



Mommers wil zijn klanten zoveel mogelijk ontzorgen

Waar dubieuze schoonmaakbedrijfjes even snel opkomen als verdwijnen, is het familiebedrijf Mommers Schoonmaakservice al zestig jaar een stabiele factor. Begonnen als eenmanszaak van een glazenwasser – de grootvader van de huidige directeur – is Mommers Schoonmaakservice uitgegroeid tot een full-service dienstverlener die met 160 medewerkers dagelijks de handen uit de mouwen steekt bij meer dan tweehonderd projecten in Groot Rotterdam.

Mark Mommers (41) is er echter de man niet naar om op zijn lauweren te rusten. Behalve een gedreven ambas-

sadeur voor de branche – ‘schoonmaken is een echt vak dat desondanks vaak wordt ondergewaardeerd’ –, zet hij zich ten volle in voor een verdere professionalisering van zijn eigen bedrijf.

Mommers Schoonmaakservice is reeds in het bezit van het ISO-certificaat: dé (internationale) norm voor kwaliteitsmanagementsystemen. Bovendien is het bedrijf OSB+gecertificeerd. Een niet geringe prestatie: ‘Slechts 150 van de in totaal 6800 Nederlandse schoonmaakbedrijven hebben dit certificaat. Dit houdt onder meer in dat wij ook intern de zaken goed op orde hebben

en dat dit door onafhankelijke deskundigen blijvend wordt gecontroleerd. ISO en zeker OSB+ worden terecht beschouwd als een bewijs van zekerheid en betrouwbaarheid, voor veel opdrachtgevers een doorslaande reden om met ons in zee te gaan.’

De grootste kracht van Mommers Schoonmaakservice zijn de 160 medewerkers. Mommers: ‘Wij staan bekend als een goede werkgever. Dat zit in de waardering van ons personeel en de wijze waarop wij ze aansturen. Dat zij de beloning, de aandacht en de opleiding krijgen die zij verdienen, is voor ons prioriteit nummer één. Bovendien

staan wij in voor haalbare productienormen; onze mensen krijgen echt de tijd om hun werk goed te kunnen doen.’

Volgens de directeur werpt dit mensgerichte beleid zowel intern als extern zijn vruchten af: ‘We hebben relatief weinig verloop en het ziekteverzuim is – zeker voor de schoonmaakbranche – erg laag.’ Het gevolg is ook een uitgebreide en trouwe klantenkring. Immers: ‘Tevreden werknemers leiden tot tevreden klanten’, weet Mommers. Als op en top Rotterdams bedrijf kunnen de klanten rekenen op eerlijk en helder. ‘Helder in de dubbele betekenis: blinkend schone en opgeruimde werkplekken, maar ook heldere, duidelijke afspraken.’ Mommers voegt eraan toe: ‘En zeker in deze tijd waarin iedereen de broekriem moet aanhalen, sturen wij altijd aan op afspraken waar alle partijen beter van worden.’

Korte lijnen, ook al zo Rotterdams: ‘Wij willen onze klanten zoveel mogelijk ontzorgen en dat betekent ook dat hun vragen vrijwel direct worden beantwoord. We hebben ons bedrijf zo georganiseerd dat vragen niet verzanden doordat ze ergens in de organisatie blijven hangen.’

Interactieve website

Na ruim zestig jaar is het volgens Mark Mommers tijd voor een ‘frisse blik op de toekomst’. ‘De branche en het zakendoen zijn enorm veranderd. Vroeger maakte je bij wijze van spreken een deal op de achterkant van een sigarendoosje. Nu is alles veel meer gesystematiseerd en gestructureerd. Ook de milieu- en kwaliteitseisen zijn oneindig veel strenger geworden.’

Om het merk Mommers nog beter te positioneren in de markt – ‘Mommers Schoonmaakservice wil onderscheidend zijn, wij willen net dat beetje extra bieden’ – maakte de directie onder meer serieus werk van een nieuwe huisstijl. Het logo is gemoderniseerd en de interactieve website is het neusje van de zalm. Mommers: ‘Onze slogan ‘De essentie van schoon en fris’ drukt uit dat schoonmaken veel meer is dan ergens een doekje overheen halen. Een opgeruimd en schoon kantoor is niet alleen het visitekaartje van het bedrijf, een schone en frisse werkplek leidt evenzogoed tot een hogere werkproductiviteit en tot minder ziekteverzuim. Dat is wetenschappelijk bewezen. Ik zou dus zelfs willen spreken van een beleving.’ Om deze sfeerbeleving op een nog

hoger niveau te tillen, biedt Mommers Schoonmaakservice inmiddels veel meer dan alleen de traditionele schoonmaakdiensten. ‘Wij regelen op verzoek van onze klanten de beplanting, de geurbeleving, kantoorfruit en zelfs kunst aan de muur. Uiteraard volledig afgestemd op wensen en smaak,’ aldus rasondernemer Mommers. ‘Onze waarneming wordt continu beïnvloed door onze zintuigen. Door op werkplekken de zintuigen te prikkelen, krijgen gasten, klanten én medewerkers een goed gevoel.’

www.mommers.nl

Tekst: Karen Auer

Foto's: Jan van Rietsboten

