

BouwKennis

Whitepaper

Klantgericht bouwen

Deze whitepaper is in samenwerking tot stand gekomen met:



Introductie

Uit deze whitepaper Klantgericht bouwen blijkt dat tweederde van de hoofdaannemers B&U, ontwikkelaars en woningcorporaties het (zeer) eens is met de stelling dat de woningnieuwbouwmakkt aan het veranderen is van een aanbodgedreven makkt naar een vragersmakkt. Woonconsumenten worden immers steeds mondiger en zijn steeds beter geïnformeerd.

Bovendien zorgt het spook van de kopersstaking er momenteel voor dat niet alles zomaar verkocht wordt. In een aanbodmakkt dicteert de makkt wat er gebouwd gaat worden. In een vragersmakkt wordt het echter nog belangrijker om te bouwen wat de makkt daadwerkelijk wil.

In deze whitepaper komen daarom de ontwikkelende partijen aan het woord. Hoe vullen zij momenteel het begrip klantgerichtheid in? Kiezen ze voor woonwensenonderzoek, betrekken ze de consument eerder in het bouwproces?

Daarnaast wordt er gekeken hoe ontwikkelaars proberen de verkoop van nieuwbouwwoningen te stimuleren. Welke mogelijkheden bieden zij potentiële huizenkopers aan om ze over de streep te trekken?

Deze whitepaper brengt helder in beeld hoe ontwikkelende partijen inspelen op de veranderingen in de woningnieuwbouw. Ik ben er daarom van overtuigd dat dit rapport essentiële informatie bevat voor elke ontwikkelende partij die zich richt op de Nederlandse woonconsument.

Boudewijn Goedhart,
Directeur BouwKennis



Klantgericht bouwen

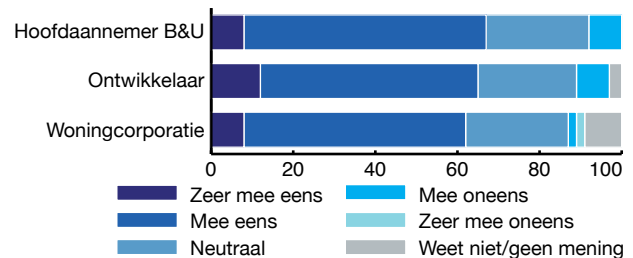
Klantgericht bouwen is een trend die al langere tijd speelt in de bouwkolom. De eindgebruiker wordt mondiger en is meer op de hoogte van de verschillende keuzemogelijkheden. De kredietcrisis hier heeft twee effecten op: over het algemeen zijn er minder potentiële klanten omdat consumenten minder vaak een nieuwe woning kopen. Daarnaast zijn de klanten die de markt betreden extra kritisch, zij willen er zeker van zijn dat het geld dat zij uitgeven goed besteed is. Bovendien weten zij ook dat werk in de bouwkolom schaars is, wat zij mogelijk gebruiken om extra voordeel te bedingen.

De marktpartijen die in hun verkoopfase te maken hebben met de eindgebruiker komen in dit hoofdstuk aan bod. Hierbij is er een duidelijke tweedeling in de kerntaken van ontwikkelaars en ontwikkelende hoofdaannemers B&U enerzijds en woningbouwcorporaties anderzijds. Woningbouwcorporaties verhuren het overgrote deel van hun woningvoorraad en bouwen soms koopwoningen. Voor de ontwikkelaars en ontwikkelende hoofdaannemers B&U is die verhouding juist andersom, zij verhuren misschien een klein deel van hun woningvoorraad, maar het grootste gedeelte van hun woningbouwproductie bestaat uit koopwoningen.

Tweederde van de hoofdaannemers B&U, ontwikkelaars en woningcorporaties is het zeer eens met de stelling dat de woningnieuwbouwmarkt aan het veranderen is van een aanbodgedreven markt naar een vragersmarkt. Woningcorporaties zijn het hier iets minder vaak (zeer) mee eens, 62% van hen denkt er zo over. Een kwart van de ondervraagde marktpartijen staat neutraal tegenover de stelling.

