

4Walls

HET MAGAZINE VOOR DE LIJSTENMAKERS | N°2
LENTE | ZOMER 2017

VANUIT DE WERKPLAATS
T-SHIRT-PARADE

IN GESPREK MET
LIJSTENMAKERIJ
WILDEVUUR

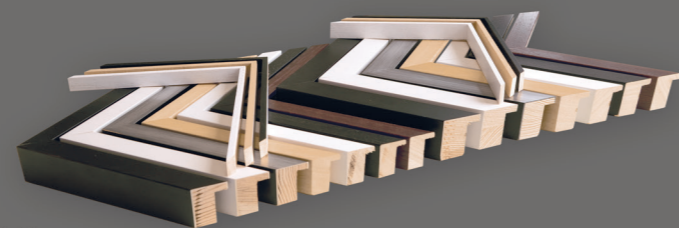
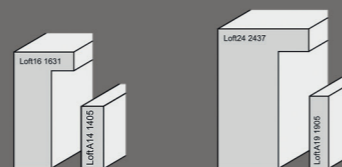


BARTH[®]
LARSON · JUHL



BARTH
LARSON · JUHL

LOFTT



WWW.BARTHLARSONJUHL.NL

BESTE LEZERS,

Het mag gezegd worden...

...wat hebben we toch een mooi vak! Lijsten zijn de kroon op vele mooie kunstwerken, herinneringen en alles wat we graag een mooie plek geven in onze woning of op het werk. Een lijst is zoveel meer dan een rand om een schilderij of prent. U weet dat als geen ander. We kunnen dat niet vaak genoeg laten zien aan de consument. Maar onbekend maakt onbemind en daarom is het goed de consument veel voorbeelden te laten zien via de etalage, de website of een social media kanaal als Facebook. Wist je bijvoorbeeld dat social media een uitstekend middel is om klanten naar je winkel te trekken? U leest er meer over in dit magazine.

In deze tweede editie van 4Walls besteden we onder andere aandacht aan het inlijsten van t-shirts en nemen we u mee naar Landgoed Hiemstrastate voor het verhaal van ras ondernemers Pascalle en Philip. Zij delen als eigenaren van Lijstenmakerij Wildevuur graag hun succesverhaal met u. In 'Framed by' deze keer aandacht voor een van onze toppers van de afdeling verkoop binnendienst, Anne-Marie



van der Mijden. Nog maar zo'n anderhalf jaar in dienst, maar nu al onmisbaar. Erg trots zijn we op onze nieuwe collecties Woodland en Pearl die u in deze uitgave ziet.

Achter de schermen zijn we druk bezig met een aantal mooie projecten en met het ontwerpen van vele nieuwe collecties. Hopelijk kunnen we u daar in de volgende uitgave van 4Walls meer over vertellen.

Wij wensen u, op alle gebieden, een goede lente en zomer toe en hopen natuurlijk dat u geniet van het lezen van ons magazine – wij staan altijd open voor uw feedback. En wie weet, staat u ooit in één van de volgende uitgaven.

Hartelijke groet,

Greg van Eenennaam
Marketing Manager Barth Larson-Juhl

INHOUD

04 VANUIT DE WERKPLAATS
T-Shirt Parade

06 IN GESPREK MET...
Lijstenmakerij Wildevuur

09 MERCHANDISING
6 tips om meer klanten
te trekken

10 NIEUW
Woodland & Pearl

12 ONLINE MARKETING
De 5 musthave FB opties

14 FRAMED BY...
Anne-Marie van der Mijden



T-shirt-parade

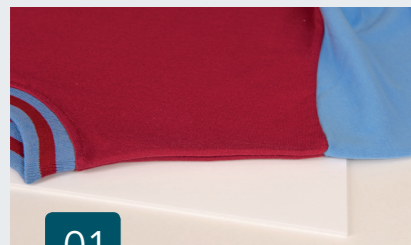
De kleren maken de man, kleren maken indruk of ze zijn een waardevolle herinnering. Als u zo een aanvraag krijgt is hier het antwoord.

Met deze **stap-voor-stap-handleiding** leggen wij u uit hoe u het zou kunnen doen.



Het eindresultaat!

