

Bijlage

11-1-2017

Bouwen met de klant centraal



J.H.A Sanders, 2079041

C.F. van der Vorst, 2058791

Bouwtechnische bedrijfskunde

Avans Hogeschool, te Tilburg

Drs. Ing. L. Marijt, begeleider

Ir. W. van het Hoog

Inhoudsopgave

1	SWOT-Analyse	3
1.1	Sterkte	3
1.2	Zwakte	4
1.3	Kans	5
1.4	Bedreiging.....	6
2	7C-model, New Ratio.....	7
3	Huidig procesomschrijving	9
3.1	Het proces van Stam + De Koning	10
3.2	Het proces van de klant.....	12
4	Huidig product.....	15
4.1	De Groene Loper , Helmond.....	15
4.2	Mauritskwartier, Lent.....	20
4.3	Oeverlanden, Gemert.....	22
4.4	Overburght, Geldrop	24
4.5	De tuin van Elden, Arnhem.....	26
4.6	Vredesplein, Eindhoven.....	28
5	Verbeterpunten op het product & proces	30
5.1	Sterkte- zwakteanalyse proces van de klant	30
5.2	Sterkte-zwakteanalyse product.....	32
5.3	Proces intern brengen	34
6	Interviews.....	42
6.1	Interviews intern	42
6.2	Interviews extern.....	45
6.3	Toetsende interviews	55
7	Hoe voelt het om klant te zijn bij Stam + De Koning.....	60
7.1	Eerste kopers gesprek 21-10-2016.....	60
7.2	Tweede kopers gesprek 26-10-2016	61
8	Enquêtes.....	62
8.1	Resultaten enquêtes m.b.t. product	76
9	Het ontzorgen van een klant.....	77
10	Bibliografie.....	78

1 SWOT-Analyse

Om in kaart te brengen waar de positieve en negatieve punten in het proces zitten en om een beeld te krijgen naar mogelijke kansen en bedreigingen, is er een SWOT-analyse opgesteld. De SWOT-analyse is in Tabel 1-1 weergegeven. De uitwerkingen van deze SWOT-analyse zijn opgenomen in deze bijlage.

<i>Intern</i>	
Sterkte	Zwakte
1. Weinig opleverpunten	1. Koper wordt (te) vrij gelaten
2. Veel keuzevrijheid	2. Verkeerd verwachtingspatroon
3. Woningen zijn "mooi"	3. Woning wordt ontworpen op basis van prijs, niet op klantwens
	4. Nazorg wordt negatief beoordeeld door klant
	5. Geen (duidelijk) tijdspad
	6. Verschillende aanspreekpunten
	7. Klant mist betrokkenheid

<i>Extern</i>	
Kans	Bedreiging
1. Innovaties zijn opkomend in de sector	1. Marges in de bouw verkleinen
2. Digitaal tijdperk	2. Andere bouwbedrijven zijn aan het innoveren.
3. Koper wordt steeds individualistischer	3. Kopers hebben moeite met financiering

Tabel 1-1

Met de SWOT-analyse worden zowel interne factoren als externe factoren bekeken.

De analyse wordt uiteengezet beginnend met de interne analyse.

1.1 Sterkte

1. Weinig opleverpunten

Het landelijk gemiddelde van de zogeheten opleverpunten (aantal gebreken tijdens de oplevering in de woning) ligt op 14,8 gebreken per woning. Het gemiddelde van Stam + De Koning met 3 ligt hier dus ver onder. Dit wordt door de koper als erg prettig ervaren. Op deze manier hoeft de aannemer niet meer veel te herstellen na de sleuteloverdracht aan de bewoners. Dit zorgt voor rust voor zowel de koper als Stam + De Koning.

(Bewust nieuw bouw, 2015)

2. Veel keuzevrijheid

De koper bij Stam + De Koning hebben veel vrijheid in het samenstellen van de eigen woning. De keuzes hierin variëren tot het aanleggen van elektra, het zetten van een volledige aanbouw, een dakkapel, uitbreidingen van de keuken en zo nog veel meer elementen. De klant is vrij zijn woonwensen op de woning los te laten, wanneer de koper voor de gestelde deadlines zijn wensen doorgeeft is bijna alles mogelijk om aan te passen in de woning. Er worden bepaalde deadlines gesteld in verband met de werkzaamheden op de bouwplaats, zo moeten bijvoorbeeld keuzes voor keukens bekend zijn voor deze worden besteld. Wanneer deze deadlines zijn verstreken zijn bepaalde opties niet meer mogelijk of de klant moet mogelijk (meer) betalen voor een wijziging.

3. Woningen zijn “mooi”

Uit onderzoek blijkt dat de klant veel waarde hecht aan de uitstraling van de woning (zie Bijlage 8). Hierin vindt de koper het belangrijk dat het gevelbeeld past bij de woning van de buren en dat deze een goede uitstraling heeft. Vanuit verschillende enquêtes is gebleken dat de kopers van Stam + De Koning tevreden zijn over het gevelbeeld.

1.2 Zwakte

1. Koper wordt (te) vrij gelaten

Een sterkte van Stam + De Koning is dat de klant veel keuzevrijheden heeft. Hierin is het een zwakte dat de koper niet voldoende wordt begeleid bij het maken van deze keuzes. In het eerste gesprek met de aannemer beslist de koper al meteen wat hij in de woning wil hebben (Bijlage 7.1). Op die manier kan Stam + De Koning geen inhoudelijk adviezen aan de klant geven. Doordat de aannemer op voorhand geen adviezen geeft moet de klant erg veel zelf uitzoeken. Ook heeft Stam + De Koning geen tot weinig invloed op de keuzes van de koper.

2. Verkeerd verwachtingspatroon

Het verwachtingspatroon van de klant wordt nu op verschillende momenten beïnvloedt.

Het eerste verwachtingspatroon dat de klant creëert komt voor uit de verkoopbrochure. De woningen worden zo aantrekkelijk mogelijk op de brochure gepresenteerd zodat deze veel belangstelling krijgen.

Wanneer een potentiële koper interesse heeft in een woning komt deze bij de makelaar terecht. De makelaar verkoopt de woning aan de klant. De makelaar behaalt courtage bij elke verkochte woningen. De makelaar wil de woningen dus zo snel mogelijk verkopen met hierbij zo'n minimale kosten. Doordat de makelaar niet technisch onderlegd is kunnen er bepaalde verwachtingen ontstaan over mogelijkheden in de woning welke uiteindelijk niet mogelijk blijken.

De koper komt, nadat 70% van de woning verkocht is, bij de aannemer. Hier krijgt de koper een gesprek om aan te geven wat de wensen zijn. Deze wensen komen voort uit adviezen van de makelaar en eigen kennis van de koper. Tijdens dit gesprek wordt de koper technisch begeleidt. Hier kan al een probleem zijn in verwachtingsmanagement, bijvoorbeeld de benodigde aansluitingen voor een uitgebreide keuken.

Na alle wensen te hebben gemaakt, maakt Stam + De Koning een offerte van al het gekozen meerwerk. Natuurlijk is het mogelijk voor de koper zelf om thuis alle meerprijzen op te tellen, maar er is geen financiële begeleiding van het bouwbedrijf. Doordat er geen budgetgesprek is met de aannemer wordt ook deze verwachting niet gemanaged.

In het traject komt de koper op een bepaald punt op de bouwplaats zelf. De verwachtingen die de koper van zijn woning heeft is op dit moment nog de verwachting die de makelaar geschept heeft. Uit Enquêtes blijkt dat deze verwachtingen ook niet altijd even helder zijn.

3. Woningen worden ontworpen op basis van laagste prijs in plaats van klantwens

De woningen van Stam + De Koning worden ontwikkelt om voor een zo laag mogelijk prijs, dit om de woningen zo snel mogelijk te kunnen verkopen. Natuurlijk is het belangrijk dat de prijs van de woningen goed is, echter kan dit niet ten koste gaan van de kwaliteit. De meeste kopers van de woningen klagen over de lage kwaliteit van afwerking.

Ook wordt er weinig gekeken naar de gebruiksvriendelijkheid van de woning. In het ontwerp wordt er niet gekeken waar mensen het liefste staan te koken of waar men het liefst een bureau neerzet. Daarentegen wordt er eerder gekeken naar waar het leidingwerk zo gemakkelijk en goedkoop mogelijk kan worden weggewerkt en ruimte-indelingen worden op basis van vloeroppervlakte, ventilatie en daglichtstudie ontworpen. De zolder wordt zo minimaal afgewerkt dat deze niet geschikt is om als slaapvertrek te gebruiken. Toch blijkt dat mensen hier zelf graag een slaapkamer van maken. Dit zorgt voor veel extra werk voor de klant door bezuinigingen vanuit de aannemer.

4. Nazorg wordt negatief beoordeeld door klant

Voor iedere klant is het vervelend als er na de opleveringen nog gebreken aan de woning zijn. Dat is een gegeven waar niks aan te veranderen is. Echter kan er wel wat worden gedaan aan de communicatie en benadering jegens de klant. Zo worden er soms afspraken gemaakt tijdens het bouwproces door de aannemer, maar wordt niet doorgegeven aan het nazorgteam. Het gevolg hiervan is dat de klant zich niet gehoord voelt en dat er niet wordt nagekomen wat afgesproken is. Verder wordt er niet gecontroleerd en/of gebeld naar de klant om te vragen of alle punten naar behoren zijn opgelost. Op die manier krijg je negatieve kopers en wordt de aannemer alleen door dit punt in een slecht licht gezet.

5. Klant krijgt geen duidelijk tijdspad

Nadat de koper bij de makelaar op gesprek is geweest, wordt er weer contact opgenomen wanneer 70% van de woningen zijn verkocht. De klant krijgt geen indicatie hoe lang dit ongeveer zal duren en ook geen updates over de situatie. Daarna wordt de koper vanzelf door de aannemer uitgenodigd. Hier moet de koper op wachten zonder een idee te hebben wanneer dit gaat plaatsvinden. Na het eerste gesprek met de aannemer, wordt er vanzelf weer contact met de klant opgenomen. Doordat de koper geen indicatie van de tijdlijn krijgt is de koper aan het wachten en voelt deze zich hierdoor achter gelaten. Het resultaat is dat kopers vanzelf gaan bellen. Hierin zit wel lichtelijke ergernis welke mogelijk is te voorkomen wanneer de klant duidelijker wordt ingelicht.

6. Verschillende aanspreekpunten

Bij het vorige punt komt naar voren dat de klant bij onduidelijkheden gaat bellen. Doordat de klant verschillende aanspreekpunten door het traject heen gehad heeft, komt deze vaak bij de verkeerde persoon uit. Zo bellen kopers bij vragen nog vaak de makelaar, terwijl deze niet meer in beeld is in het traject. Dit zorgt voor verwarring. Door één vast aanspreekpunt te hebben krijgt de koper rust en duidelijkheid.

7. Klant mist betrokkenheid

Aan kopers van Stam +De Koning is middels een enquêtes(zie Bijlage 8) gevraagd of er oog is voor de wensen van de koper. Hieruit komt naar voren dat de 23% van de ondervraagde hier gedeeltelijk oneens mee is. Dit zorgt ervoor dat kopers betrokkenheid missen

1.3 Kans

1. Innovaties zijn opkomend in de sector

De crisis heeft ervoor gezorgd dat veel bouwbedrijven de noodzaak kregen om te innoveren (Bouwend Nederland, 2012). Dit omdat de prijzen omlaag zijn gegaan; om te overleven in de crisis. Hierin zijn verschillende innovaties zichtbaar voorbeelden hiervan zijn BIM en LEAN. Dit zorgt ervoor dat er meer over efficiëntie en effectiviteit in de sector wordt nagedacht.

Doordat samenwerkende partijen hier in mee gaan is het makkelijker om te innoveren als bouwbedrijf.

2. Digitaal tijdperk

92% van de Nederlandse bevolking boven de 12 jaar maakt gebruik van internet. Internet is een middel met een groot bereik om potentiële kopers te benaderen (CBS, 2015). Een groot aandeel hiervan maakt gebruik van Social Media. Door hier goed op in te spelen is het als bedrijf makkelijk om mensen te bereiken en reclame te maken voor het product.

3. Koper wordt steeds individualistischer

Individualisering vormt een steeds belangrijkere rol in de hedendaagse samenleving. Mensen zijn steeds meer zelf vorm gaan geven aan hun bestaan en de afhankelijkheid van andere wordt minder. Vroeger Was men vooral afhankelijk van familie, nu is men afhankelijk van infrastructuur: winkels scholen. De toename van techniek en welvaart heeft hier een grote rol in gespeeld (Lagemaat, 2013) (Veenhoven, 1999).

1.4 Bedreiging

1. Marges in de bouwsector zijn verkleind

De ontwikkelingen door de recessie zetten de marges in de bouwsector onder druk (Gualthérie, 2010). De verdiensten welke aannemers voor de recessie op producten hadden, zijn nu op dezelfde producten lager. Om die reden zullen de verdiensten op een andere wijze dienen te worden behaald om nog voldoende inkomsten uit de projecten te behalen.

2. Andere bedrijven zijn aan het innoveren

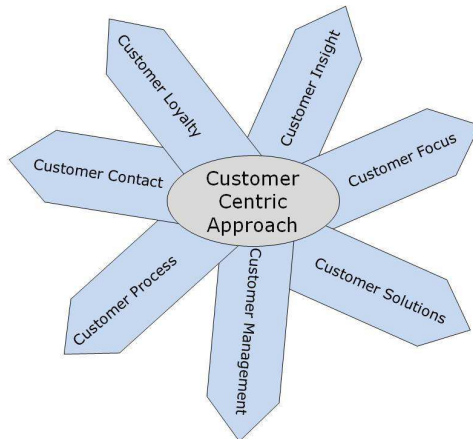
De laatste jaren vinden er binnen de bouwsector steeds meer innoverende aspecten plaats. Bedrijven zijn hier dan ook steeds meer op aan het inspelen. Een voorbeeld van een bedrijf dat momenteel erg aan het innoveren is het bedrijf BPD. BPD is een projectontwikkelaar dat als eerste bedrijf het online verkopen van woningen aanbied (BPD, z.j.). Dit online verkopen houdt in dat kopers online een woningen kunnen kiezen en hier wordt dan online voor getekend.

3. Kopers hebben moeite met financiering

De starters op de woningmarkt ondervinden de laatste jaren voornamelijk problemen door dat het verkrijgen van een hypotheek zeer moeilijk is. Dit terwijl starters wel belangrijk zijn voor de doorstroming van de woningmarkt. Het gebrek aan banen, tijdelijke contracten, een studieschuld en de voorzichtigheid van de banken zijn hier onder andere oorzaken van (Gielen, Een woning met toekomst, z.j.).

2 7C-model, New Ratio

Om als bedrijf een klantgerichte organisatie te worden, dient er klantbewustzijn te worden gecreëerd. Dit geldt voor alle facetten binnen het bedrijf. Het 7C-model maakt het mogelijk om op snelle wijze te komen tot nieuwe gemeenschappelijke inzichten en oplossingsrichtingen. Het 7C-model (zie Figuur 2-1) bestaat uit zeven verschillende factoren die bepalend zijn voor het creëren van een klantgerichte organisatie.



Figuur 2-1

Het bouwen aan een klantgerichte organisatie begint bij het creëren van klantbewustzijn in alle geledingen van de organisatie. Dit behelst meer dan het formuleren van een visie, strategie en doelstellingen; het is een cultuur die volledig ingebed moet zijn in de organisatie. Dit betekent dat zowel de organisatiestructuur, de processen, de producten en diensten en de mensen gericht moeten zijn op de klant.

De klantgedachte heeft echter door diverse omstandigheden de neiging om binnen organisaties te dalen in de pikorde en aan invloed te verliezen. Maar liefst 75% van de werknemers vindt dat de eigen onderneming niet genoeg rekening houdt met de wensen van haar klanten. Dit terwijl ondernemingen die vanuit de klantbehoefte de markt benaderen, bewijsbaar succesvoller zijn dan organisaties die dit niet doen. Ook voor werknemers is het in de praktijk aantrekkelijker om te werken bij een klantgerichte organisatie.

Het gebrek aan klantgerichtheid zal zich in de toekomst steeds duidelijker manifesteren. Onder meer de snelle groei van het internet en consumentenprogramma's hebben er toe geleid dat informatie over producten en diensten zich steeds sneller verspreiden. Klanten worden kritischer en communiceren hier meer over. Een tevreden klant laat dit gemiddeld aan acht andere potentiële klanten weten; een ontevreden klant geeft dit aan maar liefst 22 andere klanten door. In dit kader is het dan ook zorgwekkend dat maar liefst 79% van de medewerkers in Nederland de eigen organisatie niet zou aanbevelen aan anderen.

Er ligt een grote kans in het verschieft voor bedrijven die er wel in slagen om klantgericht te gaan ondernemen. Een meer klantgerichte aanpak kan de winstgevendheid van een bedrijf sterk verbeteren. Zo blijkt uit onderzoek dat gemiddeld 5% meer klantbehoud de winstgevendheid van een bedrijf, afhankelijk van de sector, met maar liefst 25-95% kan verhogen.

Het bouwen aan een klantgericht bedrijf doe je niet alleen. Klantgericht ondernemen is grotendeels

mensenwerk. Het is een teamprestatie waarbij elke schakel optimaal moet functioneren voor het bereiken van het gewenste resultaat. Draagvlak en betrokkenheid zijn daarom van essentieel belang. Ook is het belangrijk om alle factoren van een klantgerichte organisatie voor iedereen inzichtelijk te maken.

Het 7C-model maakt het mogelijk om op snelle wijze te komen tot nieuwe gemeenschappelijke inzichten en oplossingsrichtingen. Het 7C-model bestaat uit zeven verschillende factoren die bepalend zijn voor het creëren van een klantgerichte organisatie

Customer Insight:

Wat weet ik van mijn klant?

Customer Focus:

Op welke klant(groepen) richt ik mij?

Customer Solutions:

Welke oplossingen bied ik mijn klant aan?

Customer Management:

In hoeverre is mijn organisatiestructuur afgestemd op de klant?

Customer Process:

Welke processen doorloopt de klant in relatie tot mijn product/dienst?

Customer Contact:

Welke contactmomenten heb ik met mijn klant en hoe vul ik die in?

Customer Loyalty:

Hoe stimuleer ik mijn klanten om loyaal aan mij te zijn?

Een klantgerichte organisatie stelt de klant in alles centraal bij zaken zoals; verkoop, service, productontwikkeling, communicatie en het onderhouden van contacten. De klantgedachte leeft sterk in alle geledingen en is een soort tweede natuur. Het management zorgt ervoor dat in de hele organisatie een cultuur van klantgericht denken ontstaat.

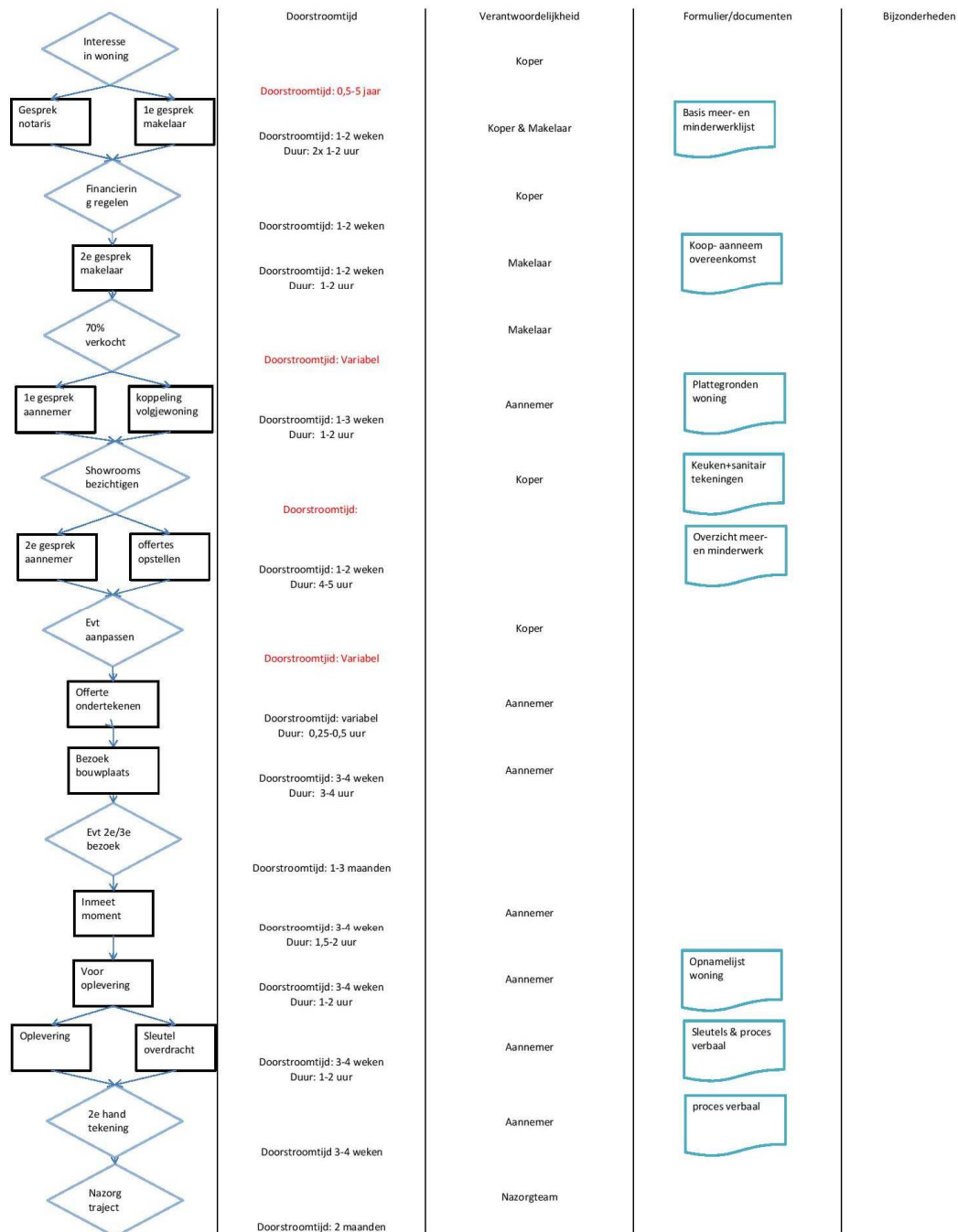
Een echte klantgerichte organisatie weet wat de klant daadwerkelijk drijft om haar product of dienst te kopen en speelt hier op in. In zowel het virtuele, als fysieke contact met de klant wordt proactief en oplossingsgericht gehandeld. Processen zijn transparant, betrouwbaar en efficiënt ingericht. Bij een probleem is het de hoogste prioriteit om dit zo snel mogelijk op te lossen. Daarna wordt er gekeken hoe het probleem heeft kunnen ontstaan en hoe er lering uit getrokken kan worden. De klant wordt dus adequaat geholpen, zodat hij weer verder kan. Klantgerichte organisaties zijn ingesteld op het verwerven en behouden van waardevolle klanten. Op deze manier ontstaan diepe en intense relaties die wederzijds waarde toevoegen.

