

NVKL Nieuwe Stijl

Hartelijk dank voor uw interesse in het lidmaatschap van de NVKL. Tijdens de ledenvergadering op 29 mei jongstleden hebben de leden besloten de koers van de vereniging te wijzigen; van een technisch georiënteerde vereniging naar een meer marktgerichte vereniging. Dit zal invloed hebben op het NVKL-lidmaatschap, daarom willen wij u hierover vooraf informeren.

Op dit moment wordt er door de NVKL een strategie ontwikkeld om een kwaliteitslabel voor de koeltechniek en klimaattechniek op te richten. Met dit label kunnen de professionele bedrijven in de koel- en klimaattechniek laten zien dat het bij hun draait om kwaliteit en specialisme. Ze kunnen zich daarmee onderscheiden van de, vaak goedkopere, concurrenten en zullen in de veranderende markt (na introductie van de F-gassenregeling) hun marges kunnen behouden.

In het voorstel zullen NVKL-leden vanaf 2009 aan kwalitatieve eisen moeten voldoen. In ruil daarvoor krijgen zij een complete kwaliteitslabelstrategie, praktische ondersteunde diensten en landelijke PR-campagnes. Hiervoor zal naast de contributie een aparte marketing fee worden gevraagd. Op 3 oktober 2008 wordt door middel van een bijzondere ledenvergadering een definitief besluit genomen over de invulling van de labelstrategie.

U kunt op dit moment gewoon lid worden van de NVKL en gebruik maken van de huidige dienstverlening. U zult dan op termijn, net als de huidige leden, moeten gaan voldoen aan de kwaliteitseisen. Hierover wordt u te zijner tijd uitgebreid geïnformeerd.

Voorstel Labelstrategie

Achtergrond

De NVKL stelt vast dat de markt waarin haar leden opereren in hoog tempo verandert. Door invoering van de F-gassenrichtlijn in Nederland wordt de kennisdrempel voor toetreding tot de koel- en klimaattechnische markt nog lager. Tegelijkertijd en mede daardoor wordt de druk op de prijzen groter en wordt de markt harder en commerciëler. Kwaliteit en duurzaamheid moet het steeds vaker afleggen tegen een lagere prijs.

Kwaliteitsimpuls

De NVKL-leden hebben besloten de sector een kwaliteitsimpuls te geven. Door installateurs, en leveranciers, van koude en klimaat op een kwalitatief hoger niveau te brengen door het stellen van kwaliteitseisen, gekoppeld aan een uitgekiende promotiecampagne, moeten de NVKL-leden zich nog beter kunnen onderscheiden ten opzichte van de markt.

Labelstrategie

Op dit moment ontwikkelt de NVKL een samenhangende, toekomstvaste strategie die onder meer moet leiden tot:

- een **sterk merk**, een marktsymbool voor kwaliteit van diensten, milieu en energie, betrouwbaarheid en state of the art technology,
- aparte kwaliteitslabels voor installateurs van koude en klimaat (airco),
- een toename van kwaliteitsaanbieders in KOUDE en KLIMAAT,

- een **groot waardeverschil** voor de leden t.o.v. goedkope aanbieders.
- een **toetsbaar stelsel van criteria** of men NVKL lid mag worden én blijven.
- een **toonaangevende positie** in het Koude- en Klimaatsegment

De NVKL zal, naast de ontwikkeling van een serie van speciale (web)diensten, een krachtige merk –en promotiestrategie richting installateurs en eindmarkten inzetten:

- landelijke campagnes over meerdere jaren
- complete campagne in (installatie) vakbladen, dagbladen, radio, beurzen en websites
- ook de vakbladen voor eindmarkten: horeca, bloemen, vis, vlees, industrie e.d.