11



01

Om het geheel te fixeren gebruikt u een op maat gesneden foamplaat die in het T-shirts wordt geplaatst. Daarmee krijgt het t-shirt meer stabiliteit. Leg het t-shirt op een plaat van foamboard en teken langs de buitenkant de omtrek van het t-shirt na. Het is de bedoeling dat het T-shirt onder een bepaalde spanning staat zonder dat het uitgerekt wordt. Snij de vorm uit het foamboard met behulp van een scherp stanleymes. Het is optisch meest aansprekend als de schouderpartijen van het T-shirt in een rechte lijn lopen. Gebruik daarom bij het tekenen van het bovenste gedeelte op het foamboard een liniaal.



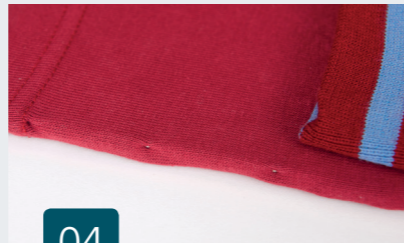
02

Gebruik spelden om de zijkanten van het shirt op het foamboard te bevestigen (het foamboard ligt in het shirt). Gebruik een vingerhoed om de spelden helemaal in het foamboard in te drukken zodat deze niet meer zichtbaar zijn.



03

Snij een passepartout van passende kleur voor de halsopening van het shirt uit en bevestig het op het foamboard, zodat het passepartout het foamboard in de hals geheel overdekt.



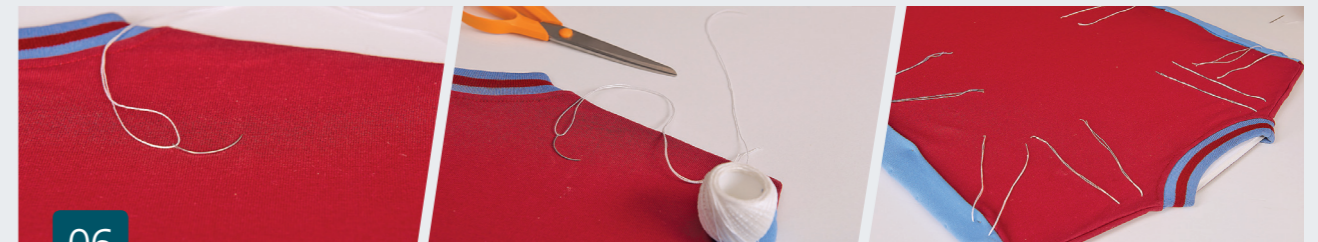
04

Positioneer nu de mouwen en bevestig deze tevens met spelden op het foamboard.



05

Voor dit project gebruikt u drie passepartouts. Een in de kleur blauw dat dient als achtergrond en een dubbele passepartout (rood en blauw) als voorgrond. Het dubbele passepartout wordt passend voor het shirt gesneden. Tevens snijdt u in de rand iets naar boven links en rechts een naam uit. Op de onderrand snijdt u twee kleinere deeltjes waar u vervolgens twee foto's in kunt plaatsen.



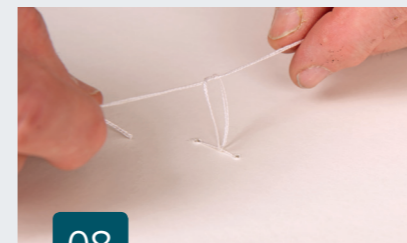
06

Op de achterkant van het T-shirt wordt nu middels een katoenen draad en een kromme naald de bevestiging van het object op het achtergrond-passepartout voorbereid. Trek gewoon meerdere draden op de belangrijke bevestigingspunten door shirt én foamboard. Knip de draad lang af zodat u dadelijk voldoende lengte hebt om knopen te zetten.



07

Nu plaatst u het T-shirt op het blauwe achtergrond passepartout en markeert u de bevestigingspunten voor de katoenen draadjes. Boor met behulp van een kleine boorgaatjes in de markeringen en trek de draden door de passepartout heen.



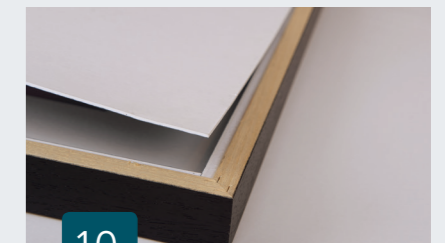
08

Op de achterkant van het passepartout kunt u de draden per hand aan elkaar knopen. De uiteinden kunt u extra met plakband afplakken.



09

Snij nu het glas op maat en leg deze in de lijst. Vervolgens legt u het rode voorgrond-passepartout erin, daarna plaats u de afstandhouders door deze aan de zijkanten in de lijst te plakken.