(Schop, klantgerichtheid, z.j.)

3 Huidig procesomschrijving

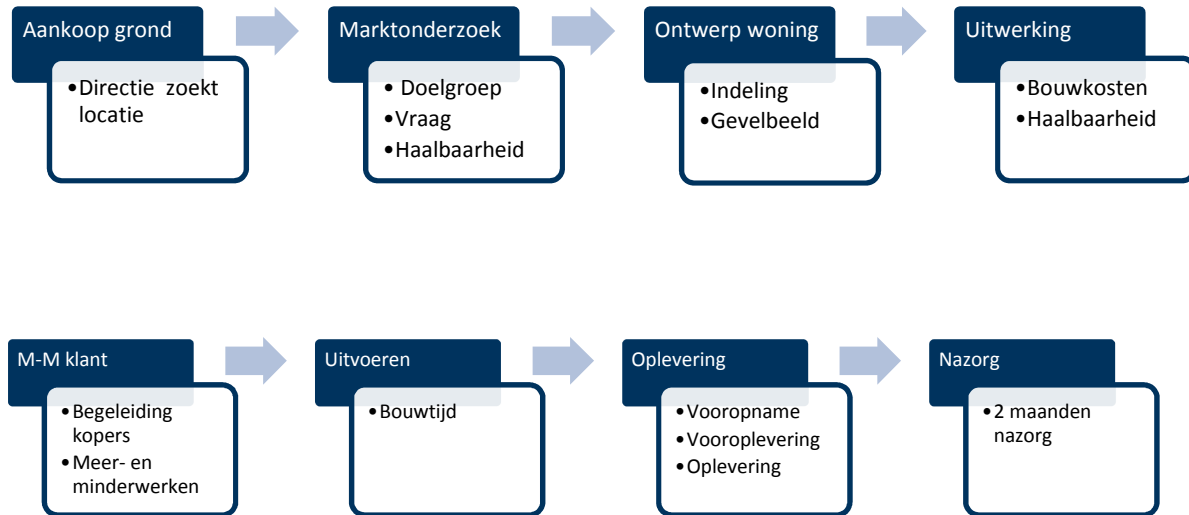
Er zijn 2 processen welke gelijktijdig langs elkaar heen verlopen. Dit zijn het proces van de klant en het proces van Stam + De Koning. Het proces van de klant is tot stand gekomen vanuit de LEAN-methodiek, Value Stream Mapping (VSM). In een Value Stream Mapping wordt middels een schematische weergave het proces van de klant weergegeven, in dit diagram zijn processtappen, informatie- en materiaalstromen binnen een waardestream visueel weergegeven (Leanent, 2013). Om deze processen nader toe te lichten zijn ze per processtap uitgeschreven in Bijlage 3.2.

Value Stream Mapping



3.1 Het proces van Stam + De Koning

Het proces van Stam + De Koning begint bij het aankopen van de grond en eindigt bij het nazorgtraject van de kopers. Om dit proces overzichtelijk weer te kunnen geven is dit proces opgenomen in Figuur 3-1.



Figuur 3-1

Om dit proces zo duidelijk mogelijk toe te lichten worden alle processtappen apart toegelicht.

Marktonderzoek

Wanneer de grond in het bezit is wordt er een marktonderzoek gestart. Dit marktonderzoek wordt n veel gevallen in samenwerking met een makelaar gedaan. Deze gaat kijken wat de huidige vraag is, zodat hij Stam + De Koning kan adviseren welke woningen zij het best kunnen gaan realiseren.

Ontwerp woning

Wanneer het marktonderzoek afgerond is en er inzichtelijk is waar de vraag ligt bij het huidige stuk grond kan de woning worden ontworpen.

Uitwerking

Deze processtap wordt door meerdere afdelingen samen bereikt. Bij het uitwerken van het project wordt er een StiKo opgezet. De afdeling planontwikkeling is verantwoordelijk voor deze StiKo. Deze dienen genoeg rendement op deze StiKo te behalen om het proces te mogen starten. Deze StiKo zetten zij deels zelf op en deels wordt dit gedaan door de afdeling planvoorbereiding. De afdeling planvoorbereiding is verantwoordelijk voor het maken van de begroting van de bouwkosten. Zij overzien dat er een raming wordt gemaakt welke daarna verder wordt uitgewerkt tot een begroting. Dit laten zij berekenen door de afdeling calculatie. Echter is de afdeling planvoorbereiding verantwoordelijk voor het positieve resultaat na het bekijken van de winst en risico.

Wanneer er zowel bij de bouwkosten genoeg winst wordt behaald als genoeg rendement op de StiKo zal het project van start gaan. Hoe deze StiKo is opgesteld is terug te vinden in alinea 3.1.1.

Ondertussen worden potentiële kopers benaderd door de makelaar. Deze laat mensen op gesprek komen in de hoop dat deze de woningen zullen gaan kopen. Wanneer deze de financiering voor de woning hebben geregeld mogen zij de woning kopen en zullen ze verder worden begeleid door de aannemer.

Meer- en minderwerk

Aan de hand van het ontwerp wordt er door Stam + de Koning een meer en minderwerklijst opgesteld. Aan de hand van deze lijst kunnen kopers keuzes maken voor meerwerk opties. De opties in deze lijst zijn in de meeste gevallen voor rekening van de klant. Deze meer- en minderwerk lijst krijgt de koper al op voorhand bij de makelaar zodat deze zelf kan bekijken hoe duur alle verschillende opties zijn.

Wanneer een klant veranderingen wil doorvoeren welke niet op de meer- en minderwerklijst aanwezig zijn, kan dit in samenspraak met de kopersbegeleider worden doorgevoerd.

Uitvoeren

Tijdens de uitvoering van de bouw wordt het ontwerp in praktijk gerealiseerd. Tijdens deze fase moeten alle gemaakte ontwerpen en gemaakte keuzes worden gerealiseerd. Dit wordt gedaan door het uitvoeringsteam van Stam + De Koning. Tijdens dit traject begeleidt de kopersbegeleider de klant.

Oplevering

De oplevering van de woningen wordt gedaan samen met de klant. Er wordt een ronde gemaakt door de woning waarbij de bewoner technische uitleg over de woning krijgt. Tijdens deze rondgang worden alle eventuele gebreken (opleverpunten) genoteerd. Deze opleverpunten vormen samen het proces verbaal.

Nazorg

Na de oplevering start het nazorgtraject voor Stam + De Koning. De duur van deze periode is drie maanden. Tijdens deze drie maanden komt de klant met eventuele nakomende gebreken aan de woning bij Stam + De Koning. Die zorgt dat deze worden opgelost. Na deze drie maanden wordt dit overgedragen naar het serviceteam 'Van Asperdt'.

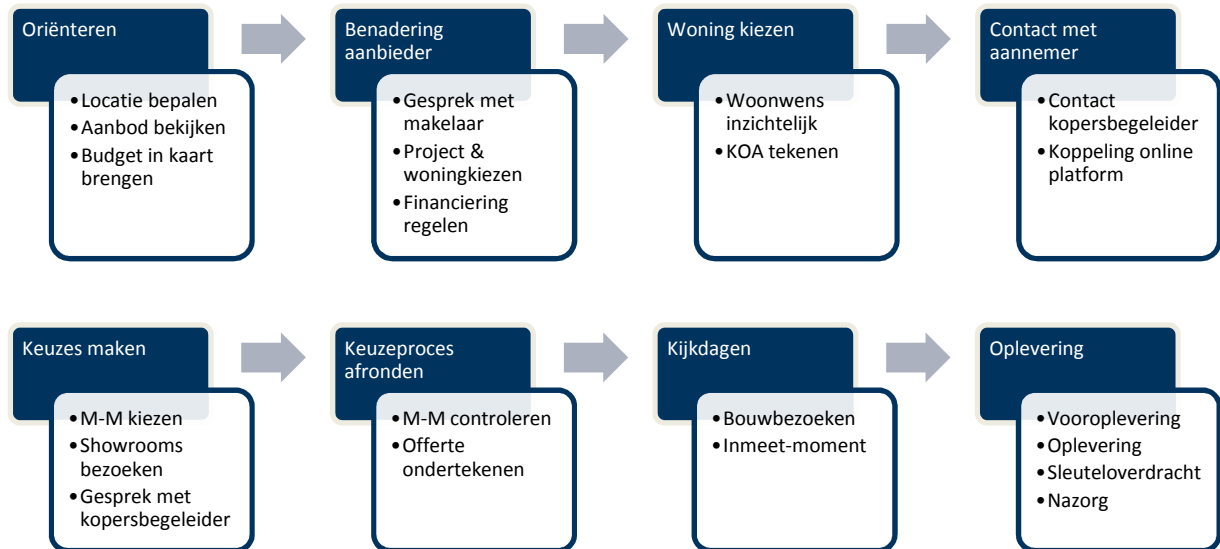
3.1.1 StiKo (stichtingskosten)

De StiKo, ook wel bekend als stichtingskosten, wordt door de afdeling planontwikkeling opgesteld om te kijken of het plan haalbaar is. De StiKo bestaat uit vier grote aspecten. Dit zijn: Grondkosten, Bouwkosten, Bijkomende kosten en Vergunningskosten. Voor drie van deze aspecten is de planontwikkelaar verantwoordelijk, voor een van deze aspecten is de planvoorbereider verantwoordelijk. Dit zijn namelijk de bouwkosten. De afdeling planvoorbereiding richt zich volledig op het controleren van de maakbaarheid van het project en de bouwkosten van het project. Dit coördineren zijn met de benodigde bouwkundige kennis, het rekenwerk wordt gedaan door de afdeling calculatie. Planontwikkeling vult de overige kosten in. Hierbij wordt er gekeken naar opbrengsten en kosten. Voor bepaalde inschattingen helpt de makelaar de ontwikkelaar hierin. Uiteindelijk dient een positief resultaat te worden gehaald op het winst en risico van de bouwkosten en dient er een afgesproken rendement te worden behaald. De planontwikkelaar is voor het rendement verantwoordelijk, de planontwikkelaar voor het resultaat omtrent winst en risico. Wanneer dit rendement is behaald wordt het project op de markt gezet. Wanneer dit rendement niet wordt behaald stopt het project volledig.

3.2 Het proces van de klant

Het proces van de klant begint al bij de oriënterende fase van het zoeken naar een woning. Dit proces eindigt bij de oplevering van de woning met hier opvolgend het nazorgtraject.

Om ook dit proces overzichtelijk te maken is het proces opgenomen in Figuur 3-2.



Figuur 3-2

Ook bij dit proces zal elke processtap apart worden toegelicht.

Oriëntatiefase klant

Deze oriënterende fase begint voor de klant wanneer de wens ontstaat voor een (nieuwe) woning. Vanuit hier is er vaak al de wens voor een bepaalde locatie of gebied. Het zoeken voor een woning zal vanuit hier al worden ingekaderd. De zoektocht naar de woning begint in de meeste gevallen online. Het komt ook voor dat wanneer het gebied bepaald is en een nieuwbouwproject in de omgeving bezig is, de klant gericht op dit project gaat zoeken. In beide gevallen komt de koper uit bij een makelaar. Wanneer de volgende stappen niet verder worden doorlopen, blijft de klant in dit stadium. In dit geval gaan we uit van een proces wat in één keer wordt doorlopen en zal hier de oriënterende fase voor de klant eindigen.

Benadering aanbieder

De makelaar nodigt de klant uit voor een eerste gesprek. Dit gesprek is op het kantoor bij de makelaar. In dit gesprek wordt er gekeken wat de woonwensen zijn van de klant en waar deze wil komen te wonen. Er wordt gekeken naar het aanbod wat daar is en of de klant hier interesse in heeft. Is dit het geval dan wordt er gekeken of dit haalbaar is met de financiële situatie van de klant. De makelaar geeft hierbij uitleg over zowel de woning als de koop-/aannemingsovereenkomst (KAO).

Woning kiezen

De klant komt in dit geval voor de tweede keer bij de makelaar. Het is belangrijk dat de koper zijn woonwens helder heeft en of hij aan de prijs (inclusief een schatting van het M-M werk) kan voldoen. In het tweede gesprek geeft de klant aan of hij akkoord is met de KAO. De makelaar voorziet de klant van eventuele verdere informatie, waarna de koop rond kan worden gemaakt.

Contact met aannemer

De klant wordt vanaf deze fase overgeheveld naar de aannemer. Vanaf dit moment wordt de klant gezien als koper bij Stam + De Koning. De kopersbegeleider van de aannemer neemt contact op met de koper en plant een gesprek in. Voor dit gesprek wordt de koper al door de aannemer gekoppeld aan een online platform, waar deze al informatie over de woning kan vinden. Hierbij kan er worden gedacht aan plattegronden, beeldmateriaal van de bouwplaats en eventuele tips voor de koper.

Keuzes maken

De koper komt voor een gesprek met de kopersbegeleider naar het kantoor van Stam + De Koning. Voorafgaand aan dit gesprek heeft de koper voor zichzelf duidelijk wat zijn wensen met betrekking tot de woning zijn. Tijdens het gesprek heeft de koper de mogelijkheid op de plattegrond al zijn wensen aan te geven. Hierbij kan worden gedacht aan verplaatsingen van elektra, maar ook aan een volledige uitbouw van de woning. Tijdens dit gesprek wordt de koper technisch geadviseerd door de kopersbegeleider. Nadat alle keuzes aangegeven zijn, verwijst de kopersbegeleider de koper naar showrooms. De koper is vrij om te kiezen hier gebruik van te maken of niet.

Keuzeproces afronden

Na een bepaalde tijd wordt de koper uitgenodigd voor een tweede gesprek. Tijdens dit gesprek toont de kopersbegeleider de gemaakte offerte vanuit de meerwerkkeuzes van de koper. Deze krijgt hier de mogelijkheid deze te controleren. Mocht de koper nog dingen willen wijzigen is dat mogelijk. De kopersbegeleider verstrekt dan later de aangepaste offerte welke de klant kan ondertekenen.

Kijkdagen

De koper wordt in het proces (verschillende keren) uitgenodigd op de bouwplaats. Het eerste bezoek is in de meeste gevallen bij start bouw. Wanneer de bouw gestart is worden er kijkdagen in gepland. De koper heeft dan de mogelijkheid op de bouwplaats rond te lopen en, zover veilig is, al in de woning. Vaak wordt er op een kijkdag ook informatie verteld welke interessant is voor de koper. Na de kijkdag(en) zal de koper worden uitgenodigd voor een inmeetmoment. Tijdens dit moment is de woning al vergevorderd en is het voor de klant mogelijk om zelf, of middels een derde partij, alle maten van de woning op te nemen.

Oplevering

Stam + De Koning heeft zelf eerst een vooropname in de woning. Daarna doen zij, zoals zij het noemen, een “vooroplevering” met de klant. Tijdens de vooroplevering gaat de kopersbegeleider samen met de klant de volledige woning door. Tijdens de rondgang wordt alle technische uitleg over de woning gegeven. Ook worden eventuele gebreken of fouten genoteerd, zodat dit tijdens de oplevering opgelost kan zijn.

De oplevering zelf doet ook de kopersbegeleider met de klant, hier kan eventueel Vereniging Eigen Huis bij zijn. Ook dan wordt er een volledige ronde met de klant door de woning gemaakt. Alles wordt weer gecontroleerd op volledigheid en eventuele gebreken. Mocht er tijdens de oplevering nog iets zijn wat niet meteen kan worden opgelost, wordt dit genoteerd op het proces verbaal. Alle punten welke dan worden opgenomen, dienen binnen 2 weken te zijn opgelost. Ook tijdens deze rondgang wordt er een technische uitleg gegeven.

Na de oplevering vindt de sleuteloverdracht plaats. Dit wordt meestal aan het eind van de oplevering gedaan. De hoeveelheid overgedragen sleutels wordt dan opgenomen in het proces verbaal.

Vanaf dit moment is de bewoner eigenaar van de woning. Mocht de bewoner na de oplevering nog punten tegenkomen welke bij de oplevering niet aan het licht zijn gekomen, kan de koper terecht bij het nazorgteam.

4 Huidig product

In deze bijlage zijn de projecten die in hoofdstuk 3.2 van het onderzoeksrapport worden besproken toegelicht. Er is per project algemene informatie over het project te vinden. Verder is er per project gekeken naar de woningtypes, de gemiddelde vierkante meters en naar de daarbij behorende plattegronden en aanzichten.

4.1 De Groene Loper , Helmond

Algemene informatie

Het project De Groene Loper is gelegen in verschillende locaties in Helmond. Het project is omgeven door natuur.

Het woningbouwplan De Groene Loper in Helmond werd verkregen via een competitie, uitgeschreven door de Gemeente Helmond. De Groene Loper is een samenwerkingsverband tussen Stam + De Koning Vastgoed, VolkerWessels Vastgoed bv en de gemeente Helmond.

Deelplan Ruyschenberg bestaat uit vier fases met een breed aanbod van kwalitatief hoogwaardige woningen. Van rij-, hoek- en kopwoningen, tweekappers en vrijstaand geschakelde woningen tot patiowoningen en bungalows.

Het plan is uitgewerkt in een jaren dertig architectuur.

(Stam + De Koning Vastgoed, 2016)

Voor dit onderzoek zal er worden gekeken naar fase twee, drie & vier van het project. Deze zullen nader worden toegelicht.

Fase 2

Aantal woningen: 32

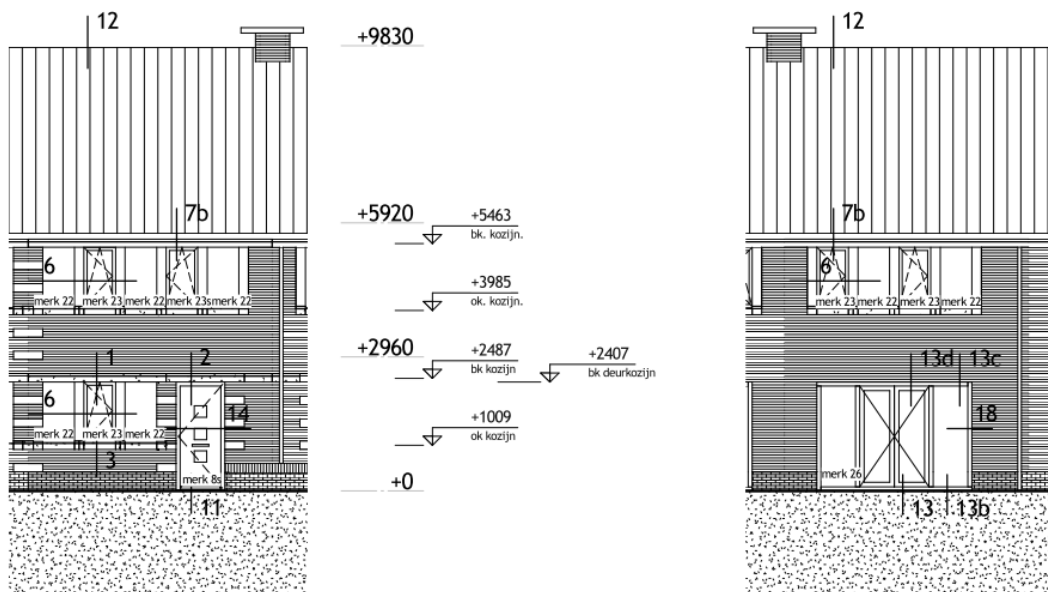
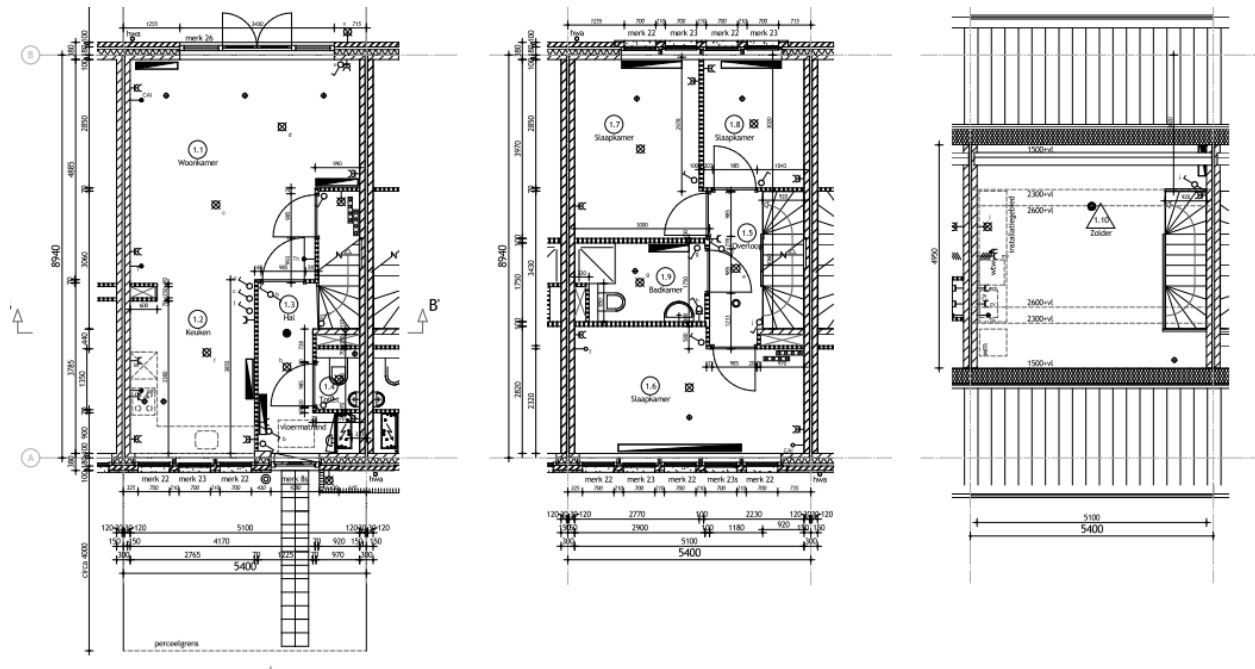
Type woningen: Rij-, kop- en hoekwoningen en tweekappers