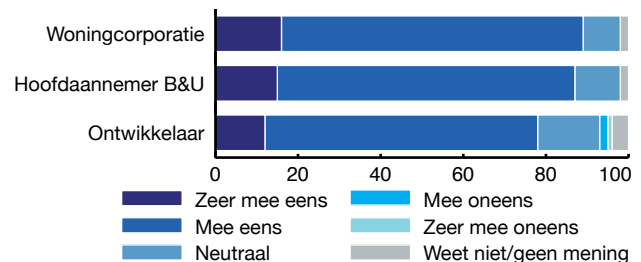
Van de ontwikkelende partijen is 83% het (zeer) eens met de stelling 'Onze organisatie komt steeds meer tegemoet aan de wensen van de woonconsument'. Het merendeel van de bedrijven die de aandacht op de markt ziet verschuiven van de kant van de aanbieders naar de kant van de vragers, speelt daar dus naar eigen zeggen op in. Bijna negen op de tien corporaties is het (zeer) eens met de stelling 'Onze organisatie komt steeds meer tegemoet aan de wensen van de woonconsument'. Ontwikkelaars zijn het met 78% een stuk minder vaak (zeer) eens met deze stelling.

Woningnieuwbouwmarkt is veranderd van aanbodgedreven naar vragersmarkt (in %)



Bron: BouwKennis, juni 2009

Komt steeds meer tegemoet aan de wensen van de woonconsument (in %)



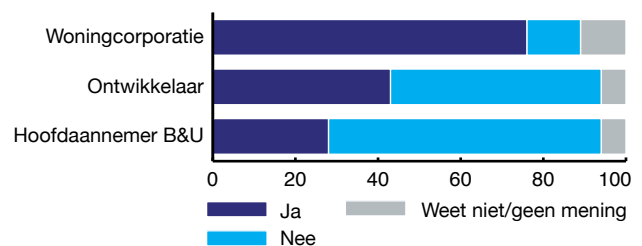
Bron: BouwKennis, juni 2009

Invulling klantgerichtheid

Corporaties geven op zeer diverse manieren invulling aan hun klantgerichtheid. Veel corporaties die tegemoet komen aan de wensen van de woonconsument doen dat door te luisteren naar de klant. Dit geven zij vorm door zich als de organisatie meer op de klant te richten, de woonconsument keuzevrijheid te bieden en de consument te betrekken bij de ontwikkeling. Veel hoofdaannemers B&U zeggen dat zij de klant geven wat hij wil. Ook leven zij zich in in de klant om zo te kunnen bouwen wat aan de wensen van de klant voldoet. Advies geven en flexibel zijn worden door hoofdaannemers B&U ook regelmatig genoemd als methodes om aan klantwensen te voldoen. Ontwikkelaars kiezen vooral voor persoonlijke gesprekken om te achterhalen wat de klant wil. Daarnaast geven ontwikkelaars aan dat zij onderzoeken welke projecten goed verkochten en waarom.

Eén van de meest gedegen en objectieve manieren om te achterhalen wat de woonwensen van consumenten zijn, is woonwensenonderzoek. Dit is echter nog geen standaardprocedure onder ontwikkelende partijen. Ruim driekwart van de woningcorporaties voert wel eens woonwensenonderzoek uit, terwijl 43% van de ontwikkelaars en 28% van de hoofdaannemers B&U hiervoor kiest. Corporaties voeren per jaar minder woonwensenonderzoeken uit dan ontwikkelaars en hoofdaannemers B&U. Corporaties voeren krap twee keer per jaar woonwensenonderzoek uit, hoofdaannemers B&U doen dat ruim twee keer per jaar en ontwikkelaars doen drie keer per jaar onderzoek naar de woonwensen. Corporaties hebben over het algemeen een langdurigere band met hun eindgebruikers dan ontwikkelaars en hoofdaannemers, hierdoor hoeven zij minder vaak in het jaar onderzoek te doen om te weten wat de woonwensen zijn. Ontwikkelaars hebben immers vaker te maken met een doelgroep die ze nog niet kennen en moeten daarom vaker onderzoek doen. Bovendien is het belangrijk voor het voortbestaan van de ontwikkelaar om succesvolle koopwoningen te bouwen. Dit speelt bij woningbouwcorporaties in mindere mate. Hoofdaannemers B&U doen minder vaak onderzoek omdat zij naast hun activiteiten als ontwikkelaar meestal nog veel andere projecten hebben. Ontwikkelen en verkopen van woningen is lang niet altijd de hoofdmoot van de activiteiten van hoofdaannemers B&U.