10

Neem het voorbereide T-shirt object ter hand en leg dit in de lijst en bevestig het geheel op de lijst.



“Een lijst is iets
PERSOONLIJKS
 waardoor je
 een werk ook
 persoonlijk
 maakt”

Toen Philip samen met zijn vrouw Pascalle het aanbod kreeg om op Landgoed Hiemstrastate een galerie over te nemen, moesten ze daar even over nadenken. Ze kregen slechts een week de tijd om een definitief besluit te nemen. 25 jaar later zijn ze eigenaars van Lijstenmakerij Wildevuur, annex galerie, annex theehuis, annex beeldentuin.

Philip vertelt: “Ik werkte als kok in Maastricht en had een leuk leven daar. Toen kreeg ik het aanbod om naar Hooghalen te verhuizen om een galerie over te nemen. Ik kom oorspronkelijk uit Twente, dus ja. Ik zag het wel zitten.”

HULP UIT ONVERWACHTE HOEK

Zonder enige ervaring in de lijstenwereld, waagden Philip en Pascalle de sprong. “Ik wilde graag een lijstenmakerij opzetten, maar wist van toeten noch blazen hoe dat ging. Ik had geen opleiding of niks.” Philip zocht contact met een lijstenmakerij in Hilversum en werkte een week mee in de zaak. Terug in Hooghalen raakte hij aan de praat met een klant die in machines deed. “Hij importeerde machines uit Italië.” Hij kocht een hakmachine en een krammachine en begon met het maken van lijsten. “De zaken gingen zo goed dat Philip besloot dealer te worden van Barth Larson-Juhl. “Maar dan moest ik wel een winkel beginnen.” Toen kwam Willem Blaauw op zijn pad. “Willem begon lijsten te maken en dat werden er steeds meer. Hij is nu een volleerd lijstenmaker. Hij is de technische man. En hij is creatief.”

BLIJ MET BARTH LARSON-JUHL

Philip houdt zich vooral bezig met het binnenhalen van (grote) orders, of met het bestellen van lijsten. Pascalle doet alles achter de schermen. “Ik ben nog steeds de eigenaar, maar het echte vakwerk laat ik aan Willem over. Tuurlijk overleggen we regelmatig, maar uiteindelijk is Willem degene die met de klant overlegt.” Dat gaat meestal vanzelf. “Soms moeten we wel eens middelen met mensen”, vertelt Willem. “Maar uiteindelijk is de klant koning.” Philip: “Zowel Willem als ik vinden dat een kunstwerk een lijst nodig heeft. Een lijst geeft het kunstwerk meerwaarde. Je maakt er iets persoonlijks van.” Bij Philip zal dat negen van de tien keer een enkelvoudige lijst zijn; Willem is meer van de passe-partouts. “Die kijkt naar de kleur van het werk en kiest daar dan een bijpassend passe-partout bij. Ik vind dat te veel gedoe.”

Willem en Philip werken graag samen met Barth Larson-Juhl. “Het is een constant bedrijf. Er werken al heel lang dezelfde mensen en dat scheidt een band. En ze hebben altijd dezelfde wissellijsten. Daar hebben ze een patent op, die kan ik nergens anders krijgen.” Willem vult aan. “De leveringstijd is heel snel. Ook dat is heel belangrijk, want dan kunnen wij onze klanten ook snel bedienen.”

TWEE NA BESTE LIJSTENMAKER

Willem is door het Worldwide Fine Art Trade Guild gecertificeerd. Hij doet jaarlijks mee aan een door de branchevereniging Art & Frame georganiseerde wedstrijd voor lijstenmakers en met succes. “De branchevereniging organiseert elk jaar een wedstrijd waarbij we als opdracht een kunstwerk moeten inlijsten. Ik ben twee keer derde geworden. In 2015 won ik de eerste prijs.” Willem werkt inmiddels 23 jaar voor Lijstenmakerij Wildevuur. De ene dag houdt hij zich bezig met het restaureren en reinigen van schilderijen en etsen. De andere dag ligt er een werk op hem te wachten, klaar om in te lijsten. “Of ik moet een oude lijst restaureren, want ook dat komt wel is voor.” Het mooiste wat hij tot nu toe deed? “Dat is toch wel de opdracht met de ‘Dode Zeerollen’ voor het Drents Museum.” De Dode zeerollen zijn alles bij elkaar zo’n 1000 manuscripten (stukken tekst die op leren documenten zijn aangebracht) en die werden gevonden in de Dode Zee.