Jaar van oplevering: 2013

Type woningen bekeken: rijwoning

Oppervlaktes:

- bebouwd oppervlakte 62m²
- woonkamer 38m²
- keuken 8m²
- hal 6m²
- toilet 1m²
- slaapkamer 1 14m²
- slaapkamer 2 8m²
- slaapkamer 3 6m²
- badkamer 6m²
- overloop 4m²
- zolder 49m²
- tuin 51m²



Fase 3

Aantal woningen: 32

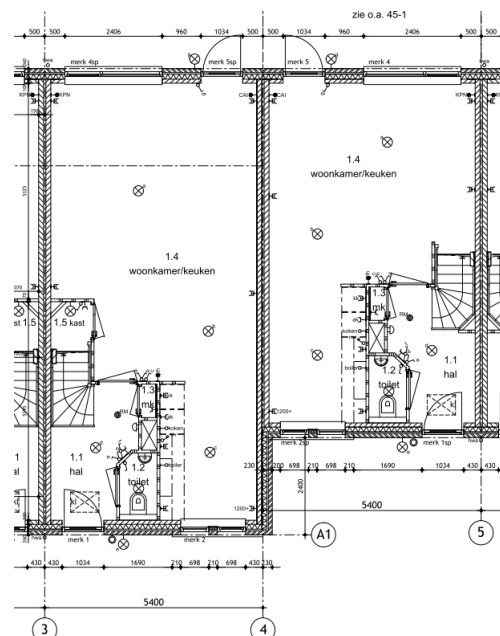
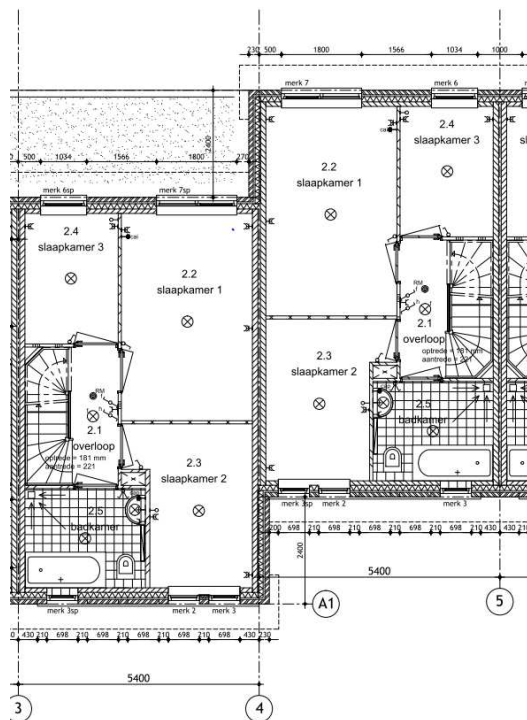
Type woningen: rij- en hoekwoningen

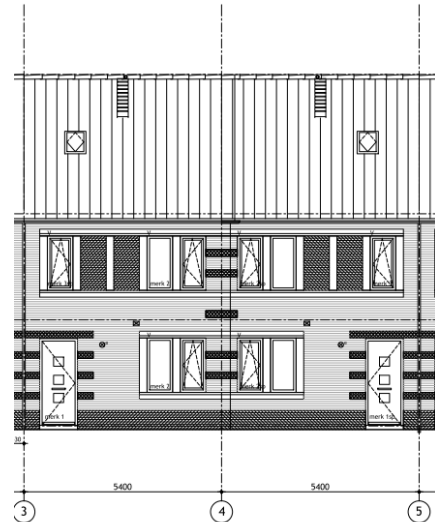
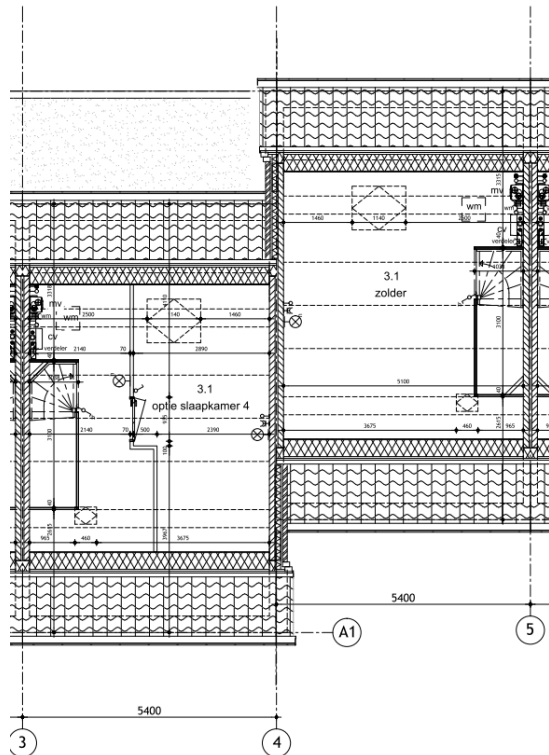
Jaar van oplevering: 2014

Type woningen bekeken: Tussenwoning

Oppervlaktes:

- bebouwd oppervlakte	49m ²
- woonkamer	25m ²
- keuken	8m ²
- hal	6m ²
- toilet	1m ²
- slaapkamer 1	14m ²
- slaapkamer 2	8m ²
- slaapkamer 3	6m ²
- badkamer	6m ²
- overloop	4m ²
- zolder	49m ²
- tuin	51m ²





Fase 4

Aantal woningen: 16

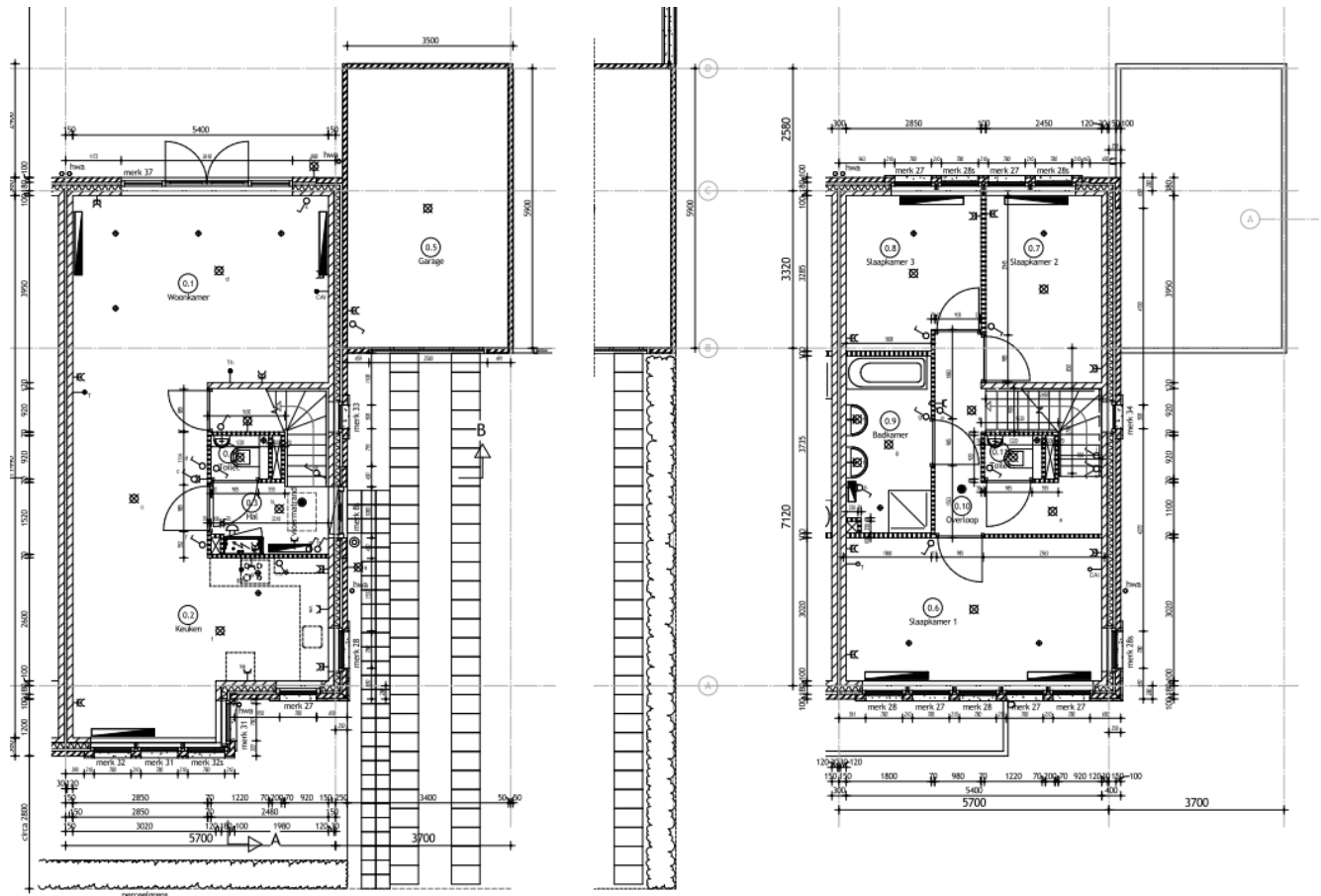
Type woningen: tweekappers

Jaar van oplevering: 2016

Type woningen bekeken: tweekapper

Oppervlaktes:

- bebouwd oppervlakte 49m²
- woonkamer 25m²
- keuken 8m²
- hal 6m²
- toilet 1m²
- slaapkamer 1 14m²
- slaapkamer 2 8m²
- slaapkamer 3 6m²
- badkamer 6m²
- overloop 4m²
- zolder 49m²
- tuin 51m²



4.2 Mauritskwartier, Lent

Algemene informatie

Mauritskwartier is een project gelegen in Lent. Het is gelegen naast de oude dorpskern van Lent. Het is een plangebied gelegen tussen Visveldsestraat, de Laauwikstraat, de Pavialaan en de Acacialaan.

De woningen zijn ontworpen door twee verschillende architecten: EVE Architecten uit Nijverdal en Geesink Weusten Architecten uit Arnhem. De verschillende woningen in het plangebied zijn gericht op jong en oud.

(Plus Wonen, z.j.)

Aantal woningen: 169

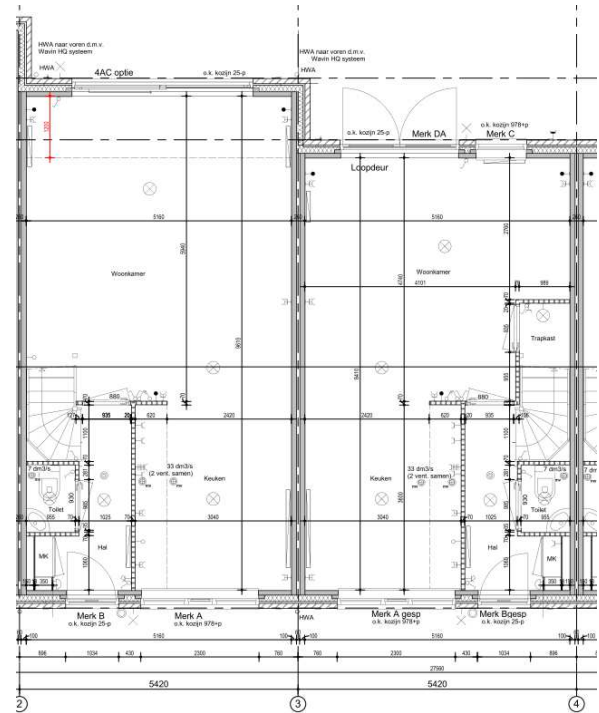
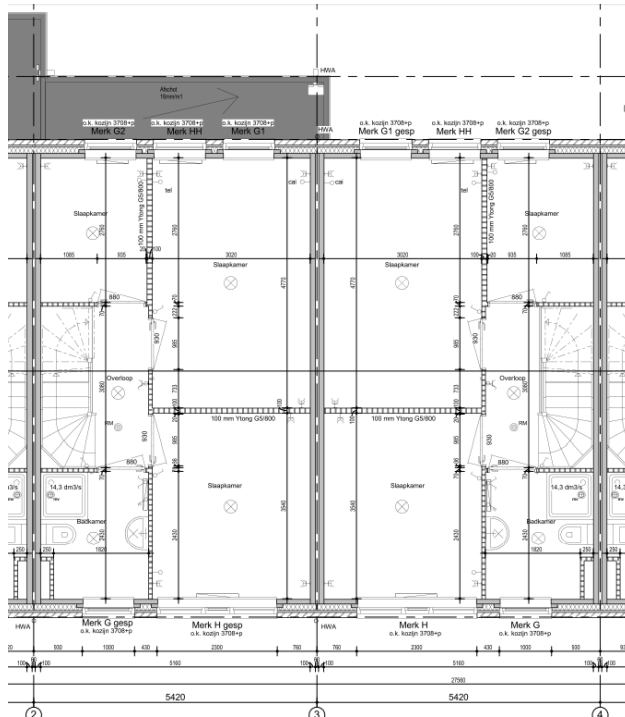
Type woningen: Rij-, kop en hoekwoningen, tweekappers en vrijstaand woningen

Jaar van oplevering: 2014

Type woningen bekeken: Tussenwoning

Oppervlaktes:

-	bebouwd oppervlakte	49m ²
-	woonkamer	19m ²
-	keuken	11m ²
-	hal	4m ²
-	toilet	1m ²
-	slaapkamer 1	14m ²
-	slaapkamer 2	5m ²
-	slaapkamer 3	11m ²
-	badkamer	4m ²
-	overloop	3m ²
-	zolder	47m ²



4.3 Oeverlanden, Gemert

Algemene informatie

Oeverlanden is een project gelegen in Gemert. Dit project heeft variërende woningtypes en prijsklassen.

Oeverlanden ligt in de wijk Paashoef. Het project is aan twee zijdes begrensd door bestaande woningbouw en aan één andere zijde begrensd door een tuincentrum. De vierde, open zijde, blijft open en onbebouwd.

Het gehele project bestaat uit 5 huurwoningen en 73 koopwoningen waarvan; 15 starterswoningen, 25 instroomwoningen, 12 doorstroomwoningen en 21 vrijstaande geschakelde woningen.

Er is variatie bij de verschillende woningen in rooilijn, gevelindeling en balkons.

(Stam + De Koning Vastgoed, z.j.)

Aantal woningen: 78

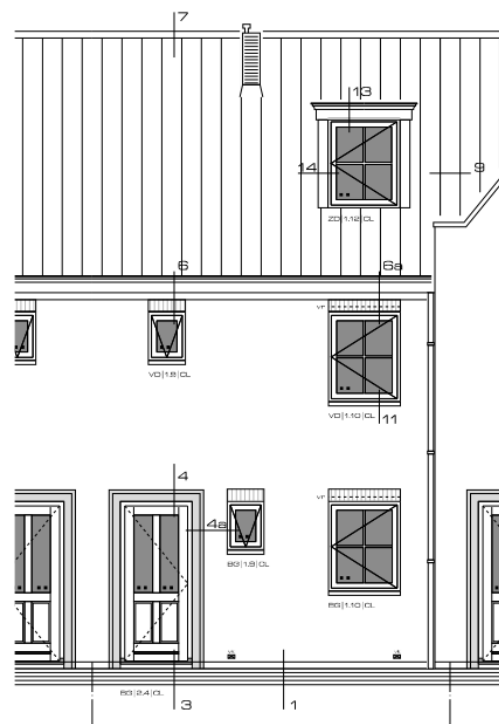
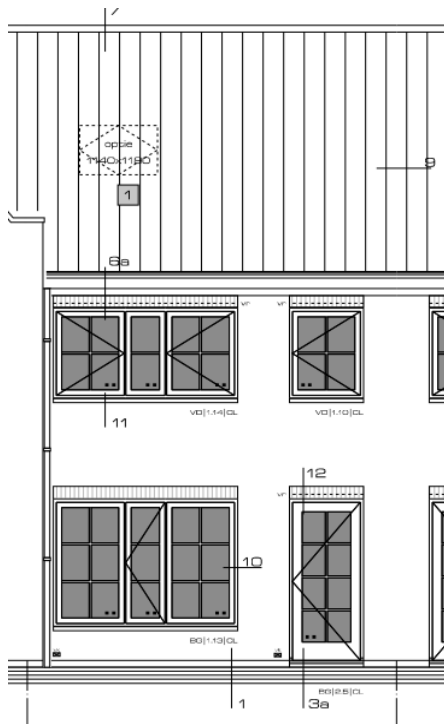
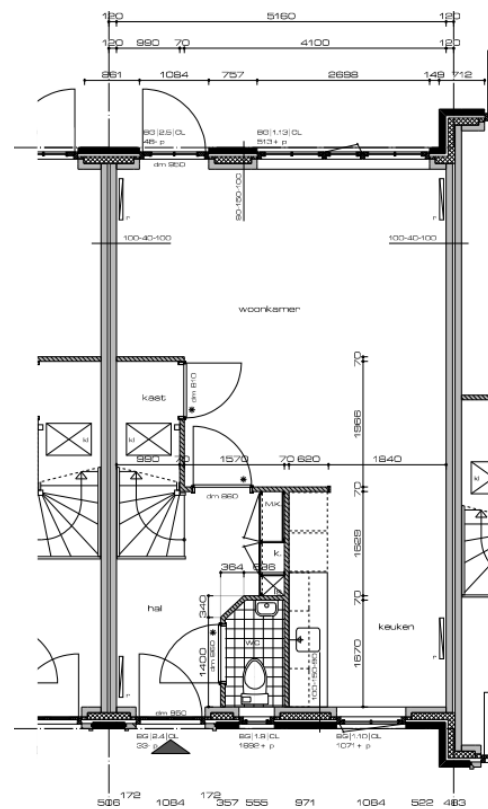
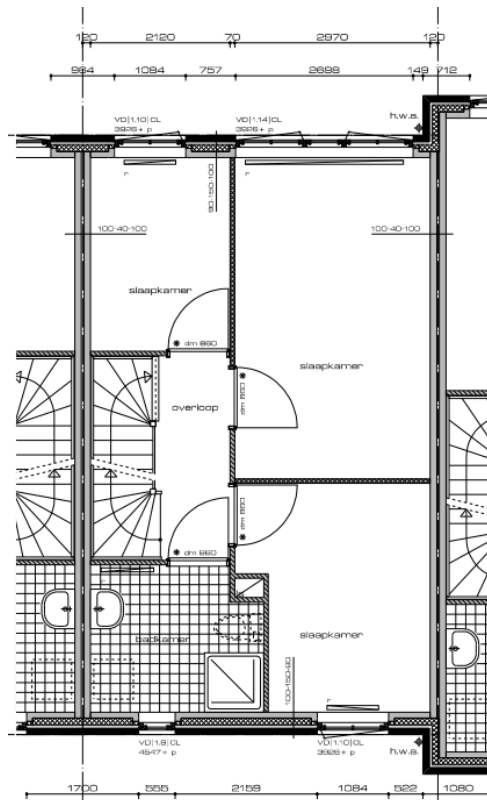
Type woningen: Rij-, kop en hoekwoningen, tweekappers

Jaar van oplevering: 2008

Type woningen bekeken: rijwoning

Oppervlaktes:

- bebouwd oppervlakte	56m ²
- woonkamer	25m ²
- keuken	6m ²
- hal	4m ²
- toilet	2m ²
- slaapkamer 1	9m ²
- slaapkamer 2	16m ²
- slaapkamer 3	11m ²
- badkamer	6m ²
- overloop	3m ²
- zolder	44m ²
- tuin	54m ²



4.4 Overburght, Geldrop

Algemene informatie

OverBurght is een project gelegen in Geldrop. Het project is gelegen nabij het centrum van Geldrop.

OverBurght kent vijf verschillende woonconcepten. Zo is er 'De parel' (grachtwoningen, appartementen en maisonnette), 'Hofstede' (herenhuizen en appartementen), 'De Borch herbergen' (herenhuizen en appartementen), 'Kortegaard' (patiwoningen) en 'Ravelijn' (herenhuizen).

Er is gekeken naar de Rij- en hoekwoningen welke zich in de concepten bevinden.

In al deze verschillende concepten is er ontworpen vanuit de jaren 20 stijl.

(Stam + De Koning Vastgoed, z.j.)

