



## Verkopen met pijn in het hart

Salesfunctionarissen over een speciaal verkoopmoment/-succes in hun loopbaan. Een deal om nooit te vergeten.

door Loes Meeuwissen

"Ik kijk nooit naar spullen met in mijn achterhoofd: dat kunnen we verkopen. Ik ben een liefhebber, ik koop alleen dingen die ik mooi vind. Verkopen veroorzaakt dus altijd pijn in het hart." Eigenaar-directeur *Jan Peters* (55) van *Fluminalis*, leverancier van oude kerkattributen, begon zijn bedrijf dertig jaar geleden als hobby. "Het was de periode van de vernieuwing van de liturgie. Toen werden veel van die attributen de kerk uitgegoid. Ik was destijds leraar Nederlands in het middelbaar onderwijs en verzamelde die spullen. Op een gegeven moment besloot ik verder te gaan met wat ik leuk vind in het leven. Aanvankelijk in mijn eentje, met hulp van de familie en een paar los-vast arbeiders. Want vaak heb je met grote voorwerpen te doen: een klok uit een toren hijsen of zoiets, dat kun je niet alleen. Nu zijn we met vier vaste personeelsleden. *Fluminalis* is een echt familiebedrijf", aldus Peters met gepaste trots. "Je kunt er niemand in opleiden. Al doende leer je. Je moet weten wat je in handen hebt, in elk voorwerp steekt een geschiedenis. Ik ken zo'n vijfhonderd heiligen bij naam, weet wanneer en waar ze hebben geleefd en waarom ze worden vereerd."

### 'Wedding chapels' en 'funeral houses'

Inmiddels is *Fluminalis* uitgegroeid tot de grootste leverancier van kerkattributen ter wereld. Afgelopen najaar sloot Peters een megadeal met een grote Japanse onderneming die 'wedding chapels' en 'funeral houses' bouwt. "Dat bedrijf zocht leveranciers in Europa, want in Japan zelf hebben ze dat soort kerkelijk erfgoed natuurlijk niet."

De Japanners kwamen *Fluminalis* op het spoor via een bedrijf in Londen, een klant van Peters. "Ze kwamen in het voorjaar naar onze showroom en waren zo enthousiast dat ze direct een container vol bestelden: marmeren zuilen, terracotta engelen en andersoortige beelden."

Dat was nog maar een opstapje naar de echte deal, want een paar maanden later kwam een delegatie van acht personen, waaronder een ontwerper, een architect en een tolk, een dag op bezoek. Peters: "Die komen natuurlijk niet zomaar. Ze geven je van tevoren een verlanglijstje: een hotel zoeken, een VIP-bus regelen, en dat soort zaken meer. Dat moet jij dan doen. Ze vertrouwen erop, dat zijn ze gewend."

### Monopoliepositie

Peters onthaalde zijn gasten dan ook uitgebreid. "We trakteerden ze op een echt Hollandse lunch. Daarna haalde elk lid van de delegatie zijn videocamera en zijn digitale fotocamera te voorschijn en maakte opnames van de gewenste objecten."

Er moest overigens nog wel even stevig worden onderhandeld, want "Japanners zijn gewend om grote kortingen te bedingen", weet Peters. "Maar goed, wij hebben een monopoliepositie en daarvan waren zij zich natuurlijk wel bewust."

Het werd verreweg de grootste order die Peters ooit in de wacht wist te slepen. "Ze namen echt alles: bouwmaterialen, zandstenen ornamenten, marmeren pilaren. Maar ook veel beelden. Ze hebben daar twaalf verschillende projecten lopen, dus ik denk dat ze hier niet voor het laatst zijn geweest", zegt hij met zelfvertrouwen.