

“Klanten moeten met plezier terugkeren”

Platinum Car-Wash koppelt een topwassing aan een aangename beleving



Platinum Car-Wash in het Henegouwse Ath is zonder meer een parel. De klanten ervaren de passage in de ruime en klare wasstraat van Holz als heel aangenaam. Bij het uitrijden van de tunnel kunnen de klanten hun wagen zowaar in de spiegel bewonderen, als was het een badkamer.

Goed-wash, actief in de wereld van de selfwash, pakt voor het eerst uit met een wasstraat. “In 2005 vroegen we een vergunning aan voor een tunnel in Ath, maar enkele voorwaarden maakten het onmogelijk om in goede omstandigheden klanten aan te trekken”, vertelt eigenaar Régis Lippens. “Zo moest het bestaande lelijke gebouw blijven staan. Jammer, want tijdens contacten met onze klanten vernamen we dat er vraag was naar een professionele en automatische carwash.”

Origineel oranje gebouw

Eind 2012 achtte Régis Lippens het moment gekomen om het dossier voor een tunnel weer nieuw leven in te blazen. “In 2014 hebben we de merknaam Platinum Car-Wash gedefinieerd. Ons logo heeft vijf sterren (die verwijzen naar vijf voordelen en vijf beschermingen voor de wagen), iets wat we gebruiken in onze communicatie naar de klanten toe. In het verlengde van onze selfwashes wilden we ook een wasstraat. We wilden ook een modern carwashgebouw, dat origineel oogde en tegelijk duurzaam en functioneel was. Het is belangrijk dat ons potentieel klantenpubliek verleid wordt door de infrastructuur en zin heeft om onze diensten en wasprogramma's te komen ontdekken.”

De hoogte van het gebouw bedraagt 4,60 meter. “Bedoeling is dat onze klanten zich goed voelen en op hun gemak zijn van de ingang tot de uitgang van de tunnel. Langs de drukke Chaussée de Mons is ons gebouw als het ware een toonzaal. Nog voor de opening van de tunnel kregen we al van veel mensen te horen dat ze onze infrastructuur zeer sympathiek vonden. De oranje kleur valt op en geeft een dynamische indruk.”

Betalen in alle rust

Het betalingsluik is vergelijkbaar met dat van een drive-in. “Het leek voor ons de beste manier om vanuit ons bureau te communiceren over onze programma's en Carte Club Privilège met onze klanten. De communicatie gebeurt (voor de tunnel) zonder het geluid van de installatie en remt ook de cadans van de

carwash niet af. Gedurende de openingsuren nemen we ruim de tijd om onze klanten te adviseren en hen de folder te overhandigen die ze tijdens hun bezoek aan de tunnel of achteraf thuis rustig kunnen bekijken.”

Betrouwbare installatie

Net als voor het gebouw informeerde Régis Lippens zich ook grondig wat de installatie zelf betrof. “In 2005 bezocht ik Holz. Ik was onder de indruk van deze familiale onderneming, die met zijn betrouwbare machines heel wat grote projecten in Duitsland, Nederland, Frankrijk en België realiseerde. Bij hen gaat het niet louter om de verkoop maar ook om het advies na verkoop. Bovendien was ik bij Kurt Flies en Pascal Hellinckx van Wash Partner, verdeler van Holz, snel overtuigd van het begrip ‘partner’. Ze hebben zich meteen ten volle geëngageerd voor ons project. Vooraleer we beslisten, hebben we nog twee andere Duitse merken bezocht, maar na een nieuw bezoek aan Holz zijn we bij ons eerste keuze gebleven.”

Van grijs naar rood

Bij het betreden van het gebouw is er een vernevelingssysteem voor de velgen van Soft Wash Express. 8 fotocellen en 8 verstuivingsselementen aan elke zijde (16 in totaal) brengen het product aan. Verder bestaat de tunnel uit een lava-boog met schuim met rode LED-verlichting voor de programma's Gold en Platinum, een vernevelingssysteem voor de velgen, een boog met hoog debiet voorzien van LED-kleuren, een chassisswassing voor de programma's Gold en Platinum, een meelopende hogedrukwasning van de wielen, een hogedrukmodule met drie keer ‘Mega Power’ voorzien van LED-kleuren, een eerste borstelsectie met grijs textiel voor de voorkant, het dak, de zijkanten en de achterkant (meeloop RUW + dakrol + zijborstels), gevolgd door een borstelwasning voor de velgen, een lavaboog met polish met blauw LED-licht voor het programma Platinum, een tweede borstelsectie met rood textiel voor de voorkant, het dak, de zijkanten en de achterkant (meeloop RUW + dakrol + zijborstels), gevolgd door een vernevelingsboog met wax, droogmiddel, beschermingsmiddel en osmosewater met LED-verlichting, een totem met televisiescherm om op een interactieve manier te kunnen communiceren met de klanten op vlak van programma's, promoties en dergelijke, een droogzone die volledig geïsoleerd is met akoestische panelen en voorzien van rode LED (die een gevoel van warmte suggereert), een droogmitter die een gevoel van zachtheid voor de carrosserie

