

## Joost-Jan van der Nat

# ‘Als je maar tosti’s kan bakken’

**Van der Nat Verzekeringen in Rijswijk. Waar je diploma soms – of vaak – minder waard is dan wie je bent. Waar ze het gemiddeld genomen totaal anders aanpakken dan in andere assurantiekantoren.**

Tekst: André van der Vlerk • Fotografie: Marjon Zijlstra

Je verwacht het misschien niet van een verzekeringskantoor, maar Van der Nat Verzekeringen werft nieuw personeel met een moddervette knipoo. Neem de video op social media die potentiële kandidaten over de streep moet trekken. Daarin geen enkele associatie met verzekeringswerk, behalve dan een ordner die per ongeluk uit een archiefkast tuimelt. Verder zijn medewerkers vooral druk doende met ‘onserieuze’ zaken, zoals een carnavalesk dansje, het promoten van de vrijdagmiddagborrel en tosti’s bakken tijdens de lunchpauze. “We doen er alles aan om jou bij ons te laten komen werken”, besluit Joost-Jan van der Nat het filmpje met een guitige kop. “En je moet tosti’s kunnen bakken”, roept een ander. Nou, tosti’s worden in het kantoor in Rijswijk nóóit gebakken. Dát tekent de bedrijfscultuur in het Noord-Brabantse Rijswijk: er is volop plaats voor humor.

### Geen cv’s

Joost-Jans aanpak bij de werving van personeel is allerminst door-

snee. Mocht de videokijker de diploma’s al van stal halen, dan heeft hij of zij het mis. Joost-Jan heeft het liefst dat sollicitanten zónder cv naar een nieuwe functie hengelen. Het voelt bijna als een psychologisch experiment om ze uit te nodigen voor een kop koffie zonder eerst hun cv te hebben uitgeplozen. Intuïtie boven ratio, persoonlijkheid die prevaleert boven papiertjes; het kenmerkt de ondernemer die af en toe graag buiten de lijntjes kleurt. Hij vertelt: “Kandidaten stellen zich tijdens de eerste gespreksronde aan mij en een collega voor met een antwoord op de vraag wat ze kunnen toevoegen aan het team. De vijf die de eindstreep uiteindelijk in het vizier hebben, doen mee aan een rollenspel waarin een praktijk-situatie en andere werkzaamheden worden nagebootst. Behoorlijk confronterend. Ook voor onze werknemers is dit nieuw.”

### Kneedbare medewerkers

In dit traject wil Joost-Jan ook graag de mening van zijn collega’s

weten. Die spreken zich individueel uit, dus zonder eerst met anderen te hebben overlegd. Ondertussen heeft de ondernemer al goed in de kuip heeft. “Mijn eigen voorkeur gaat doorgaans uit naar een kneedbare nieuwe medewerker. Over het algemeen heb ik gewoon minder met gearriveerde professionals. Ik hoor vaak verhalen dat ze tientallen nieuwe klanten zullen meenemen, maar dat blijkt dan toch een grote flop. Of dat ze helemaal niet in het team passen. Dat laatste vind ik het belangrijkste. Sommige kandidaten hebben misschien wel ervaring genoeg, maar klopt het met het team? Daar kijk ik naar.”

### Spontane bel-dag

Is verzekeringswerk avontuurlijk? Negen op de tien zeggen waarschijnlijk van niet, maar Joost-Jan doet en organiseert veel zaken nét even anders. In januari nam hij een assurantiekantoor in het naburige Genderen over. Bij de bekendmaking van het nieuws beet het personeel zich goed vast in de



## ‘Wij communiceren met oprechte aandacht, dan volgt resultaat vanzelf’

nieuwe uitdaging. Besloten werd een spontane bel-dag te organiseren om kennis te maken met de 250 nieuwe klanten. Typisch Joost-Jan: zijn medewerkers mochten zélf hun scripts schrijven, onder voorwaarde dat deze authentiek, persoonlijk, niet opdringerig en zeker niet commercieel zou overkomen. Om dit in goede banen te leiden, vloog hij trainer/coach Joey Brouns in, die ook al enige tijd trainingen in klantgerichtheid voor

het team van Van der Nat verzorgt (lees het verhaal hierover elders in deze uitgave).

### Eerst aandacht, dan resultaat

Het resultaat was soms een welkome les in vanzelfsprekendheden. “Neem nou de vraag: hoe gaat het met je”, neemt Joost-Jan als voorbeeld. “Zó simpel. We zijn met z’n allen in Nederland zo gefocust op resultaat dat je ‘m bijna zou vergeten. Er zijn meer dingen waar je in een telefoongesprek zomaar aan voorbij zou kunnen gaan. Noem bijvoorbeeld je voornaam én achternaam. Hoe vaak hoor je niet bij Ziggo of Essent medewerkers die alleen hun voornaam noemen? Je hebt toch ook een achternaam? Goed communiceren is het minste wat we kunnen doen. In ons team hebben we geleerd te communiceren met oprechte aandacht, dan volgt resultaat vanzelf.” Zo’n

gesprek mag best persoonlijk zijn, graag zelfs. “Anders hoort de klant weer zo’n grijsgedraaid riedeltje.” En grijs, die kleur kennen ze niet bij Van der Nat. ●



### In memoriam Jan van der Nat

Met groot verdriet, maar ook dankbaar voor wat hij tijdens zijn leven voor velen heeft betekend, hebben familie, (oud-) medewerkers en relaties afscheid genomen van Jan van der Nat, oprichter en drijvende kracht van Van der Nat Verzekeringen. Hij overleed op 4 april 2024, een dag voor zijn 89e verjaardag.