Aantal woningen: 70

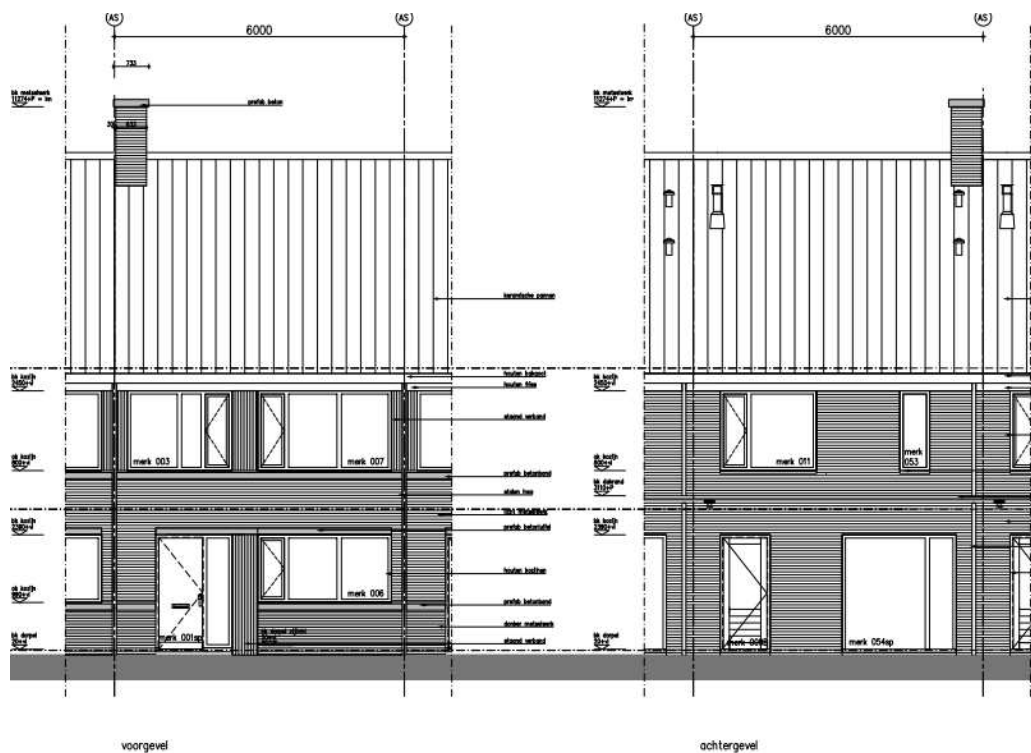
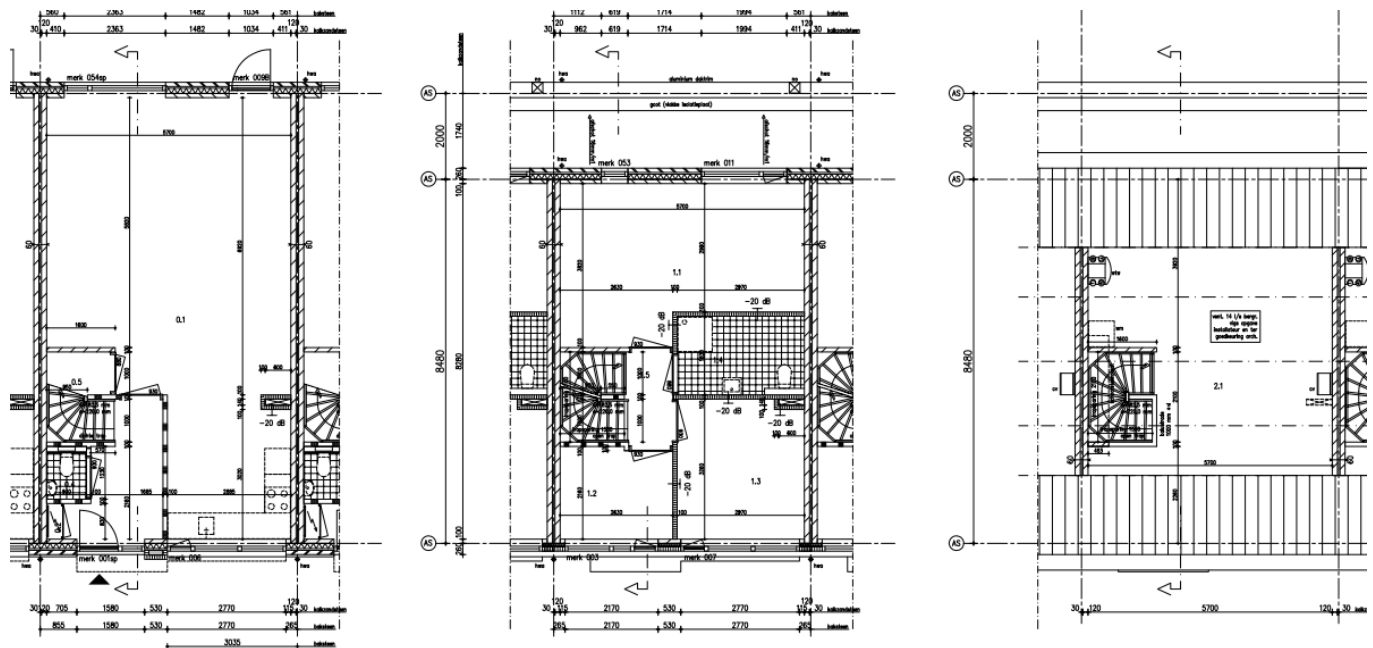
Type woningen: Rij- en hoekwoningen

Opgeleverd: 2009

Type woningen bekeken: rijwoning

Oppervlaktes:

- bebouwd oppervlakte 62m²
- woonkamer 39m²
- keuken 9m²
- hal 5m²
- toilet 1m²
- slaapkamer 1 18m²
- slaapkamer 2 6m²
- slaapkamer 3 10m²
- badkamer 5m²
- overloop 2m²
- zolder 48m²



4.5 De tuin van Elden, Arnhem

Algemene informatie

De tuin van Elden is een nieuwe wijk. Deze wijk ligt in een groene omgeving op een steenworp afstand van Arnhem.

(De tuin van Elden, z.j.)

Aantal woningen: 64

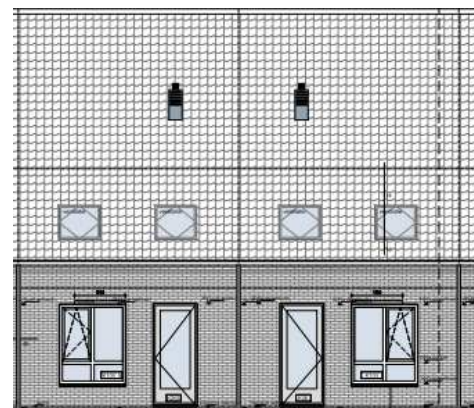
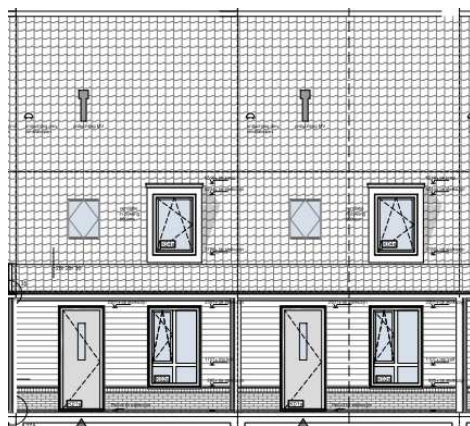
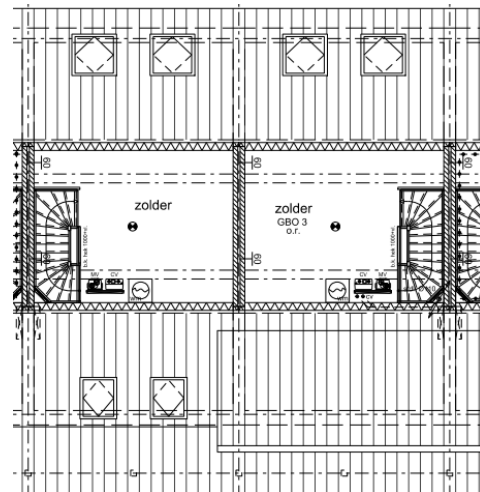
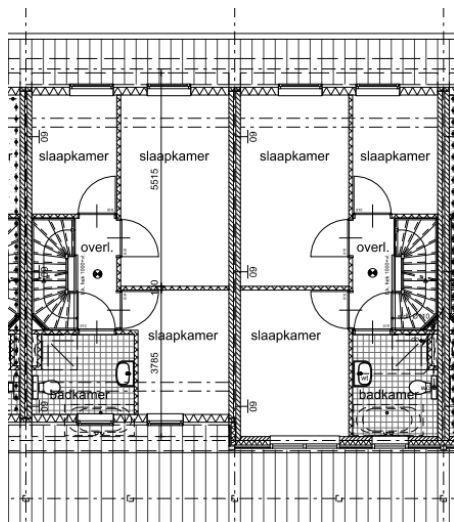
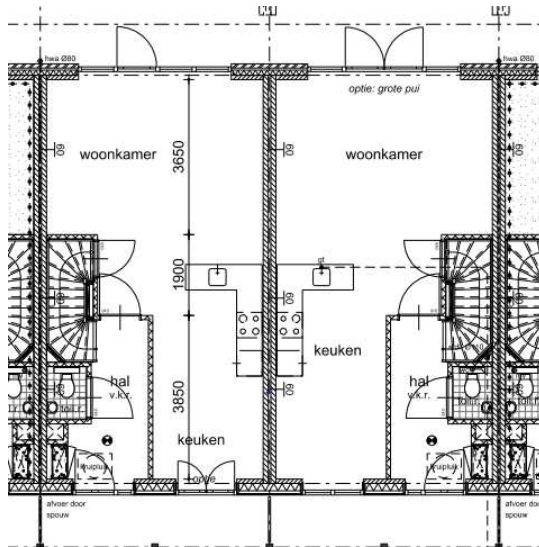
Type woningen: Rij-, kop en hoekwoningen, tweekappers

Opgeleverd: 2014

Type woningen bekeken: rijwoning

Oppervlaktes:

-	bebouwd oppervlakte	54m ²
-	woonkamer	30m ²
-	keuken	8m ²
-	hal	5m ²
-	toilet	1m ²
-	slaapkamer 1	14m ²
-	slaapkamer 2	9m ²
-	slaapkamer 3	12m ²
-	badkamer	6m ²
-	overloop	3m ²
-	zolder	52m ²



4.6 Vredesplein, Eindhoven

Algemene informatie

Vredesplein is een project gelegen in Eindhoven, in de wijk Oud-Woensel. Deze wijk wordt in vijf verschillende fases volledig getransformeerd.

Dit project is in opdracht gemaakt van de wooncorporatie 'thuis.

De woningen die worden gerealiseerd zijn eengezinswoningen in verschillende soorten, maten en prijsklassen.

(Wouters Bouwadvies, z.j.) (Stam + De Koning, z.j.)

Aantal woningen fase 1: 72

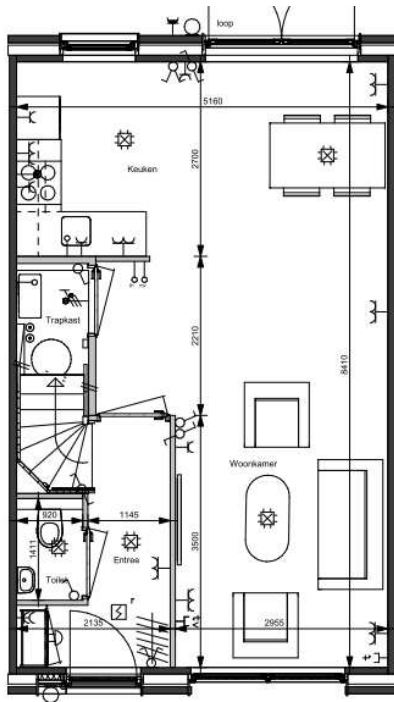
Type woningen: Rij-, kop en hoekwoningen, appartementen

Opgeleverd: 2014

Type woningen bekeken: rijwoning

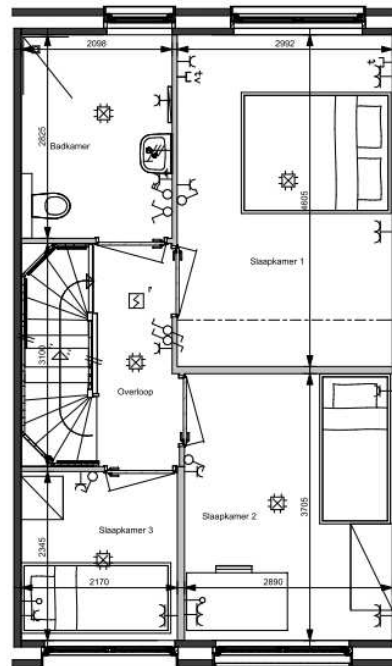
Oppervlaktes:

- bebouwd oppervlakte 43m²
- woonkamer 18m²
- keuken 14m²
- hal 5m²
- toilet 1m²
- slaapkamer 1 14m²
- slaapkamer 2 11m²
- slaapkamer 3 5m²
- badkamer 6m²
- overloop 3m²
- zolder 28m²



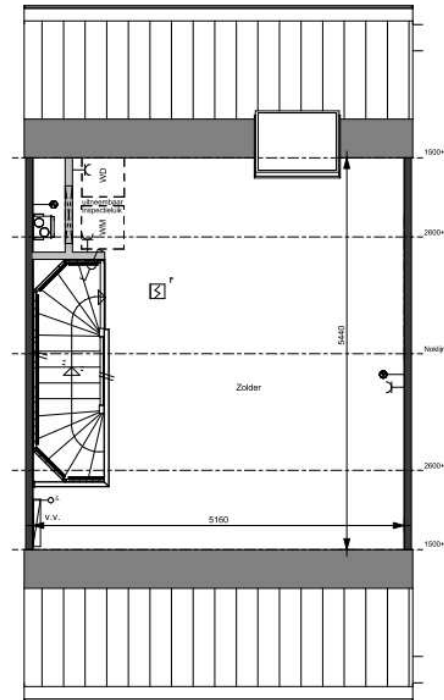
Begane grond

1 : 50



Eerste verdieping

1 : 50



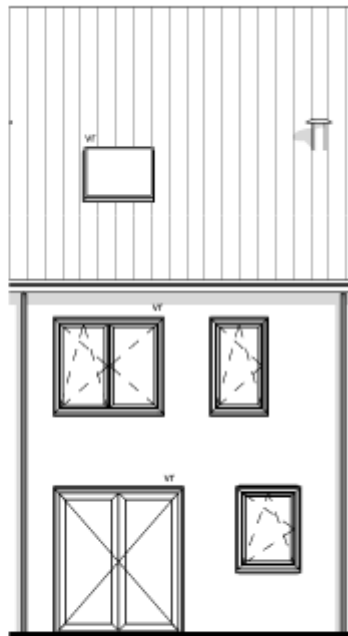
Tweede verdieping

1 : 50



Voorgevel

1 : 100



Achtergevel

1 : 100

5 Verbeterpunten op het product & proces

In hoofdstuk 3 van het onderzoeksrapport zijn de huidige processen beschreven, deze processen zijn niet optimaal, zo blijkt uit de gehouden enquêtes (zie Bijlage 8) en interviews (zie Bijlage 6). In deze bijlage wordt de sterkte-zwakteanalyse per processtap verder toegelicht. Eerst worden de sterktes uitgewerkt en vervolgens de zwaktes.

5.1 Sterkte- zwakteanalyse proces van de klant

Sterktes

Reclame op de bouwplaats is goed

Stam + De Koning heeft opvallende reclame op de bouwplaats. Zo zijn de blauwe keten in Eindhoven een begrip. Kopers spreken erover dat ze deze veel zien staan en daarom het idee hebben dat het goed met het bedrijf gaat. Het is positief dat de blauwe keten zo opvallend zijn. Zo is er gelijk zichtbaar wanneer Stam + De Koning een project bouwt.

Klant kan altijd ergens terecht

In de beginfase van het kopen van een woning heeft de klant een contactpersoon bij de makelaar. Deze is 24 uur per dag bereikbaar voor de klant. Wanneer de klant wordt overgedragen naar Stam + De Koning wordt deze gekoppeld aan 'volg je woning'. Dit is een online platform waar de klant de kopersbegeleider middels een chatfunctie kan bereiken. In het nazorgtraject is het weer 24 uur per dag mogelijk iemand telefonisch te benaderen. Dit is erg prettig voor de klant.

Klant voelt zich in de beginfase gehoord

Door de toewijding van de makelaar en de begeleiding hiervan, voelt de klant zich gehoord. De klant krijgt hierbij ook veel persoonlijk aandacht, welke deze als erg prettig ervaart.

Koper heeft keuzevrijheid

De koper wordt door de aannemer vrij gelaten in keuzes. De koper mag zijn wensen bij de aannemer neerleggen, waarnaar er samen wordt gekeken hoe het mogelijk is deze wensen te realiseren.

Meer- en minderwerken worden samen met de koper gecontroleerd

De meer- en minderwerken worden tijdens een gesprek met de aannemer en koper gecontroleerd. Op deze manier worden fouten geminimaliseerd.

Keuzeopties worden gevisualiseerd middels een digitaal platform

De kopers worden gekoppeld aan een digitaal platform 'volg je woning'. Op dit platform worden verschillende van de keuzes gevisualiseerd. Voorbeelden van deze opties zijn: tegels, keuken en sanitair. Op deze manier is het voor de klant makkelijker een beeld te vormen bij de gekozen opties.

Er wordt goed ingespeeld op het samenhorigheidsgevoel

Doordat er verschillende evenementen voor de kopers worden georganiseerd waarbij het gehele woonblok wordt uitgenodigd leren de bewoners elkaar al kennen voordat ze er komen te wonen.

Koper krijgt mogelijkheid tot het bekijken van de woning

Er worden verschillende kijkmomenten voor de kopers georganiseerd. Hierin wordt de verwachtingsmanagement van de klant goed bijgesteld. Maar ook kan de klant zijn eigen meer- en

minderwerken op tijd controleren.

Gemiddeld weinig opleverpunten

Het gemiddelde aantal opleverpunten van Stam + De Koning is +/-3 punten per woning, terwijl het landelijk gemiddelde ligt rond de 14,8 punten per woning.

Koper krijgt oplevercadeau

Na de oplevering krijgt de koper een oplevercadeau. Dit is (een knipkaart voor) de 'Coffee & Tools servicewagen. Kopers kunnen bij de Coffee & Tools met hun knippenkaart (hoeveel waarde deze heeft scheelt per project), de eerste benodigdheden voor de woning krijgen en ze kunnen zelfs een timmerman huren.

Zwaktes

Aannemer heeft geen invloed op locatiekeuze

Het proces begint voor de klant met het bepalen van een woonlocatie. In het huidige proces is het niet mogelijk voor Stam + De Koning om de klant hierin te sturen.

Stam + De Koning heeft de wens van potentiële klant niet inzichtelijk

Doordat de potentiële klanten worden ondervangen door de makelaar heeft Stam + De Koning deze wensen niet in een database. Het gevolg is hiervan dat wanneer iemand afziet van de woning en er later een zelfde soort project wordt ontwikkeld, Stam + De Koning niet helder heeft wie vraag heeft naar deze woning. Dit is sonde want dit is de ideale manier om mensen betrokken bij het bedrijf te houden.

Geen goede online marketing

Stam + De Koning heeft geen verkopende website en maakt geen online reclame voor de woningen. Op deze manier mist Stam + De Koning een grote actieve markt.

Klant wordt extern begeleidt in de beginfase

Doordat een klant in het begin van het traject door de makelaar wordt begeleidt heeft Stam + De Koning hier weinig invloed op. Het is zo niet mogelijk de klant al gelijk technisch te adviseren. Het verwachtingspatroon wat de klant heeft wordt zo door een externe partij opgezet.

Dit veroorzaakt ook de volgende twee zwaktes. Zo is het verwachtingspatroon dat de makelaar creëert niet altijd juist. Dit komt doordat de makelaar de woning graag wil verkopen en vaak op voorhand niet verteld dat bij de oplevering er bijvoorbeeld nog niet zo'n mooie beplanting en omgeving is zoals op de plaatjes is afgebeeld. Een ander punt is dat de aannemer geen inzicht en invloed heeft op de technische keuzes en uitgave van de klant. Op deze manier kan de aannemer niet gepaste adviezen geven bij het voortraject.

Koper krijgt geen duidelijke technische adviezen op voorhand

De koper is vrij om aan te geven wat deze in de woning wil. Echter dient de koper in dit gesprek ook meteen zijn keuzes voor de woning aan te geven. Hierdoor maakt de koper zijn keuzes toch voornamelijk op basis van eigen inzicht in plaats van het inzicht van de aannemer (op technisch vlak).

Niet alle opties worden visueel gemaakt

Door het digitaal platform worden verschillende keuzes voor kopers visueel gemaakt. Dit geldt echter zeker niet voor alle keuzes. Bij huurwoningen maakt Stam + De Koning dit wel mogelijk, maar aangezien kopers zo veel opties hebben wordt dit niet gedaan. Dit is een gemis voor kopers.

Afspraken worden niet altijd nagekomen

Het blijkt dat niet alle gemaakte afspraken met kopers worden nagekomen door Stam + De Koning. Een verklaring hiervoor kan zijn dat er geen tot weinig gesprekdocumentaties worden gemaakt en als deze al worden gemaakt worden deze 'taken' niet met de klant nog bekeken.

Omgeving is niet altijd voltooid

Bij de sleuteloverdracht bevinden mensen zich vaak nog één bepaalde periode in een bouwplaats. Dit ervaren mensen als onprettig. De voornaamste reden dat mensen dit onprettig vinden, is doordat dit niet altijd wordt verwacht. Zo worden planten alleen in het plantseizoen geplaatst, dit hebben mensen bijvoorbeeld niet altijd door.

Nazorgtraject wordt negatief ervaren

De kopers ervaren het nazorgtraject als negatief. Ze voelen zich niet altijd gehoord en krijgen niet veel terugkoppeling hierop.

5.2 Sterkte-zwakteanalyse product

Sterktes

Architectuur van de woning

De kopers geven aan dat ze tevreden tot zeer tevreden zijn over de architectuur van de woning. Kopers vinden de locatie het belangrijkste en kiezen een woning die ze op die locatie mooi vinden. Bij de keuze voor de ideale woning spreekt de architectuur dan ook aan bij de wensen van de koper.

Indeling van de woning

De woningen die in dit onderzoek zijn onderzocht hebben bijna allemaal de zelfde indeling dit is: de hal, de woonkamer, de eetkamer, de drie slaapkamers en een zolder. Uit de resultaten komt naar voren dat de kopers hier tevreden over zijn. Er moet bij de ontwikkeling van een woning wel rekening gehouden worden dat er nog mogelijkheden zijn om te schuiven met bijvoorbeeld de keuken of de indeling van wanden.

Grootte van de kamers

Over de grootte van de kamer zijn de kopers tevreden tot zeer tevreden. Wel vinden kopers het net zoals bij de indeling van de woning fijn als ze nog enige inspraak kunnen hebben over het verplaatsen van wanden.

De zonligging

De woningen hebben vaak een tuin die op het zuidwesten gelegen is. Deze ligging is het meest gunstig ten opzichte van de zon. Wanneer de tuin niet op het zuidwesten gelegen is, probeert Stam + De Koning hier rekening mee te houden en zorgen ze dat de tuin dieper wordt gemaakt. Dit wordt gedaan om meer zonlicht in de tuin te krijgen.

Groenvoorziening

De kopers van Stam + De Koning zijn tevreden over de groenvoorziening bij de woning. Wel wordt er aangegeven dat kopers het jammer vinden dat ze soms lang moeten wachten tot deze

groenvoorziening wordt aangelegd. Dit kan te maken hebben doordat de aanleg van de groenvoorziening voor rekening van de gemeente is of omdat er gewacht wordt met aanplanten tot de juiste planttijd.

Zwaktes

Afwerkingsniveau van de woning

Uit de enquêtes en interviews komt het vaakste naar voren dat het afwerkingsniveau van de woning niet naar wens is. De woningen worden vaak minimaal afgewerkt om deze zo goedkoop mogelijk te kunnen verkopen. De kopers geven aan bij een dure investering voor huis ook een goed afgewerkte woning te willen. Hierbij wordt gedacht aan schilderwerk, deuren, wandafwerking, kit werk, afwerking van de zolder en andere algemene afwerkpunten. De kopers zouden graag een hogere basis afwerking hebben.

De prijs/kwaliteit van de woning

Een belangrijk punt is de prijs/kwaliteit van de woning. Dit punt hangt samen met het afwerkingsniveau van de woning, want de kopers geven aan dat ze de prijs/kwaliteit van de woning niet vinden kloppen. De prijs voor de woning wordt hoog gevonden ten opzichten van de geleverde kwaliteit. Wanneer de woning een hoger afwerkingsniveau heeft, vinden de kopers de prijs/ kwaliteit verhouding beter kloppen.