WILLEM BLAAUW | LIJSTENMAKERIJ WILDEVUUR

“De rollen waren gevonden in Israël. Een heel gedoe, want ze moesten in speciale bakjes met passe-partouts bewaard worden. En de werken mogen maar een bepaalde tijd tentoongesteld worden, anders vervagen ze. Dat is in allerlei media in Nederland verschenen.” Of die keer dat hij replica’s van 17e eeuwse spiegels met daarin interactieve beeldschermen moest maken voor het Drents Museum. “Dat was voor de expositie ‘Het Grootste Poppenhuis van Nederland’. Die beeldschermen hadden een specifieke breedte. Ze pasten niet in een standaard framework. Dan moet je links en rechts stukjes uitzagen en dat moet tot op de millimeter kloppen. Dat was zweeten, want als je er ook maar een millimeter naast zit, kun je de lijst weggooien. Maar als het dan eenmaal hangt? Ja, dan ben ik wel super trots.”

“De kick die je krijgt als mensen **TEVREDEN** naar huis gaan. Daar doen we het voor!”

KANSEN BENUTTEN

De afgelopen jaren is Wildevuur uitgebreid met een beeldentuin en een theeschenkerij. “Ik ben een man die kansen ziet”, zegt Philip. “Zoals met de theeschenkerij. Pascalle zag het niet zitten, maar ik ben uiteindelijk wel een horecaman.” Een schot in de roos, want de schenkerij loopt, net zoals de rest, als een ‘tiet’. “Soms is het een gokje, maar meestal pakt het goed uit.”

Zoals met de staatsieportretten van Koning Willem-Alexander en Koningin Maxima. “De inkomsten van de webshop bleven achter. Ik vond dat ik daar iets mee moest, maar wat? Ik moest anders gaan denken.” Terwijl hij op een beurs stond met een bevriend schoenverkoper vond in Den Haag de inauguratie van Willem-Alexander plaats. Philip kwam op het briljante idee een kant-en-klare foto inclusief passe-partout en lijst op internet te koop aan te bieden. “Bij de schoenverkoper liep de verkoop van de winkel achter op de webshop. Bij ons was het andersom. Een schoen is niks meer dan een leest en een hak en die verkoopt ook via internet. Toen dacht ik: dat kan ik ook. Maar dan met een foto.” Het waren gouden tijden, ook voor Barth Larson-Juhl die de wissellijsten leverden.

INTERNET: BEDREIGING OF UITKOMST?

Internet is nog steeds een belangrijke bron van inkomsten. “Ik zie internet niet als een bedreiging. Integendeel. Ik heb een klant die moeilijk ter been is. Voor hem is internet juist een uitkomst, want hij bestelt regelmatig kunst via mijn website.” Wat vooral belangrijk is volgens Philip is het feit dat je zichtbaar bent. “Je moet ervoor zorgen dat je je webshop zo inricht dat mensen kunst kunnen bestellen via internet,

maar ook naar je winkel komen. Bijvoorbeeld omdat ze de lijst die er omheen zit niet zo mooi vinden. Ze kunnen dan in de winkel een andere lijst komen uitzoeken.” Dat geldt voor alle onderdelen van Wildevuur. “Of het nu de galerie, de theeschenkerij, de beeldentuin, de lijstenmakerij of internet is. Ze hebben elkaar nodig. Als iemand hier een schilderij koopt, maar de lijst niet mooi vindt dan kan die klant in de lijs-



LIJSTENMAKERIJ WILDEVUUR | HET ATELIER

tenmakerij meteen een nieuwe lijst uitzoeken.” Dat is volgens Philip ook de kracht van Wildevuur. “We zorgen dat mensen zich hier welkom voelen. Dat stralen we uit. Ook omdat we kwaliteit leveren.” Zowel in de theeschenkerij waar mensen kunnen acclimatiseren, als ook in de galerie en de beeldentuin. “Er zijn ongeveer 45 kunstenaars die hier hun werk regelmatig exposeren. Ook daarin zijn we selectief, want we willen alleen het allerbeste, óók voor ons inlijstwerk.” ■

6

Tips om meer klanten te trekken

✓ 1.



Creëer interactie in je etalage

Creëer interactie in je etalage. Maak een unieke etalage. Een etalage met bijzondere objecten bijvoorbeeld. Een etalage waarin iets gebeurt. De etalage is een levensgrote advertentie waar dagelijks veel mensen passeren.

✓ 2.