Voert woonwensenonderzoek uit (in %)

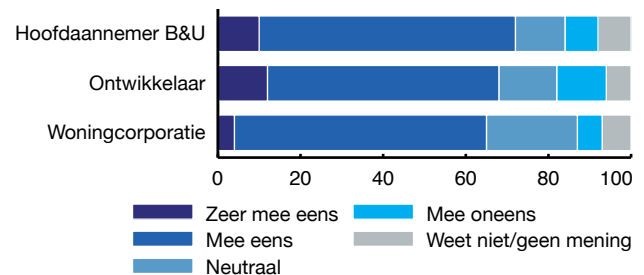


Bron: BouwKennis, juni 2009

De bedrijven die geen specifiek onderzoek doen naar woonwensen, hebben diverse manieren om deze alsnog te achterhalen. Sommigen kijken naar voorgaande ervaringen of succesvolle projecten en leren daarvan. Hoofdaannemers B&U en ontwikkelaars gaan ook in gesprek met potentiële klanten. Een enkele keer worden gesprekken met makelaars of ervaringen met (collectief) particulier opdrachtgeverschap genoemd.

Achteraf onderzoeken van woonwensen van eindgebruikers komt redelijk vaak voor bij woningbouwprojecten, maar ontwikkelende partijen hebben natuurlijk ook de mogelijkheid om eindgebruikers vroeg in het proces te raadplegen. Zeven op de tien ontwikkelende partijen is het (zeer) eens met de stelling 'De eindgebruiker wordt door ons steeds vroeger in het bouwproces geraadpleegd.' Van de hoofdaannemers B&U is 73% het (zeer) eens met de stelling. Aangezien hoofdaannemers B&U over het algemeen minder ervaring hebben met projecten voor particulieren, kan het zijn dat zij eindgebruikers vroeger in het bouwproces raadplegen dan voorheen.

De eindgebruiker wordt steeds vroeger in het bouwproces geraadpleegd (in%)



Bron: BouwKennis, juni 2009

Aangeboden mogelijkheden woningnieuwbouwprojecten

De meest genoemde optie die ontwikkelende partijen presenteren bij een woningnieuwbouwproject, is het aanbieden van keuzemogelijkheden, 81% van hen doet dit. Zes op de tien ontwikkelende partijen biedt kopersbegeleiding aan. Dit wordt door corporaties beduidend minder vaak gedaan, in 43% van de gevallen. Verder valt op dat het verschil in populariteit tussen de aangeboden mogelijkheden behoorlijk groot is. Het aanbieden van keuzemogelijkheden is veel populairder onder ontwikkelende partijen dan kopersbegeleiding.

Aangeboden mogelijkheden bij woningnieuwbouwprojecten (in %)

	Hoofdaannemer B&U	Ontwikkelaar	Woningcorporatie
Keuzemogelijkheden	84	81	79
Kopersbegeleiding	71	67	43
Servicecontracten	24	25	36
Profileren van keurmerken	16	23	13
Toename marketingcommunicatie	8	15	13
Garant staan voor verkoop andere woning koper	10	10	9
Klusbedrijf	4	10	15
Prijzdalingen	4	4	0
Weet niet/geen mening	4	11	11

Bron: BouwKennis, juni 2009

De ontwikkelende partijen die keuzemogelijkheden aanbieden bij woningnieuwbouwprojecten, bieden het vaakst keuzemogelijkheden aan voor keukens en badkamers (beiden gemiddeld 91%). Corporaties bieden minder vaak extra opties, naast keukens en badkamers, omdat zij de verhuurbaarheid van hun woningen niet willen beïnvloeden door gehoor te geven aan de specifieke wensen van de eerste bewoners. Dit is te zien bij het aanbieden keuzes op het gebied van woningindeling: meer dan zeven op de tien hoofdaannemers B&U en ontwikkelaars biedt dit aan, in vergelijking tot 17% van de corporaties. Dit patroon is ook zichtbaar bij binnendeuren, buitendeuren, kozijnen en compleet afgemaakte woningen, zonder meerwerkopties. Deze keuzemogelijkheden maken het woningbestand van corporaties divers, wat weer meer kosten met zich meebrengt in het onderhoud, vandaar dat zij deze opties minder vaak aanbieden.

Bij de populariteit van domotica is een omgekeerd patroon zichtbaar: corporaties bieden het vaker aan (48%) dan ontwikkelaars (39%) en hoofdaannemers B&U. Corporaties hebben vaak een zorgtaak die ontwikkelaars en hoofdaannemers B&U niet hebben. Bij deze zorgtaken kan domotica uitkomst bieden. Bovendien is het bewonersbestand van corporaties over het algemeen ouder dan de klanten van ontwikkelaars en hoofdaannemers B&U. Dit kan de populariteit van domotica onder corporaties verklaren.