De grootte van de berging

Uit het resultaat van de enquêtes is af te lezen dat de kopers over het algemeen tevreden zijn over de grootte van de ruimtes in de woning. Alleen de berging vinden kopers vaak aan de kleine kant. In de woning is er vaak maar weinig opslagruimte en moeten de meeste spullen in de berging. Deze berging wordt vaak gebouwd volgens de minimale grote vanuit het bouwbesluit. Deze minimale grote vinden de kopers dus te klein.

De grootte van de tuin

De tuin is voor de kopers ook een belangrijk onderdeel van de woning, de tuin moet een privé gedeelte zijn waar buiten verbleven kan worden. De tuin vinden kopers wel vaak aan de kleine kant. De tuin en de berging is wel een onderdeel dat samenvalt, want wanneer de berging groter wordt gaat dit vaak ten kosten van de tuin.

Parkeervoorziening bezoekers

Van de meerpersoonshuishoudens hebben 28,5% van de huishoudens twee voertuigen (CBS, 2016). De kopers willen graag dat deze voertuigen dicht bij hun woning geparkeerd kunnen worden en zo wordt er veel gebruikt gemaakt van de parkeervoorzieningen rondom de woning. Uit de enquête blijkt dat er zo te weinig parkeervoorziening voor bezoekers zijn.

Speelvoorziening kinderen

De speelvoorziening voor de kinderen is vaak ook minimaal. De kopers zouden graag meer voorzieningen voor de kinderen zien.

Openbare bestrating/verlichting

Kopers verwachten wanneer de woning opgeleverd wordt, dat de bestrating en verlichting dan aangebracht is. Zo is het namelijk ook vanuit de brochure verkocht. Echter is de openbare bestrating en verlichting vaak nog niet gereed wanneer de woning is opgeleverd. Dit wordt vanuit de kopers als onprettig ervaren

Meerwerk wordt als duur ervaren

Uit de interviews komt naar voren dat kopers meerwerk als duur ervaren. Dit komt omdat er voor gemaakte extra keuzes geld gerekend wordt. Om het voor de koper duidelijker te maken moet er meer openheid zijn in deze kosten, zo weet de koper waar de prijs op gebaseerd is.

5.3 Proces intern brengen

Wanneer het proces van de verkoop van de woning intern wordt gedaan zijn er een aantal dingen die bekeken dienen te worden. Zo moet er gekeken worden wat de huidige rol van de makelaar in het verkoop proces is. Verder moet er gekeken worden of de rol van de makelaar nog nodig is het verkoop proces. Daarnaast dient er gekeken te worden hoe de woningen verkocht kunnen worden en wat de kosten zijn wanneer het proces intern gedaan wordt.

5.3.1 Makelaar

Rol van de makelaar

Wanneer komt de makelaar in beeld

De begeleiding van klanten bij een nieuwbouwprojecten begint in een vroeg stadium. Vanaf het eerste moment dat een projectontwikkelaar haar plannen presenteert, zit de makelaar namelijk aan tafel. Samen met de projectontwikkelaar wordt er in kaart gebracht of er vraag is naar de betreffende woningen van het projectplan. Hierbij passen zij, indien nodig, het woningaanbod aan. Wanneer het nieuwbouwplan uiteindelijk wordt gerealiseerd, is de makelaar verantwoordelijk voor het in verkoop brengen van de woningen, het voeren van gesprekken met potentiële kopers en de uiteindelijke contractuele afwikkelingen.

Het nieuwbouwproces bestaat uit verschillende stappen. Hierin heeft de makelaar niet altijd een even grote rol, maar wel is hij gedurende dit gehele traject aanwezig.

De oriënterende fase

In deze fase heeft de klant mogelijk al besloten om te gaan verhuizen, maar heeft deze vaak nog veel vragen, *“Ga ik voor een nieuwbouwwoning of een bestaande woning?, Naar welk woningtype ben ik op zoek?, In welke regio wil ik graag wonen?, Wat is het woningaanbod in die regio?”*. Het zijn allemaal vragen waar een makelaar zich, samen met de klant, over buigt. In deze oriënterende fase gaat de makelaar samen met de geïnteresseerde in gesprek over hun wensen en behoeften. Op basis hiervan wordt de klant geïnformeerd over het huidige woningaanbod en de toekomstige nieuwbouwprojecten.

Wanneer de klant zich meer heeft verdiept in zijn toekomstige droomhuis kan de makelaar nog een bepalende rol spelen. De makelaar zal met deze klanten, welke verder in het proces zijn, voornamelijk in gesprek gaan over het nieuwbouwproject. Tijdens dit gesprek wordt er meer ingegaan op de details en zal het vervolgtraject aan de klant worden uitgelegd.

Inschrijving en toewijzing

De volgende fase omvat het inschrijven en toewijzen. Hierbij heeft de klant de keuze voor de woning gemaakt. Tijdens de start-verkoop-bijeenkomst kunnen de geïnteresseerden zich inschrijven voor de woning naar eigen voorkeur. Het inschrijven voor een woning garandeert echter niet dat de klant deze woning krijgt toegewezen. Als er meerdere geïnteresseerden zijn voor één bouwnummer,

wordt er meestal geloot.

Met de klanten die ingeloot zijn wordt er een gesprek op het makelaarskantoor ingepland. In zo'n gesprek wordt er naar de details van de nieuwbouwwoning gekeken. Zo wordt er samen met de klant de voorlopige (bouw)planning, de indeling van de woning, het meer- en minderwerk, de financiering en de bouwtekeningen bekeken. Na afloop van zo'n gesprek krijgt de klant een map met informatie mee, zodat de klant alles thuis nog kan nalezen en kan beslissen of dit écht hun ideale woning is. Heeft de klant na afloop van dit gesprek nog steeds twijfels of vragen dan kan er nog een tweede gesprek ingepland worden. Bij zo'n eventuele tweede gesprek wordt, alle informatie doorgenomen.

Klant koopt woning

Wanneer de klant besluit de woning te kopen, wordt er een afspraak met de makelaar gepland om de koop-/aannemingsovereenkomst door te nemen en te ondertekenen. Vanaf het tekenen van de koop aannemingsovereenkomst heeft de koper twee maanden de tijd om de financiering met de bank te regelen en een hypotheek af te sluiten. Als de hypotheek rond is en het staat vast dat er daadwerkelijk gebouwd gaat worden, dan wordt er een afspraak bij de notaris gemaakt. Bij de notaris wordt de grond gekocht en wordt de kavel op de naam van de koper gezet. Vanaf dit moment is de koper eigenaar van de grond.

Tijdens de bouw

In deze fase verdwijnt de makelaar meer naar de achtergrond en heeft de koper direct contact met de aannemer. Vaak verloopt dit contact met de aannemer via een kopersbegeleider, die vóór aanvang van start bouw de wensen van de koper(s) in kaart brengt. Tijdens de bouw organiseert de aannemer ook diverse kijkmomenten, waar de koper(s) de voortgang van de bouwwerkzaamheden kunnen volgen. Mochten er problemen zijn, dan kan de makelaar de koper eventueel bijstaan in het contact met de aannemer, maar dit komt eigenlijk zelden voor.

De oplevering

Een makelaar heeft in deze fase geen grote rol meer. Vaak onderhoud een makelaar wel contact met de koper om te inventariseren of alles naar wens is verlopen en hoe men het hele proces heeft ervaren. Mochten er eventuele problemen zijn met de woning, dan handelen de koper en aannemer dit samen af.

(Oerlemans, 2015)

Is de makelaar nog nodig?

De rolverdeling van partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling van nieuwbouwwoningen is de afgelopen jaren drastisch veranderd. Zo werken projectontwikkelaars steeds meer vraag gestuurd. De klant wordt dan steeds meer het uitgangspunt. Daarbij worden ze meer procesbegeleider van de klant (of een groep klanten) die inspraak wil in zijn toekomstige woning. Logischerwijs zal een klant zijn zoektocht naar een nieuwe woning starten op Funda of, wanneer hij gericht online op zoek naar nieuwbouw is, op platforms zoals Nieuwbouw-Nederland.nl terecht komen.

Projectontwikkelaars kunnen momenteel zonder tussenkomst van de makelaar project op Funda plaatsen. Het bedrijf Niki werkt samen met Makelaarsland en Bouwfonds en heeft onlangs "The

Gateway" geïntroduceerd waardoor projectontwikkelaars zelf hun objecten kunnen invoeren voor plaatsing op Funda.

(Haagsma, 2013)

De projectontwikkelaars schakelen nu vaak lokale makelaars in om advies te krijgen over wat de vraag in de markt is. De online markt is steeds meer in opkomst en via de online platforms zoals Facebook is het steeds makkelijker om zelf aan deze informatie te komen. Door als projectontwikkelaar zelf goed actief te zijn op bijvoorbeeld sociale media zijn er via een eenvoudige manier veel potentiële kopers te bereiken.

De andere taken die de makelaar verricht zijn de gesprekken en de formele afhandeling van de aankoop. Een bouwbedrijf die zonder makelaar wil werken zou deze taken nog zelf moeten oppakken.

Conclusie

Wanneer gekeken is naar de rol van de makelaar komt naar voren dat de makelaar voornamelijk op het begin van het proces een rol vervuld. De belangrijkste rol waar Stam + De Koning de makelaar voor inschakelt is het in kaart brengen van de vraag op een bepaalde locatie. Wanneer de verkoop intern wordt gebracht dient Stam + De Koning zelf in kaart te brengen wat de vraag is. Dit kan gedaan worden door zelf marktonderzoek te doen. Deze marktonderzoeken kunnen gedaan worden door de steeds meer in opkomst komende sociale media.

De makelaar voert ook de gesprekken met de potentiële kopers. Deze gesprekken gaan veelal over de woning zelf, zo worden de plattegronden, meer- en minderwerk lijsten en de planning besproken. Doordat Stam + De Koning de woning vanuit eigenontwikkeling heeft ontwikkeld heeft Stam + De Koning zelf de meeste kennis in huis. De gesprekken met de potentiële kopers dient Stam + de Koning dan ook zelf uit te kunnen voeren.

De administratieve afhandelingen die de makelaar uitvoert, zoals koop-aannemingsovereenkomst, zijn voornamelijk afhandelingen die via een standaard procedure verlopen. Deze administratieve taken dienen, wanneer de verkoop intern gehouden wordt zelf opgepakt te worden. Deze taken zouden opgepakt kunnen worden door de kopersbegeleiders van Stam + De Koning.

Wat verder ook niet vergeten dient te worden is de verkoop van de woningen. In het huidige proces zorgt de makelaar dat de woningen worden verkocht. Om er voor te zorgen dat de woningen verkocht worden, promoot de makelaar de woningen onderranden op websites. Wanneer het verkopen van de woningen intern wordt uitgevoerd, dient Stam + De Koning deze verkoop zelf te doen. Stam + De Koning kan de woningen verkopen via onder andere websites. Ook kan er gedacht worden aan de steeds meer in opkomst komende Social Media. Het verkopen van de woning dient zorgvuldig te worden uitgevoerd, om dit goed te doen dient Stam + De Koning extra personeel aan te nemen. Dit personeel is nodig omdat de functie van de kopersbegeleiders uitgebreid wordt en er anders te weinig personeel is. Om een goed beeld te krijgen hoe de verkoop van woningen uitgevoerd kan worden is er gekeken naar verschillende benchmarkten, de uitwerking hier van is te vinden in alinea 5.3.2.

5.3.2 Het verkopen van de woningen intern brengen

Wanneer de makelaar uit het proces wordt geëlimineerd is het van belang dat Stam + De Koning zijn verkopende functie overneemt. Vandaar dat het belangrijk is om te onderzoeken hoe Stam + De Koning dit het best kan doen. Dit onderzoek is mede gedaan door middel van een benchmark.

In de benchmark zijn bedrijven bekeken van zowel de particulieren als de zakelijke markt. De particulieren markt is hierbij interessant aangezien hierin het verkopen zonder makelaar steeds meer in opkomst is en de zakelijke markt is hierbij interessant aangezien deze de meeste raakvlak heeft met Stam + De Koning.

De bedrijven welke zijn bekeken van de zakelijke markt zijn; BPD(voorheen Bouwfonds) en Van Wanrooij. BPD is een interessant bedrijf omdat dit het eerste bedrijf in Nederland is dat het online aankopen van woningen heeft aangeboden. Het bedrijf Van Wanrooij is interessant omdat dit bedrijf het afgelopen jaar 1.250 woningen heeft verkocht. In vergelijking met Stam + de Koning, welke verwacht zelf in 2017 vanuit eigen ontwikkeling ongeveer 100 woningen te verkopen, is dit dus een groot aantal en dus een goede referentie. Vandaar dat er veel kan worden geleerd van de aanpak van dit bedrijf.

De uitwerking van de benchmark is hieronder weergegeven. Vanuit de resultaten van de benchmark is uiteindelijk een conclusie getrokken welke bij kan dragen aan de adviezen voor Stam + De Koning

Benchmark particulieren markt

Bij de particulieren woningverkoop zijn er steeds meer bedrijven die reclame maken met het verkopen van woningen zonder makelaar. Wanneer een woning eigenaar er zelf voor kiest om een woning te verkopen bespaard hij hiermee geld, maar het vergt wel meer tijd. Wanneer er gekozen wordt om zelf een woning te verkopen, dient een woning verkoper zelf de prijs vast te stellen; te adverteren; de bezichtigen te leiden en de onderhandelingen te voeren. Wanneer er een koper gevonden is, dient er zelf een koop-/aannemingsovereenkomst opgesteld te worden.

Het bedrijf Sell it your self maakt momenteel reclame met de tekst *"De beste en goedkoopste makelaar voor uw woning woont in uw huis: u bent het zelf!"* (Sell it your self, z.j.). De bewoner zelf is volgens deze reclame de beste en goedkoopste makelaar, omdat hij zelf de voor- en nadelen van het huis kent en de hierbij horende woonsfeer. De huidige bewoner weet dan ook goed in welke buurt het huis staat. Daarom wordt volgens deze reclame gezegd dat de bewoner zelf de aangewezen persoon is om potentiële kopers rond te leiden en te enthousiasmeren voor het huis.

Tegenwoordig bestaan er ook internetmakelaars, deze internetmakelaar zijn voordeliger dan een gewone makelaar. Een internetmakelaar is voordeliger, omdat de woningeigenaar zelf de handen uit de mouwen moet steken. De woningeigenaar verdeelt samen de taken met de internetmakelaar en hoe meer er zelf gedaan wordt hoe lager de courtage(kosten). De taken die zelf uitgevoerd kunnen worden zijn bijvoorbeeld de advertentietekst maken, foto's maken of de kijkers rondleiden. De internetmakelaar stelt dan de waarde en de vraagprijs van de woning vast, levert verkoopmateriaal, presenteert de woning op Funda en stelt de koopovereenkomst op.

Een voorbeeld van zo'n internet makelaar is de e-makelaar, dit is een dienst van de NVM-makelaars (e-makelaar, z.j.). Deze dienst werkt met het zogenaamde doe-het-zelf-principe. Met de e-makelaar kan er op een voordelige en zeer eenvoudige manier een woning worden aangeboden. En dat met de professionele hulp van een NVM-makelaar. Het verkopen via een e-makelaar is volgens NVM-

makelaar voordelig, omdat ze weten wat en wanneer een verkoper van een woning iets nodig heeft. De e-makelaar werkt met twee verkoop pakketten, het voordeligste pakket begint vanaf € 250,-.

BPD

BPD is als gebiedsontwikkelaar actief op het gebied van woningen, woonwijken en alle woonwensen die er leven. Het bedrijf is actief in: Nederland, Frankrijk en Duitsland. De kernwaarden van dit bedrijf zijn: ondernemend, resultaatgericht, interessant en verbindend. BPD is een interessant bedrijf, omdat het als eerste bedrijf het online aankopen van een woningen heeft geïntroduceerd.

Visie van BPD

Woonplezier is één van de belangrijkste ingrediënten van ons levensgeluk. Maar dat plezier vraagt om meer dan een woning. Het verlangt ook een leefomgeving waarin mensen zich net zo thuis, prettig en veilig voelen als in hun eigen huis. Die letterlijk toekomstwaarde heeft en decennia na de oplevering nog aantrekkelijk is voor nieuwe generaties. Daarom kijken we niet alleen ver vooruit, maar koesteren we ook wat al bestond. Bouwen is voortbouwen. In een levende omgeving proef je alle tijden.

(BPD, z.j.)

Afdeling verkoop

De afdeling verkoop van BPD vertegenwoordigt de klant tijdens de ontwikkeling van het nieuwbouwproject. Deze afdeling onderhoudt het contact met vele actieve en latente woningzoekenden. BPD streeft er naar om de geïnteresseerden zo volledig, helder en actueel mogelijk te informeren over hun mogelijke nieuwe leefomgeving. Andersom is BPD geïntegreerd in waar die nieuwe leefomgeving aan moet voldoen. Waarom overwegen mensen er echt te gaan wonen? BPD nodigt belangstellenden uit om online of tijdens bijeenkomsten mee te denken. Ook analyseert BPD het online gedrag van belangstellenden: bekijken ze de website? En daarbinnen, welke items? Lezen ze de nieuwsbrieven van BPD? Dat geeft BPD veel informatie over wie oprechte belangstelling heeft voor de woningen, naar welke woningen de voorkeur uitgaat en waar mensen mogelijk vragen of zorgen over hebben. BPD blijft in contact en beantwoordt vragen. Hiermee heeft BPD een uiterst actueel beeld van de koperswensen en daardoor kan BPD de match tussen de woonomgevingen en de toekomstige bewoners nog beter maken.

(BPD, z.j.)

BPD introduceert online aankoop woning

De online verkoop van BPD verloopt zonder tussenpersoon zoals een makelaar. Volgens BPD geven ze hiermee verder invulling aan de wens van de kopers om zich niet alleen volledig online te kunnen oriënteren, maar ook tot daadwerkelijke aankoop van een nieuwbouwwoning te kunnen overgaan. BPD wil de komende jaren de online aankoopmogelijkheden stapsgewijs blijven uit bereiden. Wel kunnen kopers die persoonlijk contact willen, blijven rekenen op de bestaande contactmogelijkheden.

Jessie Wagenaar, directeur Verkoop & Gebiedsmarketing van BPD, licht toe: "De Nederlandse consument is in sterke en toenemende mate online georiënteerd, ook als het om het kopen van een woning gaat. Tegenwoordig oriënteert men zich met de iPad of laptop vanaf de bank op een nieuwe woning. In deze groeiende woningmarkt is het dan ook een onomkeerbare ontwikkeling dat wij het

mogelijk maken om nieuwbouwwoningen online aan te schaffen. Wij zien het als een sluitstuk in ons nu al grotendeels online afspelend oriëntatieproces. Doordat wij online continu in contact kunnen staan met onze klanten zijn we in staat om een nog betere match te maken tussen onze woonwijken en hun toekomstige bewoners" (BPD, z.j.) .

Nieuwe websitestructuur

Geïnteresseerden hebben de mogelijkheid om in te loggen op een persoonlijke online omgeving. In deze online omgeving kan een woning daadwerkelijk naar het digitale winkelmandje worden 'gesleept' om vervolgens te worden aangeschaft door middel van de benodigde documentatie en een digitale handtekening. Met een bezoek aan de notaris, voor het fysiek ondertekenen van de akte van levering, is de sleuteloverdracht daarna een feit.

(BPD, z.j.)

Van Wanrooij

Van Wanrooij Bouw en Ontwikkeling uit Geffen is een bedrijf dat ruim 45 jaar woningbouwprojecten en bedrijfsmatig onroerend goed realiseert. De onderneming kent vier kernactiviteiten: Projectontwikkeling, Bouwbedrijf (realisatie van woningbouw en bedrijfshuisvesting, inclusief Timmerfabriek), Van Wanrooij Warenhuys (verkoop van keuken- en badkamerinterieurs) en Beheer van commercieel vastgoed (Van Wanrooij, z.j.).

Verkoop van woningen

Van Wanrooij heeft het afgelopen jaar 1.250 woningen verkocht. Dit komt mede door de juiste verkoop strategieën. Zo is de website van Van Wanrooij verkoop gericht. De website begint niet net zo als de meeste websites met informatie over het bedrijf. Daarentegen begint de website van Van Wanrooij met de kop 'Waar wil je wonen?'. Hier kan gezocht worden op plaats of projecten. Onderaan de pagina zijn de projecten per regio te zien. Wanneer op de regio Eindhoven geklikt wordt, komt er als eerst een melding om je aan te melden om op te hoogte gehouden te worden voor toekomstige nieuwbouw projecten. Als een geïnteresseerde zich hiervoor aanmeldt heeft Van Wanrooij al meteen gegevens binnen om een netwerk op te bouwen.

(Van Wanrooij, z.j.)

Als er gekozen wordt om te kijken voor de nieuwbouw projecten in de regio Eindhoven. Worden zowel projecten welke in voorbereiding zijn als projecten die nu in de verkoop zijn zichtbaar. Wanneer er wordt gekozen voor een bepaald project wordt je doorgelinkt naar de pagina van dit project. Op de projectpagina zijn een aantal foto's te vinden als sfeerimpressie. Verder staat er nog algemene informatie over het project op de pagina. Van Wanrooij heeft ook een eigen Warenhuys tak, waar ze keuken- en badkamerinterieurs verkopen. Via een link op de pagina kom je uit op de website van het Warenhuys en kan er al een badkamer of keuken worden uitgezocht. Op de pagina van het gekozen project kan er meteen contact gelegd worden met een contactpersoon bij Van Wanrooij. Er kan ook gekozen worden om zelf te bellen of er kan gekozen worden om op een andere tijdstip terug gebeld te worden. Daarnaast kan er gekozen worden op de hoogte gehouden te worden van het project.

Conclusie

Na het bekijken van de resultaten vanuit de benchmark komt er naar voren dat er veel bedrijven zijn die op het gebied van verkoop verder ontwikkeld zijn en waar Stam + De Koning dan ook nog veel van kan leren.

In de huidige particulieren markt worden er steeds meer woningen verkocht zonder makelaar. Het is echter lastig om direct van deze markt te leren aangezien deze erg verschillend is van de markt waar Stam + De Koning zich in bevindt. Dit aangezien de particulieren markt vaak maar één woning verkoopt waar Stam + De Koning een groot aantal woningen verkoopt.