Rol de welkomstmat uit

Letterlijk dus. Niet alleen je etalage, maar ook je entree moet opvallen. En dat kan prima door een rode welkomstmat voor je deur te leggen. (Geel, groen of oranje mag ook)

✓ 3.



Organiseer een promotie

Zet eens een paar medewerkers van je winkel buiten neer in plaats van binnen. Laat ze samples uitdelen van je producten of organiseer een evenement of workshop.

✓ 4.



Ga samenwerken met anderen

Zijn er andere bedrijven waar jouw doelgroep al komt? Andere winkels, bedrijven, verenigingen, scholen? Bekijk eens of je een samenwerking met de partijen op kunt zetten.

✓ 5.



Zet social media in

Ook via social media doen je klanten ideeën op. Kunnen ze op de hoogte gehouden worden van alle redenen waarom jouw winkel een bezoek waard is. Zie ook ons andere artikel in deze uitgave.

✓ 6.



Focus op customer service

Als je klanten een geweldige ervaring hebben in jouw winkel, dan komen ze vast en zeker terug. En een beetje extra mond-tot-mond reclame is dan een mooie bijkomstigheid. Dankzij social media heeft een complimentje een enorm bereik.

WOODLAND EASY FRAMING!

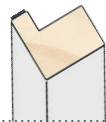
Onze nieuwe serie WOODLAND, het is precies dat, een HOUTLAND van vele soorten folies. Allen met een moderne natuurhouten uitstraling. Eenvoudig te gebruiken, een alledaagse serie die bruikbaar is bij praktisch alle vormen van inlijsten. Hoewel deze serie ongecompliceerd is, neemt t niets weg aan het feit dat een inlijsting met een van deze profielen

ervoor zal zorgen dat het kunstwerk prachtig tot zijn recht zal komen. De lijsten zijn uitermate geschikt om met elkaar te combineren, waardoor er tientallen nieuwe lijsten gecreëerd kunnen worden. Een relatief goedkope serie met tal van mogelijkheden. Natuurlijk weer een prachtige collectie van Larson-Juhl!

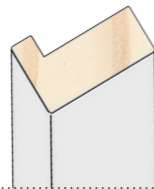


GECERTIFICEERDE COLLECTIE: FSC- MIX 70% | HOUTSOORT: GRENEN | VIER PROFIELEN IN ACHT HOUT FOLIE KLEUREN

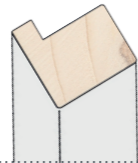
WOODLAND I
1717



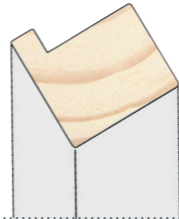
WOODLAND II
1930



WOODLAND III
2322



WOODLAND IV
3131



WOODLAND
WITGEWASSEN
ESDOORN



WOODLAND
WITGEWASSEN
EIKEN



WOODLAND
BRUINGEWASSEN
EIKEN



WOODLAND
GRIJSGEWASSEN
WALNOOT



WOODLAND
BRUINGEWASSEN
WALNOOT



WOODLAND
OUD GOUD
HOUT



WOODLAND
EBBEHOUT



WOODLAND
OUD GRIJS
HOUT



PEARL SHINY CLASSICS!

Klassieke 2017 uitstraling, modern klassiek, een serie van kwaliteit. Met onze nieuwe PEARL collectie breiden we ons aanbod van klassieke lijsten beetje bij beetje uit. Vijf makkelijk bruikbare folie kleuren. TIP: leuk om de diverse kleuren te presenteren als en groep / collage lijsten aan de muur. A Shiny and Classic collectie van Larson-Juhl!

*Een vingerlas is een vorm van hout verbinden van twee stukken hout door middel van twee in elkaar passende freesfiguren in de vorm van een vingen. Deze verbinding wordt vrijwel altijd gedaan in combinatie met een lijm toevoeging.

HOUTSOORT : VINGERLAS* GRENEN | EÉN PROFIEL IN VIJF KLEUR UITSTRALINGEN. 22 MM BREEDTE X 22 MM HOOGTE



NIEUWSGIERIG: KIJK OP WWW.BARTHLARSONJUHL.NL VOOR MEER INFORMATIE OVER DEZE NIEUWE SERIES.