Keuzemogelijkheden aangeboden bij woningnieuwbouwprojecten (in %)

	Woningcorporatie	Hoofdaannemer B&U	Ontwikkelaar
Keuken	93	91	89
Badkamer	86	95	92
Woningindeling	17	74	71
Binnendeuren	5	81	69
Domotica	48	28	39
Buitendeuren	12	40	37
Ramen/kozijnen	2	33	31
Compleet afgemaakte woningen, zonder meerwerkopties	2	19	19
Klusbedrijf	5	5	7
Anders	7	0	1
Weet niet/geen mening	2	2	1

Bron: BouwKennis, juni 2009

Om de verkoop van woningnieuwbouwprojecten te stimuleren biedt tweederde van de ontwikkelende partijen keuzemogelijkheden aan potentiële kopers. Dat is duidelijk de meest aangeboden methode om de verkoop van woningnieuwbouwprojecten te stimuleren. Op de tweede plaats staat het aanbieden van kopersbegeleiding, dat door 42% van de partijen ingezet wordt als verkoopinstrument. Eenderde van de ontwikkelende partijen biedt waarborgregelingen om nieuwe woningen te verkopen. Corporaties doen dit met 26% minder dan commerciële ontwikkelaars. Drie op de tien ontwikkelende partijen stimuleren de verkoop van woningnieuwbouwprojecten door hun propositie aan te scherpen of te veranderen. Door zich te richten op bijvoorbeeld ouderen, starters of duurzaamheid, kunnen zij een specifiek deel van de markt bedienen en zich op deze manier onderscheiden van concurrenten.

Methoden om verkoop van woningnieuwbouwprojecten te stimuleren (in %)

	Ontwikkelaar	Hoofdaannemer B&U	Woningcorporatie
Keuzemogelijkheden	67	67	64
Kopersbegeleiding	44	43	38
Waarborgregelingen	39	35	26
Aanscherpen of veranderen positionering	33	31	28
Luxe opties	26	31	15
Garant staan voor verkoop andere woning koper	20	22	19
Toename marketingcommunicatie	24	18	17
Prijzdalingen	19	20	15
Profileren van keurmerken	19	16	17
Aanbieden servicecontracten	15	18	19
Weet niet/geen mening	11	6	23

Bron: BouwKennis, juni 2009

Samenvatting

Tweederde van de hoofdaannemers B&U, ontwikkelaars en woningcorporaties is het zeer eens met de stelling dat de woningnieuwbouwmarkt aan het veranderen is van een aanbodgedreven markt naar een vragersmarkt (figuur 2.1). Van de ontwikkelende partijen is 83% het (zeer) eens met de stelling 'Onze organisatie komt steeds meer tegemoet aan de wensen van de woonconsument' (figuur 2.2). De ontwikkelende partijen vullen deze tegemoetkoming vaak in door in te luisteren naar hun klanten en hen keuzemogelijkheden te bieden.

Een andere manier om woonwensen te achterhalen, is woonwensenonderzoek. Driekwart van de woningcorporaties doet hieraan, net als 43% van de ontwikkelaars en 28% van de ontwikkelende hoofdaannemers B&U (figuur 2.3). Zeven op de tien ontwikkelende partijen is het (zeer) eens met de stelling 'De eindgebruiker wordt door ons steeds vroeger in het bouwproces geraadpleegd' (figuur 2.4).

De meest genoemde optie die ontwikkelende partijen presenteren bij een woningnieuwbouwproject, is het aanbieden van keuzemogelijkheden, 81% van hen doet dit (figuur 2.5). De ontwikkelende partijen die keuzemogelijkheden aanbieden bij woningnieuwbouwprojecten, bieden het vaakst keuzemogelijkheden aan voor keukens (91%) en badkamers (tevens 91%) (figuur 2.6). Om de verkoop van woningnieuwbouwprojecten te stimuleren biedt tweederde van de ontwikkelende partijen keuzemogelijkheden aan potentiële kopers (figuur 2.7).

Over BouwKennis

Bouwen begint met BouwKennis. Want BouwKennis is dé marktinformatieleverancier voor de bouw-, vastgoed- en installatiesector. BouwKennis volgt alle relevante bronnen uit de markt en doet zelf gericht marktonderzoek. Het resultaat: informatie waarop u kunt bouwen. BouwKennis geeft u een objectief beeld van alle marktkenmerken, trends en ontwikkelingen.