Wat echter wel uit de particulieren markt kan worden geleerd is het volgende; volgens het bedrijf 'Sell it yourself' is woont de beste makelaar namelijk in zijn eigen woning. Dit aangezien het feit dat de persoon welke in de woning woont, hier het meeste vanaf weet. Wanneer dit wordt vergeleken met Stam + De Koning is dit niet anders. Zo weet Stam + De Koning het meeste af van de woningen welke zij zelf hebben ontworpen.

Wanneer er wordt gekeken naar de internetmakelaar, kan het voor Stam + De Koning bijvoorbeeld interessant zijn om bij het elimineren van de makelaar deze nog wel losse taken laat doen. Zo kan deze makelaar op opdrachtbasis verschillende aspecten overnemen, maar wordt deze niet ingehuurd voor de volledige makelaarsfunctie tijdens een project.

Wanneer Stam + De Koning de woningen zelf gaat verkopen, wat de beste optie is aangezien zij de woningen het beste kennen, is het mogelijk dat ze de (internet)makelaar enkel de markt laten onderzoeken.

Als er naar de zakelijke markt wordt gekeken, komen er ook verschillende verbeterpunten aan het licht. Zo heeft Stam + De Koning momenteel een website welke niet erg verkopend is opgesteld. Wanneer er wordt gekeken naar hoe het bedrijf 'Van Wanrooij' dit doet, is er zichtbaar dat hier nog veel in kan worden verbeterd. 'Van Wanrooij' heeft een website waarop ze hun projecten erg promoten. Stam + De Koning heeft de projecten wel vernoemd op de website maar zal verbeteren wanneer zij ervoor kiezen de projecten ook op deze wijze te promoten.

Bij de website van Stam + De Koning dient een geïnteresseerde zelf op de site te zoeken naar woningen die in de verkoop staan. Wanneer de geïnteresseerde interesse heeft in een bepaald project, wordt deze doorverwezen naar de website van het project.

Op de website van het project wordt de geïnteresseerde doorverwezen naar de makelaar. Hierdoor is het voor Stam + De Koning niet mogelijk om een eigen netwerk op te bouwen.

Dit dient Stam + De Koning meer te gaan doen aangezien ze een groot netwerk nodig hebben wanneer ze de woningen zelf willen verkopen.

Verder is het bedrijf BPD meegenomen in de benchmark. Zij verkopen hun woningen rechtstreeks online, dit kan voor Stam + De Koning ook een interessante verkooptechniek zijn. Om dit te kunnen realiseren is het noodzakelijk eerst de website aan te passen zodat deze verkopend ingesteld is. Wanneer er wordt gekozen om via de aangepaste website de woningen online te verkopen, is het van belang dat er een medewerker in dienst is welke zich hier continu mee bezig kan houden. Deze kan het online gedrag analyseren zoals BPD dit ook doet.

Door het online gedrag te analyseren kan hierop worden ingespeeld om zo beter aan de wens van de klant te voldoen. Verder kan er zo ook een eigen netwerk worden gecreëerd met potentiële kopers.

5.3.3 Kosten

Wanneer de makelaar zal verdwijnen in het proces komen hier verschillende dingen bij kijken. Zijn taken dienen te worden overgenomen en er zal op bepaalde kosten worden bespaard.

De makelaar zal worden vervangen op de projecten met koopwoningen uit eigen ontwikkeling. De directie verwacht dat er in 2017 vijf van deze desbetreffende projecten zullen worden ontwikkeld. Om de kostenbesparing te kunnen opmaken wordt er gekeken over het gehele jaar 2017.

Een makelaar maakt winst vanuit de courtage die deze krijgt. Deze courtage is 1% van de verkoopprijs van een woning.

Voor het berekenen van de courtage wordt uitgegaan van een standaard project uit eigen ontwikkeling. Het voorbeeldproject omvat 20 koopwoningen van €250.000,00 per stuk.

De courtage van de makelaar van 2017 zal vandaar €250.000,00 zijn, zie de berekening hieronder.

Courtage makelaar (1% verkoopprijs woning):

Courtage per woning: $0,01 \times €250.000,00 = €2500,00$

Courtage per project: $20 \times €2500,00 = €50.000,00$

De voorspelling stelt 5 projecten gedurende 2017 wat maakt:

Courtage over 2017: $5 \times €50.000,00 = €250.000,00$

Wel dient er een taxatie te worden gedaan, deze kan het beste uitbesteed worden aan een taxateur. De kosten van een taxateur zijn €180,00 per woningtype. In het voorbeeldproject wordt uitgegaan van 3 verschillende woningtypes. De berekening van de kosten is hieronder weergegeven:

Kosten per project: $3 \times €180,00 = €540,00$

Kosten over 2017: $5 \times €540,00 = €2.700,00$

Daarnaast zijn er nog notariskosten. De vrij op naam-prijs bij Stam + De Koning bedraagt €20.000,00. Stam + De Koning is hierbij verantwoordelijk voor de kosten van de Notaris en het contract. Deze kosten vallen echter onder de vaste kosten worden daarom sowieso betaald. Dit zal bij het vervallen van de makelaar dus geen extra kosten met zich meebrengen.

Ook zijn er geen extra contractkosten voor Stam + De Koning, dit aangezien Stam + De Koning aangesloten is bij Woningborg. Woningborg is een verzekeringsmaatschappij voor aannemers en particulieren. Deze zorgt ervoor dat particulieren verzekert zijn bij het faillissement van de aannemer, de woningen zullen dan alsnog worden opgeleverde in de beloofde kwaliteit. Deze contracten zijn in vaste format. In overleg met de directie hoeven hier geen extra kosten voor te worden gerekend.

Wat uiteindelijk resulteert in een besparing van $€250.000,00 - €2.700,00 = €227.300,00$

Wel dienen er mogelijk nog cursussen te worden aangeboden aan de kopersbegeleiders en planontwikkelaars voor het opnemen van overige taken. Dit kan worden gedaan van het geld dat wordt overgehouden met de besparing.

6 Interviews

Voor het onderzoeksrapport zijn er verschillende interviews afgenomen. Er zijn binnen Stam + De Koning verschillende personen geïnterviewd, deze personen zijn betrokken of hebben raakvlakken met het onderzoek. Extern zijn er ook interviews afgenomen, deze interviews zijn afgenomen met makelaars en met het bedrijf klantgericht bouwen. De uitwerkingen van deze interviews zijn opgenomen in deze bijlage

6.1 Interviews intern

6.1.1 Interview klanttevredenheid enquêteren

29-09-2016

Dit interview is tot stand gekomen aangezien we klanten wilden gaan enquêteren omtrent de klanttevredenheid. Nu heeft de geïnterviewde in het verleden ook enquêtes gedaan bij klanten en ook deze gingen deel over klanttevredenheid.

Zij gaf aan dat haar in het verleden naar onderzoek bij klanten verschillende dingen naar voren zijn gekomen.

Zo geeft ze aan dat er veel waarde wordt gehecht aan een hoogwaardige basis. Zo hebben bewoners graag een goede keuken en badkamer inclusief in de basis. Op deze manier worden de bewoners ontzorgd. Door bewoners helemaal vrij te laten in keuzes en indeling in de woning, worden ze als het waren in het diepe gegooid. Door vast een goede basis neer te zetten voelt de klant zich zo ondersteund.

Verder geeft ze aan dat de welwillendheid van de uitvoerder ook zeker van belang is in de klanttevredenheid. Klanten zijn nieuwsgierig en willen af en toe de bouw komen bekijken. Wanneer ze rechtstreeks weggestuurd worden helpt dit niet mee aan de klanttevredenheid.

Verder hebben we haar gevraagd of we haar enquêtes en resultaten daarvan mochten inzien. Haar enquêtes waren voornamelijk gespitst op de volgende punten: Water/gas/elektra, Stucwerk, Nazorg.

Natuurlijk waren de enquêtes waardevol als onderlegger alleen kunnen de resultaten van het onderzoek niet voor dit onderzoek worden gebruikt.

6.1.2 Interview Amber Nijhof en Annette Pasveer

08-11-2016

Amber Nijhof is vorig half jaar afgestudeerd vanuit de opleiding communicatie bij Stam + De Koning. Met hierin als onderwerp: 'innovatief en effectief communiceren in de ontwikkelfase van een bouwtraject voor eigen ontwikkeling'.

In dit onderzoek is naar voren gekomen dat de makelaar in dit proces moet verdwijnen en de communicatie onderling beter op elkaar moet staan afgesteld.

Omdat in ons onderzoek ook naar voren is gekomen dat de makelaar een zwakke schakel is in het proces van Stam + De Koning en dit beter kan worden overgenomen door de aannemer zelf, zit er erg veel raakvlak in de twee, toch wel erg verschillende, onderzoeken.

Het gesprek beginnen we met een uitleg over de huidige situatie van ons onderzoek.

Hierna willen we ons graag richten op het onderzoek van Amber. De vraag is dan ook wat er met het verslag is gedaan na haar afstuderen.

Hieruit komt naar voren dat er tot dusver niks tot weinig is gedaan met haar rapport. Maar hierop haakt Annette in dat dit komt doordat de juiste situatie zich nog niet heeft voorgedaan.

Zo zijn Fulco en Boris hiermee aan de slag gegaan. Fulco is bezig met innovatie en ontwikkelingen met de klant en Boris zorgt voor googleleads.

Een project in Uden zou de proefdraaier moeten zijn voor het opereren zonder makelaar. Echter door belangenverstrengeling vanuit de makelaar was dit hierbij niet mogelijk.

Nu zal er gekeken worden naar een ander project in Uden, Kastanjetuin, hierbij zijn er 5/6 koopwoningen en 30 commerciële huurruimtes. Dit project is opgekocht door een belegger. Bij dit project willen ze een start maken om de verkoop te laten gebeuren zonder makelaar. Dit door google leads, met of zonder salarisspecificatie. Dit ligt aan het budget van de googleleads.

Normaal gesproken voelt de aannemer nog te veel risico in het verkopen zonder makelaar. Omdat dit een beleggingsproject is met maar 5/6 koopwoningen is hier het risico erg klein en kan dit dus worden getest.

Een ander ding wat naar voren kwam in Amber haar onderzoek is dat de communicatie van collega's niet goed op elkaar is afgestemd. Wat zij hiermee bedoeld is dat wanneer een koper de contactpersoon niet kan bereiken, dat er niemand is die de koper te woord kan staan. Ook weten collega's niet van elkaar met welke projecten ze bezig zijn. Hierdoor kan niemand anders de kopers te woord staan of een terugbelafsprake met klanten regelen. Wanneer een contactpersoon dus niet ten alle tijden bereikbaar is, en niemand dit kan opvangen is dit niet klantvriendelijk.

Vredesplein is een ander project welke momenteel bezig is. Hiervan zijn op dit moment al 2 fases gerealiseerd. Nu zal de derde fase worden gekoppeld aan een website waarbij de leads inzichtelijk en van Stam + De Koning blijven. Normaal ligt dit bij de makelaar en kan Stam + De Koning hier dus ook geen zicht in krijgen, wat eventueel handig kan zijn voor vergelijkbare projecten om optanten te zoeken.

Makelaars hebben namelijk "bekende kopers" in het systeem. Door een website te hebben waarbij de leads bij Stam + De Koning blijven is het mogelijk om langzaam maar zeker zo'n eigen netwerk op te bouwen.

Daarnaast is de vraag, is er genoeg eigen ontwikkeling om een investering in deze categorie te doen?

Om een voorbeeld te geven is er een bedrijf, 'van Wanrooij', zij kiezen ervoor om veel in kleine dorpjes te bouwen. Op die manier is de vraag naar de woning veel makkelijker in te schatten.

De trend is namelijk vaak terug te zien dat mensen in een stad beginnen, bij het doorgroeien buiten de stad gaan en uiteindelijk weer terug in een stad komen wonen.

Wat klanten willen van een woning, daar is waarschijnlijk al veel onderzoek naar gedaan. Kijk

bijvoorbeeld eens bij BNA.

Zij vragen zich af waarom er altijd een nieuwe plattegrond door een architect wordt ontworpen. Als je 100 woningen naast elkaar zet van het zelfde type, zullen er weinig aanpassingen in de plattegrond zijn terug te vinden.

Mensen zijn in te delen middels het waardemodel van Porter. De zogeheten “rode mensen” willen veel. Echter zijn deze rode mensen maar een erg klein deel van de populatie. Juist voor deze mensen wordt erg veel gedaan. Denk er goed over na dat de andere type, meer meegaande en tevreden mensen een grotere groep is. Deze willen juist veel sturing en begeleiding.

Interessant onderzoek van ‘Mentality modellen’. Hierin worden mensen in 8 groepen opgesplitst, op basis van de portefeuille en vooruitstrevendheid.

Budgetgesprekken is iets dat wordt gemist in de huidige kopersbegeleiding. Door dit gesprek met de koper aan te gaan heeft deze ten eerste een duidelijker beeld in wat te besteden valt en is het ook mogelijk een klant lichtelijk te sturen.

Verder vinden Annette en Amber dat de huidige manier van kopers ontvangen niet commercieel is ingesteld. Zo worden kopers in een spreekkamertje te woord gestaan en wanneer het druk is soms zelfs in de kantine. Dit hoort niet te kunnen. Vroeger was er bij blauweuwoningen een keet ingericht speciaal voor mensen om zich te melden met bepaalde vragen en voor alle gesprekken met de makelaar. Op die manier hadden mensen een tastbaar beeld van meer en minderwerken. Dit is nu niet meer in de tijd en/of realistisch. Dit is mogelijk digitaal op te zetten.

Maar Amber geeft aan dat mensen, wanneer ze definitief interesse hebben, ze graag iets tastbaars hebben. Dus vanaf dat moment dient er een goede locatie te zijn op klanten te woord te staan. Ook geeft ze aan dat uit onderzoek komt dat mensen het prettig vinden om snel en kort contact te kunnen opnemen. Een chatfunctie op een website helpt hier bijvoorbeeld voor.

6.2 Interviews extern

6.2.1 Interview Edwin Groot, *klantgericht bouwen*

10-10-2-2016

Het interview start met een uitleg over het onderzoek.

Wij zijn dit interview met de volgende punten ingegaan, en deze zijn gedurende weg wel allen beantwoordt:

- Het onderzoek dat zij doen;
- Wie zijn hun klanten/doelgroep;
- Klanttevredenheid in kaart;
- Wat zal er moeten veranderen;
- Hoe zien zij de toekomst vanuit klantwaarde;
- Gegevens vanuit onderzoek ontvangen?;
- Onderzoek verplaatsen in de klant.

Vanuit daar de vraag wat zij precies doen aan onderzoek. (kopersrapporten)

Zij doen, in opdracht van aannemers, een klanttevredenheidsonderzoek door middel van enquêtes.

Hierbij melden de aangesloten aannemers zelf projecten aan. Maar ook kiest de aannemer ervoor hoe vaak de enquête plaatsvindt. Het meest voorkomend is om de enquête te houden na de oplevering. Maar ook is het mogelijk deze enquête aan te vullen met een enquête eerder in het proces, bijvoorbeeld na het showroomtraject. Op die manier wordt de klanttevredenheid 2x gemeten. Hierbij hebben zij gemiddeld 30-40% response.

Bouwend Nederland analyseert deze data. Hierbij zijn er +/- 100.000 kopersrapporten verzameld sinds 2003.

Klanttevredenheid in kaart brengen.

Om klanttevredenheid goed in kaart te brengen is het belangrijk dat hier genoeg aandacht aan wordt besteed. Een goed hulpmiddel is bijvoorbeeld een pendeldiscussie na de projecten. Hierbij is het slimst om niet meer dan 10 kopers bij elkaar te zetten, zodat het overzicht gemakkelijker kan worden behouden. Deze bijeenkomsten dienen te worden geleid "vanuit de klant". Dit betekent dat degene die de vergadering leidt dus niet denkt vanuit het bedrijf.

Bij dit soort avonden is het ook belangrijk iemand van de directie en bijvoorbeeld de uitvoering erbij te zetten. Hierbij is er wel één gouden regel, het bouwbedrijf mag zich NIET verdedigen.

Metten en evalueren is belangrijk met klanten, onderaannemers en ontwikkelaars.

Het meten kan op verschillende momenten worden gedaan. Een voorbeeld van een meetmoment is een enquête, mogelijk via klantgericht bouwen. Hoe vaak dit meten goed is, daar zijn de meningen over verdeeld.

Door de meting alleen aan het eind te doen, kan de klanttevredenheid worden beïnvloed door een goede of slechte oplevering. Het voordeel van maar één keer meten, is dat de klant niet te veel wordt belast.

Twee keer geeft een stabiel beeld alleen is wel erg belastend voor klanten.

Er is ook een optie om een jaar naar data te gaan enquêteren, het grote nadeel hierin is dat klanten mogelijk zelf aanpassingen aan de woning hebben gedaan waardoor bepaalde fouten zijn gecreëerd. Dit beïnvloedt de uitkomst van de enquête.

Klantgericht bouwen en enquêtes

Klantgericht bouwen is in het begin gestart met kleinere enquêtelijsten. Echter is gebleken dat klanten graag over meer onderdelen hun mening willen uiten.

Klantgericht bouwen geeft aan dat het ook mogelijk is om als bouwbedrijf zelf enquêtes af te nemen. Echter is dit vaak duurder wanneer de aannemer dit goed wil doen.

Het is mogelijk om als klant van klantgericht bouwen de uitslagen van de enquêtes te vergelijken met de uitslagen van andere aannemers in Nederland. Door deze te vergelijken kan er een beeld worden geschetst hoe het bedrijf in de markt staat.

Wanneer er op een onderdeel een 7 wordt gescoord zal de aannemer hier in eerste instantie tevreden over zijn. Als het echter blijkt dat het landelijk gemiddeld hiervan rond de 8 ligt, zal de 7 voor minder tevredenheid zorgen.

Ze geven ook aan dat klanten het als prettig ervaren wanneer de enquêtes professioneel zijn opgezet. Vaak zijn aannemers hier zelf niet erg goed in.

Visie vanuit Edwin Groot,

De bouw heeft veel verbeterpunten, welke bijna allemaal open deuren zijn en welke uiteindelijk allemaal op te lossen zijn met goede communicatie.

Een paar voorbeelden hiervan zijn:

- Afspraken nakomen
- Betrokkenheid (oprechte betrokkenheid)
- Aandacht
- meedenken

En zo zijn er volgens Edwin Groot nog vele andere punten op te noemen.

Uiteindelijk komt alles neer op verwachtings-management. Verwachtingsmanagement in de schakel in klanttevredenheid volgens Edwin Groot. Dit komt al erg snel in het proces naar voren.

Hierbij kan er worden gedacht aan websites waar woningen worden vertoond, makelaars welke woningen aanbieden. Een makelaar heeft als doel de woning te verkopen en zal er niet voor kiezen

de woning minder goed af te schilderen zodat de klant uiteindelijk tevredener is.

Op deze manier wordt er een beeld van de woning geschept. Als dit beeld uiteindelijk niet gelijk is aan de uiteindelijke woning, zal er dus teleurstelling komen.

Deze verwachtingen worden echter niet uitsluitend door de aannemer geschetst. Zo staan showrooms en onderaannemers ook in contact met de klant. Hierin is het belangrijk dat zij geen ander beeld naar de klant scheppen dan de realiteit.

Doordat andere partijen ook een aandeel kunnen hebben in dit verwachtingspatroon is het des te belangrijk dat dit tijdens de info-avonden duidelijk wordt gecommuniceerd over de realiteit.

Natuurlijk is het voor een aannemer het voornaamste wanneer ze ervoor kunnen zorgen dat de verwachtingen van de klant worden overtroffen. Wanneer er verwachtingen door andere partijen wordt geschetst is dit echter lastig.

Wat klanten verder als prettig ervaren is wanneer ze vooraf al kunnen visualiseren wat het resultaat wordt. Hierbij kan er worden gedacht aan bijvoorbeeld wandafwerkingen of schilderwerk. Dit is voor een koper zelf lastig te visualiseren wanneer dit niet voor hen wordt gedaan. Zo zijn er bepaalde termen als 'behangklaar' en 'glad' waar een koper geen beeld bij heeft.

Een belangrijk moment in het gehele proces is de (voor-)oplevering. Er kan worden gekozen deze oplevering als aannemer zelf te doen. Het is wel belangrijk dat deze oplevering secuur wordt gedaan. Zo is het belangrijk dat wanneer iets in de woning is gesignaleerd tijdens de vooroplevering dat dit tijdens de oplevering is opgelost. Op deze manier laat de aannemer zien dat deze de klant serieus neemt.

Edwin Groot verteld dat er vanuit onderzoek is gebleken dat algemene tevredenheid van een koper maar matig wordt beïnvloedt door het aantal opleverpunten. Zo is het aantal punten niet het belangrijkste maar de begeleiding hierin en de klantgerichtheid.

Klanttevredenheid is belangrijk voor een bedrijf. Een voorbeeld van klanttevredenheid van Edwin de Groot is als volgt: "Wanneer je uiteten gaat en heerlijk heb gegeten maar verschrikkelijke bediening hebt, zal je hier ondanks de kwaliteit niet meer teruggaan. Daarnaast zal je bekende vertellen, op bijvoorbeeld een verjaardag, hoe slecht de bediening in dat restaurant was."

Zo werkt het in de bouw niet anders pleit hij. Ondanks dat mensen misschien niet snel een tweede woning zullen kopen, kunnen zij de ontevredenheid wel met bekende delen.

Wat belangrijk is om als bedrijf te beseffen is dat "nee" ook een antwoord is. Dit is een antwoord wat aannemers vaak uit de weg gaan, ondanks dat dit antwoord soms ook positief werkt.

Verder ervaren klanten meerprijsen op 'Meerwerken' als erg negatief. Zo stelt hij dat het beter zou zijn als "alle standaard meerwerken", hierbij kan worden gedacht aan een buitenkraan bijvoorbeeld, vast in prijs worden meegenomen. Wanneer dit niet in de prijs wordt meegenomen is het belangrijk dit goed met de klanten te communiceren. Klanten vinden openheid in prijs hier ontzettend belangrijk. Ze willen graag weten waar ze voor betalen. Zorg dus als aannemer dat je niet de winst moet behalen verrekend op meerwerken naar de klant. Zie dit als service naar de klant toe en zorg dat de winst elders al wordt behaald.

Interessante toevoegingen

Er is een onderzoek welke hem erg is bijgebleven over gender marketing. Hij begint met dat op de verkoopbrochure vaak de gevel van een woning staat afgebeeld. Terwijl vaak de vrouw de binnenkant/indeling van de woning veel belangrijker vindt. Bij het bouwen en verkopen van een woning is het belangrijk dat de invloed van de vrouw hierin niet wordt onderschat. Uiteindelijk beslist de vrouw vaak, dus zorg dat je als bedrijf stopt met zo te focussen op de man. In algemene zin 'bouw alsof het voor je vrouw is'.

