

Noblesse oblige

Greo Belgers vertrok van de duurzame Triodos Bank naar BMW Financial Services Nederland | Alphabet om het merk te transformeren en te herpositioneren tot een agile en duurzame mobility provider”.



Om zich nog beter te kunnen aanpassen aan de veranderde mobiliteitsbehoefte bundelden BMW Financial Services en Alphabet per 1 januari 2022 de krachten. Het fusiebedrijf zocht nadrukkelijk een Chief Marketing & Innovation Officer van buiten met een frisse blik. Toen Greo Belgers begin oktober als member van de board aantrad, was hij de eerste CMIO binnen het fusiebedrijf. “BMW Financial Services zal in meer landen CMIO’s aanstellen, die gaan samenwerken”, vertelt Belgers. “Ook daarmee laat het zien dat het duurzaamheid en innovatie serieus neemt.”

Duurzame mobiliteit

Wat hem eerder dit jaar over de streep trok om bij BMW Financial Services te komen werken, is zijn fascinatie voor mobiliteit. “Als we ons niet kunnen verplaatsen, loopt de samenleving vast”, constateert hij. “Ik zie het als een uitdaging om mobiliteit duurzaam te maken. Dat lukt me alleen bij een bewezen duurzaam merk als BMW. Al in 1973 stelde BMW als eerste autofabrikant ter wereld een duurzaamheidsmanager aan. Duurzaamheid is sindsdien een integraal onderdeel van de succesvolle bedrijfsstrategie en een halve eeuw later in alle afdelingen verweven. Alphabet en Eneco eMobility werken al geruime tijd samen om de EV-markt te faciliteren en te stimuleren op een duurzame, innovatieve en kostenefficiënte manier, waarbij de klantervaring centraal staat. Tijdens mijn eerste werkweek startten zij een pilot met bi-directioneel laden in Rotterdam, waarbij de accu van de BMW i3 via de speciale laadpaal stroom terug kan leveren aan je huis. Je kunt de stroom die je met zonnepanelen opwekt in de accu opslaan. En anders laadt de auto ‘s nachts, als de energietarieven het laagst zijn. Daar gaat mijn duurzame hart sneller van kloppen!”

Agile merk

“Eén belangrijke bijdrage die ik zal maken, is om het bedrijf te transformeren naar een meer agile manier van werken”, stelt Belgers vast. “Die transformatie hebben we pakweg vijf jaar geleden ook bij de duurzame Triodos Bank doorgevoerd. Natuurlijk, het leidt tot efficiency en levert sneller vernieuwing op, maar een belangrijker voordeel vonden we dat mensen hierdoor trots op en tevredener met hun werk zijn – en dat resulteert niet in de laatste plaats in tevreden klanten. Dat wil ik hier ook realiseren. Ik werk altijd op de as klantwaarde-digitalisering-transities. Bij BMW Financial Services wil ik het merk zodanig neerzetten, dat mensen begrijpen dat ze niet alleen klant bij ons zijn,

Greo Belgers:
‘Ik zie het als een uitdaging om mobiliteit duurzaam te maken’

maar ook deel uitmaken van onze ‘purpose’. En terwijl we als bedrijf digitalisering hoog geagendeerd hebben, houden we onverminderd vast aan die persoonlijke relatie met de klant. Een eenvoudige en een zo prettige mogelijke klantreis, bijvoorbeeld met een app die alles in een handomdraai voor je regelt in combinatie met persoonlijk contact.”

Mobility provider

“In onze transitie van leasemaatschappij naar duurzame mobility provider maken we optimaal gebruik van de kracht van beide fusiebedrijven. Alphabet was al geruime tijd bezig met flexibele mobiliteitsoplossingen. Toen ik binnenkwam, introduceerde het bedrijf flexibele leasecontracten van zes of twaalf maanden. Die waren meteen een succes”, aldus Belgers. “Mobility provider worden wil niet zeggen dat je alles zelf moet doen. Sommige producten staan verder van ons af, zoals Mobility as a Service, ofwel MaaS. Voor die uitbreiding van ons aanbod gaan we samen met andere best-of-class-spelers een ecosysteem aan producten en diensten bouwen.”

Innovatie

“Zo ga ik komende jaren vol op innovatie zitten, om met flexibele producten in te spelen op de behoeften van klanten en de samenleving rondom duurzame mobiliteit. Voor grootzakelijk zijn we al een sterke partij, maar voor het mkb-segment hebben we ook veel te bieden. We zien dat daar veel behoefte is aan flexibiliteit in het mobiliteitsaanbod.”

Nederland testland

“Innovatie, digitalisering en duurzaamheid zijn nu bij ons echt binnen de organisatie belegd”, vertelt Belgers. “Binnen BMW Group zei ooit iemand: ‘Door het Nederlandse raam zien we de toekomst van mobiliteit.’ Nederland scoort in Europa namelijk het hoogst op elektrificatie en de infrastructuur eromheen. En als je kijkt naar de cultuurdimensies volgens Hofstede, is de Nederlandse onzekerheidsvermijding het laagst van alle Europese landen. Nederlanders omarmen vernieuwing, zijn ondernemend en oplossingsgericht, en onze innovatie zit op het hoogste niveau. Daarnaast zijn we een heel complex land, met congestie, parkeerproblemen, noem maar op. Dat maakt ons voor veel ontwikkelingen een geschikt testland. Dat kunnen wij. We opereren op een hoog niveau en vinden dat als je de beste in de wereld wilt zijn, je ook de beste vóór de wereld moet zijn. Noblesse oblige.”