Veel bedrijven hebben behoefte aan betrouwbare marktinformatie. Het verzamelen en onderzoeken ervan kost veel tijd en capaciteit. Daarom doet BouwKennis dit voor u. Zo beschikt u over relevante en actuele marktinformatie zonder dat u zelf hoeft te investeren in eigen onderzoek. U hebt direct de bouwstenen om uw marketingstrategie te bepalen.

Een deel van de vragen uit de markt beantwoordt BouwKennis met informatie uit bestaande bronnen. Voor een groot aantal vragen verricht BouwKennis eigen, doelgericht en onafhankelijk marktonderzoek. BouwKennis werkt hierin nauw samen met USP Marketing Consultancy. Dat betekent unieke content. En omdat het gaat om multi client onderzoek, wordt er altijd gezocht naar informatie die voor meerdere marktpartijen relevant is. Meer dan duizend organisaties hebben het gemak en de unieke informatie van BouwKennis al ontdekt. Zij gebruiken de marktinformatie als basis voor hun strategie en beleid. Omdat niet alle bedrijven dezelfde informatiebehoefte hebben, biedt BouwKennis verschillende producten aan. Een deel van de marktinformatie krijgt u periodiek toegestuurd wanneer u zich hierop abonneert. Andere marktinformatie is ook los te koop als onderzoeksrapport.

Portfolio

BouwKennis is voor vele bedrijven in de bouw-, installatie- en vastgoedmarkt al jarenlang een betrouwbare leverancier van markt- en marketinginformatie. U bent op zoek naar de bouwstenen om uw marketingstrategie te bepalen? BouwKennis heeft deze voor u. Momenteel is dit onder andere gedetailleerde informatie over de volgende onderwerpen:

- Demografische en economische ontwikkelingen
- Voorraad, bouwproductie en prognoses woning- en utiliteitsbouw
- Marktomvangcijfers voor de afbouw en ruwbouw in Nederland en België
- Rol van de handel binnen de bouwkolom
- Invloed van de kredietcrisis en de gevolgen hiervan voor de bouwkolom
- Faalkosten: waar komen ze vandaan, hoe kunnen ze verminderd worden?
- Invulling van klantgericht bouwen door ontwikkelaars
- Gebruik van het marketingbudget en marketingcommunicatie
- Ontwikkeling van Publiek Private Samenwerking en samenwerking met vaste partners
- Particulier opdrachtgeverschap: bekendheid, vooroordelen en stimuleringsmaatregelen
- Belemmeringen en oplossingen voor binnenstedelijk bouwen
- Trends en ontwikkelingen op het gebied van MVO, energie en duurzaamheid
- Huidige en toekomstige toepassingen van domotica
- Stand van zaken rondom bouwen voor de vergrijzing
- Hoe consumenten het proces van de koop van een nieuwbouwwoning ervaren
- Verhuismotieven en de verhuisgeneigdheid van woonconsumenten
- Tevredenheid van consumenten met de huidige woning
- Woonwensen met betrekking tot de woning en de woonomgeving

Deze informatie is onderverdeeld in een uitgebreide portfolio van producten en diensten die BouwKennis aan haar klanten biedt. Dit zorgt ervoor dat er gericht kan worden voorzien in verschillende informatiebehoeften.

Wilt u meer weten over een van deze onderwerpen, over ons volledige portfolio van producten en diensten of over BouwKennis? Neem dan contact met ons op via info@bouwkennis.nl of 010-2066996.

Colofon

Uitgever

BouwKennis BV
Max Euwelaan 51
3062 MA ROTTERDAM
T 010-2066996
E info@bouwkennis.nl
www.woonkennis.nl

Uitgever/directeur

Boudewijn Goedhart

Verkoop

Jacco Ridderhof
Frank Oberink
Maurice van Dijk
T 010-2066996

Marketing

Paul Waldekker

Redactie

Remco Tuns (hoofdredacteur)
Lieneke de Boer
Guido van Beek
Jesse van Wayenburg
Leo Kranenburg

Vormgeving

Shirrin Vonk

Inlichtingen

T 010-2066996
E info@bouwkennis.nl

Bestellingen

info@bouwkennis.nl of
www.bouwkennis.nl/shop

© Niets uit deze uitgave mag
zonder voorafgaande schriftelijke
toestemming van de uitgever
worden verveelvoudigd of
gedupliceerd.