Edwin Groot geeft aan dat hij het interessant zou vinden als verschillende bedrijven van VolkerWessels hun kennis zouden uitwisselen. Er is namelijk erg veel kennis bij de verschillende bedrijven. Een voorbeeld hiervan is Hoedemakers in Rosmalen, zij zijn naar klantgericht bouwen toegestapt om te vragen welk bedrijf gevorderd was in een bepaald onderdeel waar zij minder gevorderd op waren. Door de connectie te leggen met dit andere bedrijf hebben zij zo van elkaar mogen leren. Deze openheid zou vaker moeten voorkomen.

Verplaatsen in de klant, hoe denkt u hierover?

Dit onderwerp vindt hij zelf erg interessant. Echter is het een lastig vraagstuk hoe dit goed kan gebeuren. Het is belangrijk te beseffen wat je zelf zou willen ervaren. Uiteindelijk ben je zelf ook een consument. Het is hierin wel erg belangrijk dat je afstand neemt van je huidige functie maar ook afstand nemen van je expertise. Iemand zonder bouwkundige kennis is namelijk niet geremd in zijn wensen en dit zal je met de nodige achtergrond natuurlijk wel hebben. Zorg dat je écht klant bent.

6.2.2 Mike van Gaalen, MGM-makelaardij

11-10-2016

1. Welke woningtypes zijn er het meest verkocht afgelopen 10 jaar?
2. Waar ligt momenteel de grootste vraag?
3. Verwachten jullie dat deze vraag in de toekomst zal veranderen?
4. Wat is hierbij de doelgroep?
5. Welke criteria vinden kopers belangrijk bij het zoeken naar een woning?
6. Visie op klanttevredenheid
7. Klanttevredenheid verbeteren

Met deze vragen als leidraad is het interview gestart bij MGM makelaardij.

1. Na het stellen van de eerste vraag reageert Mike van Gaalen met de vraag waarom dit antwoord interessant is. Hij stelt namelijk dat het weten van deze nummers geen inzicht geeft in wat de consument wil. Eén van de voornaamste redenen hiervoor is dat de markt erg veel is veranderd. Ook is er door de crisis ander gedrag vertoond dan wat consumenten echt wensen.

2. Waar momenteel de grootste vraag ligt in de woningmarkt vindt Mike van Gaalen moeilijk te beantwoorden. Wel zijn er verschillende trends welke opmerkelijk zijn. Zo hebben starters momenteel erg veel last met het verkrijgen van een hypotheek. Hij merkt dat zeker in deze doelgroep de financiën vaak de doorslag geven voor een woning. Zij hebben nog niet de luxe om een woning écht te kunnen kiezen. Dit komt voort uit de financiële crisis. Banken willen het eerst weer volledig op orde krijgen en zijn nog stug in het verstrekken van hypotheeken.

Naast deze groep merkt Mike van Gaalen dat (zeker in omgeving Best) ze momenteel veel vraag hebben van arbeidsmigranten tussen de 25-35. Vaak van Poolse afkomst. Dit is echter afhankelijk van de plaats. Wel wordt het schenkingsbedrag verhoogd, hier wordt wel veel gebruik van gemaakt. Wat verder altijd een potentiële doelgroep blijft is ouders tussen de 40-50. Dit is een leeftijd dat kinderen vaak uit huis gaan en ze behoefte krijgen aan een andere leefomgeving, door verandering in gezinssamenstelling.

Daarnaast is er nog de groep 65+. Hierin is zichtbaar dat er toch een aannemelijk deel een nieuwe woning gaat kopen i.p.v. huren.

De groep 65+ heeft als opvallend kenmerk dat ze vaak het gevoel hebben dat ze erop achteruit gaan. Ze komen vaak uit een (relatief) groot huis. Ze verwachten vaak dat ze hier erg veel geld voor terugkrijgen en dat een appartement een stuk goedkoper is, dus dat ze een flinke zak geld overhouden. Dit is vaak een grote teleurstelling. De woningen zijn vaak oud, en de appartementen daarentegen zijn vaak modern, luxe en van alle gemakken voorzien. Mensen vinden het moeilijk in te zien dat dit dezelfde prijs waard kan zijn.

3/4. Natuurlijk speelt vergrijzing hierin een grote rol. Dit is iets wat in de toekomst nog steeds een rol zal spelen. Ook komen er steeds meer oude panden leeg te staan welke niet energiezuinig genoeg zijn. Het opknappen van deze woningen is vaak niet rendabel. Kosten hiervan zijn erg hoog en dit wordt niet makkelijk terugverdiend. Op die manier wordt er nog steeds vaak gekozen voor nieuwbouw. In de toekomst zal hier echter een keer verandering in moeten komen of zullen er veel panden moeten worden gesloopt.

Door de toekomstige doelgroep gekeken naar starters, kijken deze nu vaak op Funda voor het zoeken naar een woning. Het is zonde als mensen niet meer bij een makelaar terecht komen aangezien een huis (ver)kopen een vak is. Wanneer mensen dit zelf gaan doen, gaat dit ten koste van de kwaliteit.

Ouderen zijn nog steeds meer traditioneel op het gebied kopen van een woning. Zij hebben graag advies en nemen dingen ook aan. Jongeren betalen niet graag voor advies. Ze laten bijvoorbeeld meerdere makelaar een gratis taxatie doen en kiezen er dan uiteindelijk voor het toch zelf te gaan doen.

5. Vaak wordt er in eerste instantie gekeken naar de locatie. Kopers hebben vaak weinig verstand van de woning. Ze vinden het erg belangrijk dat het huis er van buiten mooi uitziet. Zo hebben mensen vaak liever een woning van drie ton die eruit ziet als een woning van vier ton.

Mensen kijken voor de waarde van een woning snel naar kosten & kuubs.

Energiezuinigheid is een term die mensen ook belangrijk vinden, aangezien dit klinkt als minder kosten.

Wanneer er wordt gepraat over het beter isoleren van de wanden voor de energiezuinigheid is hier echter geen tot weinig begrip voor. Vaak komen er dan termen als “dan heb ik minder ruimte over in de kamer” zo stelt Mike van Gaalen.

Wat mensen wel erg kunnen waarderen is keuzevrijheid en flexibiliteit hierin. Het niet extra hoeven te betalen voor het verschuiven van elementen bijvoorbeeld.

Wat over het algemeen wel naar voren komt is dat meer ervaren kopers, dus geen starters, meer eisen hebben aan de woning. Zij hebben eerder een woning gekocht en weten uit ervaring wat belangrijk voor hen is.

6. Klanttevredenheid is aansluiten op de klantbehoeftes. Een goed voorbeeld is een homeconfigurator welke zij hebben gebruikt bij een afgelopen project. Deze was erg uitgebreid opgezet waarin mensen ontzettend veel keuzes hadden om hun eigen woning samen te stellen. Het bleek dat mensen hier helemaal niet klaar voor zijn.

Zo konden mensen bijvoorbeeld kiezen uit verschillende gevelementen. Dit waren keuzes welke mensen als onprettig ervaren aangezien het mensen niet uitmaakt hoe de gevelementen zijn en ze er nu toch voor moeten kiezen.

Wat mensen interessant vinden is niet of ze de gevelsteen of de dakpan mogen kiezen, maar wel of dit past bij de keuzes van de burens.

Deze keuzemogelijkheden moeten simpel worden gehouden en niet te veel keuzes. Dan kunnen kopers daarna altijd nog in gesprek met de kopersbegeleider om eventuele extra keuzemogelijkheden door te spreken.

Wat hierop aansluit is dat mensen graag een luxe basis hebben. Hierin valt te denken aan binnendeurkozijnen, badkamer, schilderwerk en nog meer dingen wat bijdraagt aan de ethiek. Een keuken is een van de weinige elementen welke mensen zelf willen kiezen. Aangezien deze vaak een verlengstuk van het meubilair is, zijn hier veel persoonlijke voorkeuren in. Deze kan dus beter niet worden opgenomen in de basis.

7. Goede communicatie bij verkoop is noodzakelijk.

Mensen vinden het erg fijn om een overzicht van het begeleidingsproces te hebben. Wanneer mensen geen tijdlijn krijgen van contactmomenten zullen mensen vanzelf gaan bellen. Verder vindt de klant het erg belangrijk om serieus genomen te worden. Zo wil de klant het gevoel hebben dat deze wordt gehoord en zich geen nummer voelen.

Ook vinden mensen het erg fijn om op de hoogte te blijven van de bouw, ook om aan bekende te vertellen bijvoorbeeld. Dit zou al genoeg zijn wanneer het zou worden gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief.

Klant = Koning. Dit is iets wat klanten vanzelfsprekend vinden!

6.2.3 Interview Femke de Laat, Era VB&T

13-10-2016

Inleiding over het onderwerp en het onderzoek naar procesmatig “de ideale woning”.

“de ideale woning” bestaat niet, zo stelt Femke de Laat. Er is namelijk geen één woningmarkt. De woning is alleen al doelgroep afhankelijk.

Er zijn erg veel verschillende soorten klanten.

Wanneer eenmaal bekend is op welke locatie de woning gebouwd wordt en wat de directe omgeving hierbij is, kan er echter wel een advies worden gegeven over de ideale woning.

Wanneer de locatie bekend is kunnen er verschillende processen worden gestart.

Aanbod in de woningmarkt

Op het moment is er (in Eindhoven) vrij weinig nieuwbouw. De vraag hierin is groter dan het aanbod.

Zeker de doorsnee tussenwoning is een woning waar erg weinig aanbod ligt, maar waar wel vraag naar is.

Hoe komt het dat het aanbod en vraag niet stroken?

Doordat de opstart van projecten erg lang duurt is het erg moeilijk om in te spelen op de vraag. Zo zijn er bepaalde periodes waarbij de vraag erg specifiek ligt. Het gevolg ervan is dat er veel van zulke projecten worden opgestart, maar dat de vraag in tijden van realisatie lang niet meer zo groot is. Op die manier is het erg lastig in te spelen op de vraag in de woningmarkt.

Waar ligt momenteel de grootste vraag in de woningbouw?

Starters zijn altijd een actieve groep in de woningbouw. Echter heeft daar de laatste jaren nu erg de focus op gelegen. Dat is een heel specifieke doelgroep. Bij hen speelt bijvoorbeeld het verkopen van de huidige woning al geen rol.

Doordat er zodanig de focus op de starters is blijven liggen zijn de doorstroom woningen onderbelicht. Hier praten we over de gezinswoningen; 2-kapper, schakelwoning, etc. Doordat deze onderbelicht zijn is deze vraag bijvoorbeeld weer aangetrokken.

Hoe zou u de doelgroepen willen specificeren?

Op sociaal demografisch gebied bekeken zullen de groepen zijn; Starters, gezinnen/doorstromer en senioren.

Dit is echter verder natuurlijk helemaal niet relevant om in te kaderen. Zo zijn er bijvoorbeeld ook veel verschillen op basis van bijvoorbeeld prijsklasse. Een woning van 2 ton of een woning van 4,5 ton worden ontzettend anders door de consument behandeld.

Waar lopen mensen het meest tegenaan naar uw inzien bij het kopen van een nieuwbouwwoning?

Mensen vinden het erg vervelend om op de woning te moeten wachten. Dit duurt voor de koper altijd te lang. Door de koper geïnformeerd te houden met de huidige stand van zaken van het project, zal dit als positief worden ervaren.

Dit zou bijvoorbeeld al prima kunnen door een wekelijkse nieuwsbrief naar de klant te verstrekken. Deze nieuwsbrief kan dan het best vanuit de kopersbegeleider worden verstrekt.

Verder vinden mensen het erg lastig om in te schatten hoe veel geld hun wensen zullen gaan kosten. Mensen vinden het daardoor fijn als de basis van de woning al beter is.

Wat blijkt is dat mensen erg positief reageren op afwerkpakketten.

Bijvoorbeeld door een apart pakket te maken voor de keuken, de badkamer en het toilet. Met hierin dan verschillende optielevels.

Door een pakket op te stellen en deze voor een bepaalde prijs aan te bieden is mensen duidelijk wat hun wensen zullen gaan kosten. In deze pakketten is het daarna dan mogelijk om het een en ander te kiezen (meerwerken), maar deze zijn dan al opgenomen in de pakketprijs.

Zie het als volgt:

Pakket A	Pakket B	Pakket C
€X	€Y	€Z

Het grote voordeel voor mensen hierin is ook dat ze op deze manier al vroeg de prijzen voor de woning weten en ze op deze manier kunnen meenemen in de koopaaneemsom, dan kan dit ook meegenomen worden in hun hypotheek.

Mensen vinden het fijn om niet té veel keuzes te krijgen. De kosten blijven overigens lijdend.

Keuzes met betrekking tot wandafwerkingen wordt nog weinig mee gedaan. Mensen zouden het echter wel als prettig ervaren als er mogelijkheden zijn om dit in het proces mee te laten gaan. Nu moeten mensen zelf offertes gaan aanvragen. Veel mensen vinden het prettig als dit voor hen wordt gedaan.

Een voorbeeld van een partij die dit gedaan heeft is Novaform.

Wat kan volgens u verbeteren zodat het proces meer als ideaal zal kunnen worden gezien?

Het zou goed zijn als er bij start van een nieuwbouwproject alle partijen bij elkaar zouden komen om het volledige project door te spreken. Een soort projectteam idee. Het grote voordeel hierin is dat de visies, gedachten en verwachtingen op elkaar kunnen worden afgestemd. Dit moet kunnen voorkomen dat de makelaar een ander beeld van de woning schept, dan welke uiteindelijk de kopersbegeleider doet. Mensen vinden het namelijk ontzettend vervelend als tijdens het gesprek met de kopersbegeleider er naar voren komt dat de verwachtingen niet juist zijn.

De voorbereidingen van een project zijn erg belangrijk. Wijzigingen in het project worden als erg onprettig ervaren. Op alle verschillende gebieden, dus bijvoorbeeld ook op basis van planning. Zorg ervoor dat de communicatie zeker dan goed is. Informatie hierin krijgen is dan erg belangrijk.

Wanneer de vraag van een klant moet worden beantwoordt met het antwoord 'nee', is dit geen probleem, zolang je maar uitlegt waarom dit zo is en hier een alternatief voor probeert te bieden.

Wat vinden mensen het belangrijkste m.b.t. de woning?

Mensen vinden kwaliteit steeds belangrijker, en hebben hier ook geld voor over.

Buitenruimte vinden mensen steeds minder belangrijk in verhouding tot vroeger. Veel mensen zijn druk, beide werkend, weinig tijd over voor het onderhouden van een grote tuin. Maar mensen vinden het wel belangrijk dat ze een stukje privé buitenruimte hebben. Mensen zijn op het gebied van privacy wel nog erg traditioneel, gedeelte buitenruimte wordt daardoor vaak niet als een pré ontvangen.

Een voorbeeld van een project met erg kleine buitenruimtes welke wél positief is ontvangen is Meerhoven. Het grote voordeel van bijvoorbeeld dit project is dat de buitenomgeving prachtig is. Dit ligt gelegen in een bosgebied. Mensen vinden het daardoor bij dat project niet erg dat ze een erg kleine tuin hebben en weinig privacy, ze krijgen daar een mooi buitengebied voor terug.

Heeft u een bepaalde visie over klanttevredenheid?

Afspraken nakomen

Dat is een ontzettend belangrijke factor voor klanttevredenheid.

Voor de rest hangt het voornamelijk op communicatie:

- Duidelijk zijn in wat er allemaal wel en niet mogelijk is.
- Kwaliteit in communicatie gaat boven kwantiteit.
- Liever een onpersoonlijk bericht dan geen bericht.

Halve communicatie maakt mensen negatief. Wanneer je door niet duidelijk te zijn ergernissen opwekt sta je als bijvoorbeeld kopersbegeleider al ontzettend erg achter.

Al met al onthouden kopers altijd wat hen goed uitkomt.

Maar een planning dient wel goed te worden gecommuniceerd. Dit is namelijk ook belangrijk voor de hypotheekaanvraag. Er zijn namelijk hypotheeken welke je aanvraagt, maar welke vaak maar 2-3 maanden standhoudt. Verloopt deze periode zal er opnieuw moeten worden aangevraagd en komen er kosten van +/- 10% in rekening voor de koper. Dit gaat dus om veel geld!

6.3 Toetsende interviews

De bevindingen die tot staan zijn gekomen in het onderzoeksrapport zijn middels interviews getoetst. De interviews zijn zowel met de kopersbegeleiders als met de projectontwikkelaar van Stam + De Koning gehouden. De uitwerkingen van deze interviews zijn in deze bijlage te vinden.

6.3.1 Interview Ruud Spooren en Davy Machielsen

30-11-2016

Dit interview is opgezet om de bevindingen te toetsten binnen het bedrijf Stam + De Koning.

Het interview begint met bespreken van de sterkte en zwaktes van het huidige proces en product(Tabel 1).

Sterkte	Zwakte
Reclame op de bouwplaats is goed	Aannemer heeft geen invloed op locatiekeuze
Klant kan altijd ergens terecht	Stam + De Koning heeft wens potentieel niet inzichtelijk
Klanten voelen zich gehoord in beginfase	Geen goede online marketing
Koper heeft veel keuzevrijheid	Klant wordt extern begeleidt in beginfase
Meer- en minderwerken worden samen met de koper gecontroleerd	Verwachtingspatroon dat makelaar creëert is niet altijd juist
Keuzeopties worden gevisualiseerd middels een digitaal platform	Aannemer heeft geen inzicht en invloed op technische keuzes en uitgaves van de klant
Er wordt goed ingespeeld op het samenhangsgevoel door georganiseerde evenementen	Koper krijgt geen duidelijke technische adviezen op voorhand
Koper krijgt mogelijkheid tot het bekijken van de woning	Niet alle opties worden visueel gemaakt
Gemiddeld weinig opleverpunten	Afspraken worden niet altijd nagekomen
Koper krijgt oplevercadeau	Omgeving is niet altijd voltooid, bewoner zit soms nog in een bouwplaats en verwacht dit niet.
	Nazorgtraject wordt negatief ervaren

Tabel 1

Hiermee wordt er eerst gekeken naar de beginfase van een klantproces. Deze start in het huidige proces bij de makelaar, en hieromtrent zijn er verschillende verbeterpunten, zoals het verwachtingsmanagement en de communicatie.

Wij leggen onze constatering uit van het niet betrokken worden als aannemer bij het proces van de aannemer. Ruud Spooren geeft echter aan dat dit wel mogelijk is, maar dat dit alleen bijna nooit gebeurt. De rede hiervan is dat de makelaars dit graag bij zichzelf willen houden en hier niet graag alles van prijsgeven.

Ruud Spooren is het er wel mee eens dat de makelaar uit het proces een erg goede stap voor Stam + De Koning is. Het goede is inderdaad dat je de verwachtingen vanaf het begin goed kunt reguleren. Het risico hierin is echter dat eerlijkheid kan afschrikken voor de verkoop van de woning.

De Koop Aanneemovereenkomst controleert Stam + De Koning in het huidige proces al zelf. Hierin hebben zij ook het contact met de Notaris. Alle fouten zijn dus altijd voor Stam + De Koning. De koper gaat niet zelf naar de notaris. De opgestelde KAO bevat de verbindende voorwaarden.

Wanneer deze is vervallen, moet er binnen 6 maanden worden gestart.

Ruud Spooren geeft aan dat potentiële kopers nu ook al vaak rechtstreeks om woningen bij hem vragen. Zo krijgt hij soms de vraag 'zijn jullie bij x aan het bouwen? Zijn daar toevallig nog woningen beschikbaar?' Het vervelende vindt Ruud Spooren hieraan dat hij deze mensen dan moet doorverwijzen in plaats van dat hij ze kan doorverwijzen naar Stam + De Koning. Dit is omslachtig.

Daarnaast geven wij aan dat het goed zou zijn een budgetgesprek met een koper te voeren vroeg in het traject. Hier is Ruud Spooren het volledig mee eens. Hij geeft ook aan dat hij in het huidige proces dit al het eerste half uur met de klant probeert in te schatten. Maar dit gesprek vindt vaak pas plaatst nadat de woning is gekozen, dat is te laat.

het grote voordeel van op tijd helpen met financiering van de koper is dat deze meer vermogen kunnen investeren. Dit omdat in een heel vroeg stadium het nog mogelijk is bijvoorbeeld meerprijzen van een keuken in de vrij op naam prijs mee te nemen. Op deze manier kan de koper hier een hypotheek over afsluiten.

Wanneer de meerprijzen pas achteraf komen kan de koper maximaal 5% bij financieren.

Ook is het zo dat wanneer de kopers al eerder facturen krijgen dit positief is voor Stam + De Koning. Normaal is het zo dat Stam + De Koning pas geld ontvangen aan het einde van het bouwproces, wanneer dit eerder gebeurt kan een deel van de bouwkosten hier gelijk tegen worden weggestreep.

Grote nadeel van de makelaar is dat deze een EIGEN verkoopbelang heeft. Dus niet het belang om huizen van Stam + De Koning te verkopen, hij koopt net zo lief een andere woning.

Stam + De Koning maakt soms gebruik van Wooniversum, dit is een simulatieruimte waarin je 3D door de woning heen kunt lopen, en hier via een soort tablet er meubels in kunt zetten. Wij geven aan dat we gezien hebben dat dit bij huurwoning erg goed is bevallen. Hier zet Ruud Spooren echter een kanttekening bij. Hij geeft aan dat normaliter 3 van de 4 koopproject naar Wooniversum gaan, maar dat dit soms ook negatief uitwerkt. Zo is het vaker dat de koper de woning te klein vindt aanvoelen en hierop de woning afwijst.

Een ander punt dat wij aandragen is dat de communicatie niet altijd even goed verloopt, en dat deze nergens wordt bijgehouden. Zo worden afspraken met kopers bijvoorbeeld nergens genoteerd. Dit is zowel voor Stam + De Koning vervelend als voor de klant. Zo kan de klant niet meer terugvinden wat er tijdens het gesprek is afgesproken, maar ook Stam + De Koning heeft hier geen overzicht van.

Ruud Spooren en Davy Machielsen geven aan dat ze momenteel merken hoe vervelend dit is. Dit omdat momenteel een collega van hen met zwangerschapsverlof is en dat ze de gemaakte afspraken nergens kunnen terugvinden. Klanten maken hier gebruik van door te zeggen dat ze dingen gratis zouden krijgen en Stam + De Koning kan niet terugvinden dat dit niet zo is.