PEARL
WIT
MET KRAAL
7560-481



PEARL
ZILVER
MET KRAAL
7560-640



PEARL
ANTRACIET
MET KRAAL
7560-655



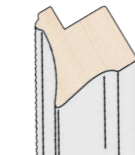
PEARL
GOUD
MET KRAAL
7560-740



PEARL
ZWART
MET KRAAL
7560-771



PEARL
7560



*EEN VINGERLAS



De 5 nieuwe musthave Facebookpagina opties van 2017

Met 2017 in volle gang is het goed om stil te staan bij de vraag of jij al alles uit je Facebook marketing strategie haalt en deze zo optimaal mogelijk hebt ingericht. De afgelopen maanden werden er een hele hoop nieuwe features uitgerold. En er zijn een aantal die je dit jaar beslist mee moet nemen, dus hoog tijd voor een top 5 met de belangrijkste pagina opties voor jouw bedrijf!

1. POSTS BEST PRACTICES

Op de vraag wat voor marketing strategie het beste werkt op Facebook is niet één, definitief antwoord te geven, maar aan de hand van de resultaten van een laatste onderzoek naar posts best practices kun je de laatste trends in ogenschouw nemen en hier je uitingen op aanpassen. Het onderzoek reviewde 800 miljoen Facebookberichten die in 2016 werden geplaatst en hieruit volgden de volgende tips:

1. Wees kort - berichten met minder dan 50 tekens bleken het beste te presteren. Naarmate het bericht langer werd nam de interactie significant af.
2. Buiten spijtijden posten - berichten die geplaatst werden wanneer het minder druk was op het platform genereerden gemiddeld meer betrokkenheid.
3. Gebruik video - Video berichten (live of opgenomen) worden vaker gedeeld dan alle andere post types.
4. Stel vragen – posts met vragen krijgen meer likes dan andere type posts.
5. Link naar lange artikelen – Posts waarin een link werd gedeeld naar een artikel van 1000-3000 woorden genereerden meer interactie dan links naar korte artikelen.



2. OPTIMALISEER JE OMSLAGFOTO VOOR DESKTOP EN MOBIEL

Met de komst van een nieuwe pagina lay-out is er vorig jaar ook een nieuw formaat van de omslagfoto doorgevoerd. Facebook toont omslagfoto's op 820 x 312 pixels op desktop en 640 x 360 pixels op smartphones. Dit zorgt ervoor dat de foto's anders worden weergegeven op desktop dan op mobiel. Om er zeker van te zijn dat eventuele tekst in je coverfoto ook op mobiel wordt getoond is het belangrijk dat je rekening houdt met een onzichtbare buffer van 134 pixels aan weerszijden, waardoor je in het midden een „mobile safe“ ruimte over hebt van 560 pixels.

3. STEL HERINNERINGEN IN MET FACEBOOK REMINDERS

Het is raadzaam om posts vooraf in te plannen aan de hand van een contentkalender. Doe je dit niet, dan is het handig om herinneringen in te stellen die voorkomen dat je belangrijke data niet vergeet. Deze herinneringen houden je bijvoorbeeld op de hoogte van komende vakanties of andere belangrijke gebeurtenissen. Facebook zegt hierover het volgende: „We can remind you to update your page on days that are important to you. Regular posts build visitor trust and engagement, and reminders can make it easier to follow a posting schedule.“

Om een herinnering in te stellen ga je naar de pagina instellingen en klik je op „herinneringen“ aan de linkerkant (let op: deze optie is nog aan het uitrollen en kan nog niet beschikbaar zijn voor jouw pagina).

4. AUTOMATISCHE ONDERTITELING VIDEOADVERTENTIES

Bij het gebruik van social media op mobiel schakelen mensen liever het geluid uit wanneer ze video's bekijken. Facebook ontdekte dat wanneer mobiele video-advertenties wél geluid afspelen hier 80% van de mensen negatief op reageren, zowel in de richting van het platform als de adverteerder. Oftewel; je kunt beter met video's adverteren

die geen geluid bevatten. In de gevallen waarin dit niet mogelijk is kun je handmatig ondertiteling toevoegen. Te veel werk? Met de nieuwste update genereert Facebook nu zelfs automatisch ondertitels in videoadvertenties. Geautomatiseerde ondertitels zijn momenteel alleen verkrijgbaar via de Power Editor. Bij het maken van video-advertenties wordt de ondertiteling automatisch gegenereerd na het uploaden van je video (dit kan enkele minuten duren).

1. Zodra het uploaden van de videoadvertentie is voltooid, klik je op „Selecteer“.
2. Onder „Video ondertitels“, vind je een dropdown die zegt: „Genereer Automatisch“.
3. Als je hebt gekozen voor „Genereer automatisch“, krijg je twee opties: Reviewen voordat ze worden toegevoegd of Facebook de nauwkeurigheid laten reviewen en automatisch laten toevoegen.

