedrijven jetonpakketten aan.



■ Camera's zijn onmisbaar

Overal op het terrein word je gefilmd. Een twintigtal camera's, die voortdurend aanstaan, staan in voor de videobewaking. Er wordt wel enkel beeld opgenomen wanneer de camera's beweging registreren. Het gaat om een behoorlijke maar wel onmisbare investering voor een automatisch station. Dankzij onze camera's hebben we al verschillende keren schadegevallen kunnen opvolgen. Ieder voertuig dat het terrein van het tankstation oprijdt, wordt geïdentificeerd aan de hand van zijn nummerplaat. En we kunnen alles vanop afstand in de gaten houden.

Net als veel handelaars maakt David ook reclame in de lokale pers. Enkele maanden geleden is daar nog een ander publiciteitsmiddel bijgekomen: Facebook. De budgetten daarvoor liggen merkkelijk lager dan voor lokale kranten en de resultaten zijn zichtbaar interessant. Over het algemeen investeer ik tussen de € 5 en € 60 per publiciteitscampagne en dat werpt zijn vruchten af. Zodra we iets nieuws te melden hebben, kondigen we dat eerst aan op Facebook en wachten we een week alvorens ook onze andere kanalen aan te spreken. De impact van onze Facebook-campagnes is dus gemakkelijk te meten. Voor nog betere resultaten

beperken we ons tot onze eigen streek. Over het algemeen gesproken leiden video's tot een hoger engagement dan foto's. We wisselen dus zoveel mogelijk af. In een sector met zulke kleine marges als de onze is deze vorm van reclame zeker de moeite waard.

■ Multi-energiehandel

Vorig jaar verhuisde Vermeire-Defruyt van het centrum van Aalter naar de nieuwe gebouwen op het terrein van het tankstation. Die verhuis was nodig omdat de vorige locatie te klein werd en ze ging gepaard met een naamswijziging.

■ Reclame op Facebook

Op reclamevlak heeft de uitbater gemerkt dat mond-tot-mondreclame steeds beter werkt. Het aantal particuliere klanten dat in het weekend gebruikmaakt van de carwash neemt gestaag toe. We trekken ook klanten aan van de naburige bedrijven. We doen nu ook een beroep op een communicatiebureau voor onze website. Het budget is haalbaar en zo zijn we er zeker van dat ons digitale uithangbord perfect in orde is.

Vorig jaar is de verkoop van pellets bijna verdubbeld.



Voortaan opereert Vermeire-Defruyt onder de naam V-D Energie. Die naam geeft de evolutie van ons ruime aanbod ook beter weer, aldus David Vermeire. De nieuwe naam is ook beter leesbaar en duidelijker, vooral op reclamemateriaal. Naast mazoutleveringen houdt het bedrijf zich immers ook bezig met de verkoop van pellets, steenkool, elektriciteit, aardgas en zelfs pellet- en houtkachels.

Pellets kenden de voorbije drie jaar een grote groei. De kwaliteit van het product heeft onze klanten overtuigd en dat is goed voor de mond-tot-mondreclame. Vorig jaar is onze verkoop bijna verdubbeld! Verschillende factoren liggen daarvan aan de basis, onder meer de lancering van de dienst 'opslag van pellets'. De klanten kunnen profiteren van goedkopere prijzen als ze een volledige pallet pellets aankopen, en wij staan in voor de opslag ervan. Hun pellets worden dus bij ons opgeslagen en ze komen er halen wanneer ze ze nodig hebben.

Sinds vorige zomer verkoopt de handelaar ook pellet- en houtkachels. De invoerder van de merken Animo en Hergom nam contact met ons op en we hebben het erop gewaagd omdat we op de eerste verdieping van ons nieuwe gebouw nog beschikten over een showroom van 170 m². De verkoopcijfers overtreffen onze stoutste verwachtingen.



De pellet- en houtkachels staan uitgesteld in een showroom van 170 m² op de eerste verdieping van het nieuwe gebouw.

Toen we de cijfers gingen analyseren, hebben we vastgesteld dat de duurste modellen het best verkopen. Onze kachelklanten zijn dus duidelijk op zoek naar kwaliteit (geruisloze kachels) en niet naar de goedkoopste prijs.

Momenteel blijft de verkoop van elektriciteit en aardgas beperkt. Deze markt is erg onderhevig aan concurrentie. Met de hulp van Total hebben we onze kennis terzake

kunnen uitdiepen zodat we in staat zijn om deze producten te verkopen. De brandstofhandelaar mikt op zijn huidige professionele klanten en de vastgoedsector. In eerste instantie vergt dat veel inspanningen en tijd, maar het voordeel is dat het rendement op lange termijn vrij interessant is.

www.vd-energie.be



- **Totaalconstructie tankstations**
- **Piping en elektriciteit**
- **Onderhoud en hersteldienst**
- **Erkend metrologische ijkert van pompen**
- **Controle retour gas**



Nijverheidsstraat 49 - 8970 Poperinge
Tel : +32-57-33 52 51 - Fax : +32-57-33 31 61
info@vandotec.be - www.vandotec.be