genereert (kinderen genieten overigens van de bewegingen van het textiel) en een spiegel waarin men zijn voertuig kan bewonderen. De spiegel dient trouwens ook als controlepunt voor de klanten. Velen vinden dit zeer leuk en maken zelfs foto's die ze dan op sociale media posten. Tot slot is er een rood licht van de nieuwste generatie dat aftelt vanaf 9 vooraleer op groen te springen.

Stofzuigers met dubbele slangen

“Voor onze 14 stofzuigerplaatsen hebben we gekozen voor Ergox van Peter Muylers”, vervolgt Régis Lippens. “Tien plaatsen zijn uitgerust met dubbele slangen (20 in totaal) zodat onze klanten niet hoeven te wachten. Om het visuele aspect te verbeteren in deze zone hebben we voor twee kleuren gekozen: naast een oranje plaats is er een zwarte. Op die manier weet de klant dat hij of zij zich op een afgebakende plaats met een bepaalde kleur bevindt, zodat hij die plek ook zo snel mogelijk vrijmaakt voor de volgende klant. De stofzuigers maken gebruik van frequentieomvormers om het elektriciteitsverbruik tot een minimum te beperken.”

Ontdekkingsaanbod slaat aan

De wastunnel telt drie programma's: Express (9 euro), Gold (12 euro) en Platinum (14 euro). “We vinden dat het al niet zo eenvoudig is voor de klanten om het onderscheid te maken tussen de drie programma's. Vandaar dat we het niet nóg gecompliceerder willen maken door diverse tarieven te hanteren in functie van de grootte van het voertuig. Op 10 oktober 2017 gingen we open. Onze promotie bestond uit een ontdekkingsaanbod voor het programma Platinum tegen de prijs van 7 euro i.p.v. 14 euro. Gaandeweg zullen we de prijs opdrijven tot 14 euro.”

Klantentrouw aanwakkeren

Platinum Car-Wash maakt gebruik van een Carte Club Privilège, waarmee de klant 1 euro korting krijgt op Gold (11 euro) en Platinum (13 euro). Als de klant zich op zijn verjaardag aanbiedt, krijgt hij een Platinum wasbeurt van 14 euro gratis. Het is één van de promotionele acties die Régis Lippens in het leven riep. “We zijn tevreden over onze opstart. Het is zaak om ons klantenpubliek trouw te maken door extra voordelen aan te bieden. Ze moeten hier een unieke ervaring meemaken, zodat ze met plezier terugkomen. Het mag niet louter om de noodzaak van het wassen van hun auto gaan”, aldus nog Régis Lippens.

Steekkaart

Platinum Car-Wash

Adres: Chaussée de Mons 191 in Ath.

Gebouw: 60 meter.

Installatie: Holz-tunnel van 35 meter.

Programma's: 3.

Prijzen: Express (9 euro), Gold (12 euro) en Platinum (14 euro).

Extra gratis services: 14 stofzuigers (waarvan 10 plaatsen met twee slangen), 14 systemen met perslucht, 3 tapijtreinigers en een bandenblazer.

Duur werkzaamheden: 9 maanden.

Startdatum: 10 oktober 2017.

Partners:

- GMV et Gestion et Travaux (architect)
- Altez (gebouw)
- Marc Heremans (parking en wegenis)
- Dartes (epoxy)
- Wash Partner (Holz-installatie)
- Noise Solution (geluidsdemping)
- Bleublue (waterrecyclage)
- Ergox (stofzuigers)
- Soft-Wash Express (infrastructuur voor reiniging velgen)
- CID Lines (reinigingsproducten)

Openingsuren: Van maandag tot zaterdag van 8.30 tot 18.30 uur.

Aantal personeelsleden: 2.

Betaalmogelijkheden:

Cash, Maestro, Master Card, Visa en Carte Club Privilège.

Website: www.platinum-carwash.be.

Facebook: www.facebook.com/PlatinumCarWashAth.



WATER IS EEN GRONDSTOF

**Eenvoudige robuuste
waterhergebruik- systemen**

**Biologische afvalwaterbehandeling
voor geurloos helder water**

+32 475 55 05 74 • info@bleublue.be

www.bleublue.be