Video Captions (Recommended) ⓘ

Generate Automatically ▾

Video captions display text on your video when the sound is off. You can have captions added automatically. You can then review and edit them.

Review manually before they are added

Video Captions Ready for Review
You can review or share it now.

Review Share

Let Facebook review for accuracy and add automatically
It could take up to 24 hours for captions to be reviewed and applied

5. LIVE VIDEO VANAF JE DESKTOP

Heb je met je bedrijf nog niet geëxperimenteerd met live video? Dat wordt dan hoog tijd! Er zijn namelijk nieuwe updates uitgebracht die het bedrijven nóg makkelijker maken live te gaan.

- Broadcasten vanuit een webbrowser - Je kunt nu op Facebook rechtstreeks vanaf het web live gaan op je desktop computer, dus niet alleen vanuit een smartphone zoals voorheen het geval was. Alles wat je nodig hebt is een webcam en je kunt live. Waar je normaal gesproken je status update post klik je op de optie „een live video starten“.
- Livebijdrager rol voor pagina's - Een nieuwe „Livebijdrager“ rol is nu beschikbaar in je pagina instellingen, waarbij je beheerders in staat stelt om specifieke individuen de mogelijkheid te geven om live uitzendingen te starten. Hiervoor konden alleen de admins van een pagina live gaan. Om een nieuwe livebijdrager toe te voegen ga je naar Instellingen > Paginarollen.
- Verbeterde video metrics - Profielen met minstens 5.000 volgers zullen verbeterde inzichten krijgen in hun live video's, met inbegrip van statistieken over de totale bekeken minuten, totaal aantal kijkers, de totale betrokkenheid, maar ook een compleet inzicht in alle video's over een periode van 7-, 30-, en 60-dagen. ■

FRAMED by...

Anne-Marie van der Mijden (47), één van onze verkoop binnendienst toppers. Ze werkt sinds anderhalf jaar op de verkoop binnendienst bij Barth Larson-Juhl. Geen logische stap gezien haar arbeidsverleden. Of toch? "In plaats van met eten ben ik nu bezig met lijsten, glassoorten en passe-partouts."



Voordat ze bij Barth Larson-Juhl begon had Anne-Marie nog nooit eerder in de branche gewerkt. "Ik kom uit de zorgwereld. Ik ben begonnen in de afdelingskeuken van een psychiatrisch ziekenhuis. Via allerlei baantjes heb ik mezelf opgewerkt als managementassistent bij een softwarebedrijf. Ze werkte o.a. bij zorglandgoed Huize Padua-Coudewater waar ze op de voedingsadministratie werkte. "Ik verwerkte de menulijsten van klanten en deed de bestellingen." Het lijkt een grote stap van verzorgingstehuis naar lijstenfabrikant, maar in werkelijkheid is het dat niet. "Het werk is vergelijkbaar: zorgen dat de juiste informatie in het systeem komt en dat bestellingen eruit komen. Bij Barth Larson-Juhl is het product veel technischer. Dat maakt het soms nog lastig."

MANUSJE-VAN-ALLES

Samen met twee collega's is Anne-Marie onder andere verantwoordelijk voor bestellingen die binnenkomen via e-mail, telefoon en internet. Dat gaat de hele dag door. "Klanten kunnen

"SOMS HEB JE MET EEN KLANT AAN EEN WOORD GENOEG. DAT WERKT SUPER FIJN!"

ons hele assortiment op internet bekijken en meteen een order plaatsen via internet." Het eerste wat Anne-Marie dan ook doet als ze 's ochtends binnenkomt, is de website updaten. De rest van de dag is Anne-Marie druk bezig met het ingeven van de orders en het aanvragen van verzendstickers. "Wij boeken bestellingen in en aan de hand daarvan worden er productieorders gedraaid. Per afdeling worden er productiebonnen en/of expeditie-bonnen gedraaid. Zo weten ze op iedere afdeling welke spullen zij moeten produceren en klaarzetten." In de tussentijd neemt ze telefoontjes aan en beantwoordt ze vragen van klanten. "De vragen gaan over de voorraad. Of klanten willen de prijs van een lijst checken. Soms geven we ook advies. Bijvoorbeeld als een klant een wissellijst wil bestellen voor een groot werk. Dan is het aan ons om daar op in te spelen en hen te wijzen op (betere) alternatieven."

Wat Anne-Marie het leukste vindt aan haar baan? Daar hoeft ze niet lang over na te denken. "De band die je krijgt met de klant. Sommige klanten bellen regelmatig op. Vaak heb je dan aan een woord al genoeg. Dat is voor ons fijn, maar ook voor de klant. Je kunt elkaar daardoor sneller helpen." En het gevoel van onmisbaar zijn. "Wij zijn beter bereikbaar dan de buitendienst. Als een klant snel iets moet weten, bellen ze ons op. Meestal heb ik het antwoord meteen paraat. Dat stukje service, geeft ons vak voldoening."

'IK LEER NOG ELKE DAG BIJ'

Anne-Marie zegt bewust 'meestal' want zelfs na anderhalf jaar blijft de materie af en toe complex. "Barth Larson-Juhl heeft zo'n uitgebreid assortiment en er is zoveel mogelijk op het gebied van inlijsten. Ik leer elke dag nog bij." Sinds ze bij Barth Larson-Juhl werkt is ze in ieder geval anders over lijsten gaan denken. "Ik kocht eerst ook goedkopere lijsten bij grote ketens, maar je ziet het verschil echt wel. Qua kwaliteit, maar ook qua aanbod. Dat argument haal ik ook wel eens aan bij vrienden en kennissen. Onze wissellijsten gaan echt langer mee."

HOORN ALS UITLAATKLEP

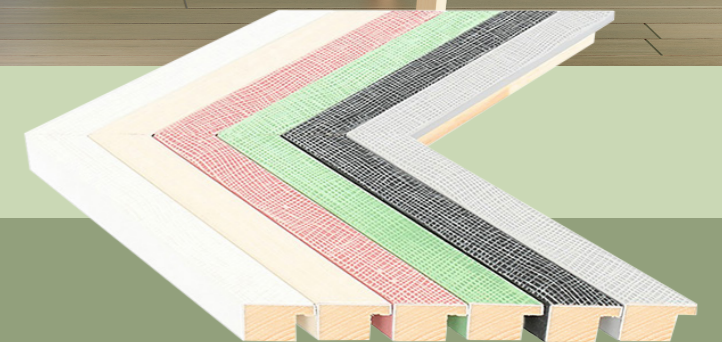
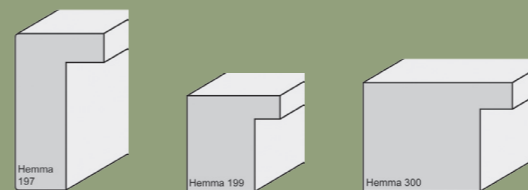
Om haar hoofd leeg te maken na een drukke dag, speelt ze hoorn. "Dat doe ik vast bij muziekvereniging Sint-Willibrordus Esch en als invaller bij diverse andere orkesten. Een keer in de zoveel tijd hebben we met de muziekvereniging een optreden. Voor mij is dit een uitlaatklep na een lange dag werken of als ik gestrest ben. Wat de een heeft met sport, heb ik met het bespelen van de hoorn." ■



ANNE-MARIE SPEELT OP HAAR HOORN



HEMMA



COLOFON

Barth Larson-Juhl

Industrieweg 16, 5281 RW Boxtel | Postbus 83, 5280 AB Boxtel | tel +31 (0) 4 11 66 11 66 | www.barthlarsonjuhl.nl
email info@larsen-juhl.nl | KVK nr 16050604 's-Hertogenbosch | BTW nr NL007645569.B01

Nadruk of dupliceren van één of meer artikelen of afbeeldingen uit dit magazine is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van Barth Larson-Juhl. Alle rechten voorbehouden. Uitvoering The Brand Floor, Vreelandseweg 7, 1216 CG Hilversum, (0)35 628 3002 | Greg van Eenennaam, Barth Larson-Juhl.

Foto's/Tekst

Pagina 1 Istockphoto.com | Pagina 2 @barthlarsonjuhl | Pagina 2 shutterstock.com | Pagina 4/5 @Arqadia | Pagina 6-8 Asja Vossen, Philip Wildevuur
Pagina 9 Istockphoto.com/shutterstock.com | Pagina 10/11 shutterstock.com/@barthlarsonjuhl | Pagina 12/13 shutterstock.com/adwise
Pagina 14 Asja Vossen, Anne-Marie van der Mijden | Pagina 15 Istockphoto.com/@barthlarsonjuhl | Pagina 16 Shutterstock.com/@barthlarsonjuhl



It's clearly
beautiful

CLARITY 

by Larson Juhl

www.claritybylarsonjuhl.com