Ook weten de verschillende kopersbegeleiders niet of ze het dezelfde gesprekken voeren.

Wij geven aan de het nazorgtraject momenteel ook negatief wordt ervaren.

Nu blijkt dat Stam + De Koning bezig is dit straks ook via ED-Controls te doen. Op deze manier is er controle vanuit Stam + De Koning of de punten werkelijk zijn opgelost. Dit zal dus al een deel van de problemen moeten oplossen. Verder dient de koper wel meer op de hoogte gehouden te worden

over de status van de openstaande punten.

Vanuit onze enquêtes viel op dat de kopers van het project Vredesplein fase 1 erg negatieve recensies hadden op de kopersbegeleiding. Hiervan geven Ruud Spooren en Davy Machielsens aan dat deze kopersbegeleiding extern is geweest. Externe kopersbegeleiding is dus ook slecht ervaren. Dit ook omdat zij niet per project worden betaald en dus zelf kiezen wanneer de begeleiding stopt. Verder is de overdracht niet goed geweest en zijn er onrealistische dingen beloofd.

Wel vinden ze het interessant om te horen dat mensen het prettig vinden om gehoord te worden door Stam + De Koning. Hierop reageren ze dat het een goed idee zou zijn om aftersales support toe te gaan passen. Dit zou bijvoorbeeld kunnen worden ingestoken om 2/3 maanden na de onderhoudsperiode bij de mensen langs te gaan om te kijken of alles naar wens is.

De kanttekening bij dit alles is voor hen dat de kopersbegeleiding wel genoeg tijd hiervoor moet krijgen. Met de huidige uren is dit niet mogelijk.

6.3.2 Interview Louis Coolen, Projectontwikkelaar

02-12-2016

Het interview start met een uitleg van de sterkte-zwakteanalyse. Hieruit komt mede naar voren dat het voor de ontwikkeling een goed idee is de klant verder naar voren te betrekken in het project.

Louis Coolen geeft aan dat het nadeel hiervan wel is dat dit betekent dat de mensen erg lang moeten wachten voordat ze de woning krijgen.

We geven aan dat het ons een goed idee lijkt om per project een eigen website te lanceren en op die manier kopers te verkrijgen voor de woningen.

Louis Coolen geeft aan dat bij de woningen waarbij dit getest is, Stam + De Koning alle gegadigde overbracht naar de makelaar. Hierbij was er dus nog steeds geen winst voor Stam + De Koning, maar door dit bij de makelaar te laten bleef het risico beperkt.

Het idee van de makelaar eruit te halen geeft Louis Coolen wel een kanttekening aan, ondanks dat hij denkt dat deze niet veel toevoegt in het traject.

Hij geeft aan dat mensen het wel erg fijn vinden 24/7 ergens terecht te kunnen. Op dit moment is dit niet haalbaar binnen Stam + De Koning, en is een makelaar dus wel noodzakelijk.

Verder zijn makelaar wel de personen die alle losse eindjes aan elkaar knopen.

Wat een goede tussenstap zou zijn, zijn bijvoorbeeld 'de heren van honderd'. Dit zijn makelaars welke zonder kantoor werken. Zij zitten door het land heen verspreid, en zijn in te huren voor bepaalde aspecten. Zo kun je ze de kopers over de streep laten halen maar zelf wel de klantbegeleiding doen hierin.

Wat Louis Coolen ook merkt is dat klanten geen flauw idee hebben van wat ze willen of wat dingen kosten. Goede begeleiding hierin is dus erg belangrijk.

Om door te gaan op het ontwerpen van de woningen.

Op dit moment wordt er voor ieder project een nieuwe gevel en indeling van de woningen ontworpen. Wij geven aan dit niet te begrijpen aangezien de indeling bijna altijd ongeveer hetzelfde is en mensen hier, blijkt uit enquêtes, erg tevreden over zijn.

Louis Coolen is het hiermee eens en vindt het zelf ook onzin dat de woning iedere keer opnieuw ontworpen wordt. De architect een gevel laten ontwerpen is wel essentieel, zo dient de woning mooi in de omgeving te passen. Maar een schetsmatig ontwerp is hiervoor genoeg.

Dit doorvoeren scheelt ongeveer €1300 per woning.

Er wordt aangegeven dat mensen niet tevreden zijn over het afwerkingsniveau, en prijs/kwaliteit.

Louis Coolen geeft echter aan dat luxere woningen ontwerpen al eerder is geprobeerd en dat dit niet werd terugverdiend dus dat dit niet interessant is voor Stam + De Koning.

Het is wel mogelijk verschillende afwerkingspakketten aan te bieden. Maar dit moet dan niet te kostbaar zijn. Hoogstwaarschijnlijk zal dit prijstechnisch ook niet interessant zijn.

Dan wordt er gekeken naar de bergingen, het blijkt namelijk dat mensen hier ook niet tevreden over zijn.

Louis Coolen zijn reactie hierop is dat de grootte van de berging vaak wordt vastgesteld vanuit bouwbesluit. Wel geeft hij aan dat we misschien de mogelijkheid moeten bieden tot het vervallen van de berging, dat mensen hier zelf een berging kunnen gaan plaatsen.

Het laatste punt over de woningen vindt Louis Coolen is dat er goed moet blijven worden ingespeeld op de huidige wens. Zo worden er nog steeds telefoonaansluitingen gerealiseerd in nieuwbouwwoningen terwijl bijna niemand deze gebruikt.

Er zou meer moeten worden nagedacht over innovatie en met de tijd meegaan hierin.

7 Hoe voelt het om klant te zijn bij Stam + De Koning

Om te kunnen denken vanuit een koper zijn er kopers gesprekken bijgewoond. Dit was zowel een eerste als tweede gesprek. Door te verplaatsen in de koper en te observeren wat er in een gesprek gebeurd kunnen er conclusies worden getrokken, die meegenomen zijn in het onderzoek. In deze bijlage zijn de uitwerkingen van deze gesprekken opgenomen.

7.1 Eerste kopers gesprek 21-10-2016

Duur van het gesprek 45 minuten.

Het gesprek begint met het bespreken van indelingsmogelijkheden. Hierbij liggen de plattegronden op A3 formaat uitgeprint op tafel. Ook ligt de meerwerklijst op tafel erbij, met hierop alle mogelijke opties. De klant heeft voor zichzelf al bekend wat deze in de woning wil hebben.

Het gesprek begint passief vanuit de aannemer. De koper krijgt de tijd en ruimte om zagezegd te roepen. Met welke onderdeel het gesprek begint is dus ook afhankelijk van de koper. In dit geval start het gesprek met de keuken. Deze koper gaat erg veel zelf in de woning doen, i.v.m. connecties binnen de bouwwereld. De keuken zal deze koper dus ook uitbesteden. De keuken zal deze koper dus ook uitbesteden. Wel heeft de koper een installatietekening bij, en kijkt Stam + De Koning hoe ze de koper het meest tegemoet kunnen komen met de huidige aansluitingen te verplaatsen. Ook krijgt de koper nog advies over de hoeveelheid groepen die hij moet laten maken.

Daarnaast geeft de koper aan later zelf mogelijk een uitbouw te willen realiseren. Stam + De Koning adviseert hier de koper in wat hij vast moet meenemen met de bouw.

Het is te merken dat dit gesprek niet tot weinig wordt geleid door Stam + De Koning. Klant heeft bijvoorbeeld thuis al veel keuzes doorgenomen, maar tijdens het gesprek blijkt de koper niet te snappen hoe het zit omtrent de televisie en internet aansluiting. Hier is dus in eerste instantie geen uitleg over geweest tegen de koper.

Wel heeft de koper alle vrijheid in wat hij wil in de woning.

Alle verplaatsingen in de woning zijn kosteloos. (dit is wel afhankelijk per project, welk vloertype wordt gebruikt).

Na het bespreken van de wensen is er nog een korte uitleg vanuit Stam + De Koning.

Maar er is weinig uitleg over waarom dingen zijn zoals ze zijn.

De klant is in aanmerking met het project gekomen door bekende welke een huis hebben gekocht in een eerdere fase.

Er is begonnen met een digitale showroom van de sanitair leverancier. Klant geeft aan dit lastig te vinden. Stam + De Koning gaat hier verder niet op in, en laat de klant dit zagezegd zelf uitzoeken.

Klant had nog een vraag over de waterdruk, krijgt hier wel een antwoord op, maar dit antwoord is eigenlijk niet afdoende. De klant heeft verder verkeerde verwachtingen vanuit de makelaar gekregen. Zo denkt de koper dat de oplevering rond de lente zal zijn, maar is dit in realiteit rond november. Stam + De Koning geeft aan dat ze er ook niks aan kunnen doen dat de makelaar dit fout gezegd heeft. De koper krijgt verder geen tijdpad/idee voor de komende tijd.

7.2 Tweede kopers gesprek 26-10-2016

Duur van het gesprek 60 minuten.

Het gesprek vond plaats tussen kopers van het project Dijkstraten en de kopersbegeleider van Stam + De Koning Ruud Sporen. Dit was voor de kopers het tweede gesprek met de kopersbegeleider. In dit gesprek zijn de eerste gekozen opties verwerkt in de tekening en deze worden in het gesprek besproken. Verder is er in de gesprek de mogelijkheid voor de koper om nog meer dingen te kiezen of wijzigen.

Vanuit de kopersbegeleider werd er aangegeven dat aan de hand van de tekeningen de offerte zou worden doorgesproken. Tijdens het gesprek neemt de kopersbegeleider de leiding en de koper geeft antwoord of opmerkingen op de gestelde vragen. Het gesprek startte ook snel met de vraag of de showroom voor de installateur al bekend is, maar er werd aangegeven dat deze nog steeds niet bekend is. Dit komt omdat het momenteel erg druk is in de bouwsector en de desbetreffende sanitair leverancier geen showroom vrij heeft. Koper gaf aan dit jammer te vinden en maak zich zorgen, omdat de deadline voor het keuzemoment al dichtbij is. De kopersbegeleider gaf aan dat dit niet ten kostte van de koperskeuzes zal gaan, dat de deadlines zullen worden verschoven, zodat de koper meer tijd krijgt en hier niet de dupe van wordt.

De kopers gaven in het gesprek aan dat ze geen bouwkundige achtergrond hebben en dat ze het lastig vinden om zich voor te stellen hoe groot het nu in werkelijkheid wordt. De kopers gaven aan dat het soms lastig is om een goed visueel beeld te krijgen van hoe iets er uit ziet. Wanneer Stam + De Koning afbeeldingen had aangereikt bij de keuzes, was dit voor de klant gemakkelijker geweest.

Tijdens het gesprek is er gesproken over de offerte met de daarbij behorende prijzen. De kopersbegeleider gaf aan dat er inkoopvoordeel behaald werd als er veel kopers dezelfde deuren kochten. De koper vond dit fijn en gaf aan dat het een mooie prijs was die de koper zelf ook in gedachten had. De kosten voor een inbouwspotje in het plafond viel de koper dan wel tegen. De kopersbegeleider gaf aan dat het wel een hoog bedrag is, maar toen er uitlegt werd het zo duur was, konden de kopers het al beter begrijpen. Het is goed dat er openheid gegeven wordt over de prijs opbouw.

De koper kreeg aan het einde van het gesprek nog wel huiswerk mee naar huis. Zo moest de koper een verlichtingsplan maken. Bij dit plan geeft de koper op tekening aan waar de verlichting dient te komen. Ook dient de koper aan te geven waar de stopcontacten en lichtschakelaars dienen te worden geplaatst. Dit kan worden gedaan middels symbolen. Er werd uitgelegd welk symbool waarvoor staat, dit omdat het best technische symbolen zijn. Het was voor de koper fijner geweest om een lijst te krijgen met uitleg over de symbolen, zodat het thuis ook nog duidelijk is.

De kopers kwamen ook nog met de vraag of er glasvezel in de wijk aangelegd zou worden. Dit wist te kopersbegeleider niet zeker maar gaf aan dat dit wel zijn verwachting was. Om de klant geen verkeerde verwachting mee te geven, kan er beter gekozen worden om hier op terug te komen.

Verder wordt er verteld dat de koper altijd kan bellen of mailen. Echter geeft de kopersbegeleider wel aan telefonisch niet altijd goed bereikbaar te zijn dus dat een bericht op het online platform volg je woning beter werkt.

8 Enquêtes

Binnen Stam + De Koning zijn er in het verleden bij verschillende projecten enquêtes afgenomen. De meeste relevante projecten zijn in deze bijlage opgenomen. De projecten welke zijn uitgewerkt zijn; Oeverlanden, Ruyschenberg 1 en 2 en Overburght.

De uitwerking van deze enquêtes zijn hieronder weergegeven. In het groen is de categorie met het grootste aantal antwoorden per vraag weergegeven, de categorie met de daaropvolgend aantal antwoorden (met uitzondering van geen mening) is het in het blauw weergegeven.

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
Wat is uw leeftijd?						
<30	3	22	7	0	32	28,83%
30-40	4	20	6	0	30	27,03%
41-50	3	7	3	1	14	12,61%
51-60	2	1	5	4	12	10,81%
>60	0	1	5	12	18	16,22%
Geen keuze	0	1	0	4	5	4,50%
					111	100,00%

Uit hoeveel personen bestaat uw gezin?						
1	1	2	6	3	12	10,81%
2	7	26	11	13	57	51,35%
3	1	8	2	1	12	10,81%
4 of 5	3	16	5	0	24	21,62%
6 of meer	0	0	2	0	2	1,80%
geen keuze	0	0	0	4	4	3,60%
					111	100,00%

Is de woning uiteindelijk geworden zoals u zich deze had voorgesteld?

Architectuur van de woning?						
zeer tevreden	2	24	8	6	40	36,04%
tevreden	10	28	18	12	68	61,26%
geen mening	0	1	0	0	1	0,90%
ontevreden	0	0	0	1	1	0,90%
zeer ontevreden	0	0	0	1	1	0,90%
niet van toepassing	0	0	0	0	0	0,00%
					111	100,00%

Afwerkingsniveau van de woning?						
zeer tevreden	2	0	2	2	6	5,41%
tevreden	5	25	13	12	55	49,55%
geen mening	0	4	4	1	9	8,11%
ontevreden	4	15	8	4	31	27,93%
zeer ontevreden	2	7	0	1	10	9,01%
niet van toepassing	0	0	0	0	0	0,00%
					111	100,00%

De prijs/kwaliteit van de woning?						
zeer tevreden	2	0	3	0	5	4,50%
tevreden	6	25	10	10	51	45,95%
geen mening	0	9	8	5	22	19,82%
ontevreden	4	15	4	4	27	24,32%
zeer ontevreden	0	3	0	1	4	3,60%
niet van toepassing	0	0	1	1	2	1,80%
					111	100,00%

De indeling van de woning?						
zeer tevreden	3	3	5	6	17	15,32%
tevreden	8	41	18	13	80	72,07%
geen mening	0	5	0	0	5	4,50%
ontevreden	1	4	3	1	9	8,11%
zeer ontevreden	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	0	0	0	0,00%
					111	

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
De grootte van de woonkamer?						
zeer tevreden	3	2	12	9	26	23,42%
tevreden	7	24	11	10	52	46,85%
geen mening	1	7	0	0	8	7,21%
ontevreden	2	16	3	1	22	19,82%
zeer ontevreden	0	2	0	0	2	1,80%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,90%
					111	100,00%
De grootte van de keuken?						
zeer tevreden	3	4	7	14	28	25,23%
tevreden	8	33	14	5	60	54,05%
geen mening	1	3	0	0	4	3,60%
ontevreden	0	11	5	1	17	15,32%
zeer ontevreden	0	1	0	0	1	0,90%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,90%
					111	100,00%
De grootte van de hoofdslaapkamer?						
zeer tevreden	2	16	5	8	31	34,07%
tevreden	10	16	17	11	54	59,34%
geen mening	0	0	1	0	1	1,10%
ontevreden	0	1	3	1	5	5,49%
zeer ontevreden	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	0	0	0	0,00%
					91	100,00%
De grootte van de overige slaapkamers?						
zeer tevreden	1	8	3	1	13	12,26%
tevreden	10	36	18	16	80	75,47%
geen mening	1	4	0	1	6	5,66%
ontevreden	0	5	0	2	7	6,60%
zeer ontevreden	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	0	0	0	0,00%
					106	100,00%
De grootte van de tuin?						
zeer tevreden	0	5	3	1	9	8,11%
tevreden	10	33	16	8	67	60,36%
geen mening	1	7	3	6	17	15,32%
ontevreden	1	6	4	4	15	13,51%
zeer ontevreden	0	1	0	0	1	0,90%
niet van toepassing	0	0	0	2	2	1,80%
					111	100,00%
Wat voor cijfer geeft u de woning in het algemeen?						
1	0	0	0	0	0	0,00%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	0	0	0	1	1	0,93%
4	0	0	0	0	0	0,00%
5	0	1	0	0	1	0,93%
6	1	6	1	0	8	7,48%
7	3	18	5	5	31	28,97%
8	6	23	14	13	56	52,34%
9	2	2	4	1	9	8,41%
10	0	0	1	0	1	0,93%
					107	100,00%

Projecten Ruyschenberg 2 Oeverlanden Ruyschenberg 1 Overburght Totaal Percentage
Hoe tevreden bent u over de voorzieningen binnen uw directe omgeving?
Groenvoorziening?

zeer tevreden	1	7	2	1	11	9,73%
tevreden	10	33	11	5	59	52,21%
geen mening	0	11	12	12	35	30,97%
ontevreden	2	1	0	2	5	4,42%
zeer ontevreden	0	1	1	0	2	1,77%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,88%
					113	100,00%

Parkeervoorziening bezoekers?

zeer tevreden	1	6	1	2	10	9,09%
tevreden	9	18	6	7	40	36,36%
geen mening	0	2	12	5	19	17,27%
ontevreden	2	16	5	4	27	24,55%
zeer ontevreden	0	9	2	2	13	11,82%
niet van toepassing	0	1	0		1	0,91%
					110	100,00%

Speelvoorziening kinderen?

zeer tevreden	4	2	0	1	7	6,25%
tevreden	9	26	2	8	45	40,18%
geen mening	0	14	21	11	46	41,07%
ontevreden	0	9	2	0	11	9,82%
zeer ontevreden	0	1	1	0	2	1,79%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,89%
					112	100,00%

Openbare verlichting?

zeer tevreden	1	6	0	1	8	7,21%
tevreden	9	41	7	4	61	54,95%
geen mening	2	2	15	12	31	27,93%
ontevreden	0	2	3	2	7	6,31%
zeer ontevreden	0	1	1	1	3	2,70%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,90%
					111	100,00%

Openbare bestrating?

zeer tevreden	2	3	1	3	9	7,89%
tevreden	11	26	2	6	45	39,47%
geen mening	0	3	16	4	23	20,18%
ontevreden	0	19	1	2	22	19,30%
zeer ontevreden	0	3	6	6	15	13,16%
niet van toepassing	0	0	0	0	0	0,00%
					114	100,00%

Hoe belangrijk vindt u de voorzieningen binnen uw directe omgeving?**Groenvoorziening?**

zeer belangrijk	5	0	17	9	31	29,81%
belangrijk	6	33	7	10	56	53,85%
geen mening	0	11	1	0	12	11,54%
onbelangrijk	0	1	0	0	1	0,96%
zeer belangrijk	0	1	0	0	1	0,96%
niet van toepassing	0	0	1	2	3	2,88%
					104	100,00%

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
Parkeervoorziening bezoekers?						
zeer belangrijk	5	0	12	9	26	45,61%
belangrijk	6	0	13	8	27	47,37%
geen mening	0	0	0	2	2	3,51%
onbelangrijk	0	0	0	0	0	0,00%
zeer belangrijk	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	0	2	2	3,51%
					57	100,00%

Speelvoorziening kinderen?						
zeer belangrijk	4	0	10	0	14	23,73%
belangrijk	5	0	5	10	20	33,90%
geen mening	1	0	7	5	13	22,03%
onbelangrijk	1	0	2	3	6	10,17%
zeer belangrijk	0	0	0	1	1	1,69%
niet van toepassing	1	0	2	2	5	8,47%
					59	100,00%

Openbare verlichting?						
zeer belangrijk	5	0	15	10	30	50,85%
belangrijk	6	0	10	9	25	42,37%
geen mening	0	0	0	0	0	0,00%
onbelangrijk	0	0	0	0	0	0,00%
zeer belangrijk	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	1	0	1	2	4	6,78%
					59	100,00%

Openbare bestrating?						
zeer belangrijk	4	0	18	10	32	54,24%
belangrijk	7	0	7	8	22	37,29%
geen mening	0	0	0	0	0	0,00%
onbelangrijk	0	0	0	0	0	0,00%
zeer belangrijk	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	1	0	1	3	5	8,47%
					59	100,00%

Wat gaf voor u de doorslag bij de aankoop van uw woning?						
de woning	7	35	21	16	79	41,58%
de omgeving	11	29	20	14	74	38,95%
de prijs	6	5	7	1	19	10,00%
anders	2	10	1	5	18	9,47%
					190	100,00%

Deel 2

Wat voor cijfer geeft u de verkoopdocumentatie?						
1	0	0	0	0	0	0,00%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	0	0	0	1	1	0,99%
4	0	2	0	0	2	1,98%
5	0	5	0	2	7	6,93%
6	1	14	3	4	22	21,78%
7	4	24	8	4	40	39,60%
8	5	3	13	6	27	26,73%
9	1	0	1	0	2	1,98%
10	0	0	0	0	0	0,00%
					101	100,00%

Projecten

Ruyschenberg 2 Oeverlanden Ruyschenberg 1 Overburght Totaal Percentage

Hoe beoordeelt u de verkoopdocumentatie?**Duidelijkheid?**

goed	5	12	7	3	27	24,32%
voldoende	5	30	17	14	66	59,46%
geen mening	0	2	0	0	2	1,80%
onvoldoende	2	6	1	4	13	11,71%
slecht	0	0	0	0	0	0,00%
geen keuze	0	0	1	2	3	2,70%
					111	100,00%

Volledigheid?

goed	3	2	5	2	12	10,81%
voldoende	6	31	18	7	62	55,86%
geen mening	2	4	1	4	11	9,91%
onvoldoende	1	13	1	5	20	18,02%
slecht	0	0	0	1	1	0,90%
geen keuze	0	2	1	2	5	4,50%
					111	100,00%

Waarheidsgehalte?

goed	4	2	8	1	15	13,51%
voldoende	5	26	14	6	51	45,95%
geen mening	1	6	1	4	12	10,81%
onvoldoende	1	10	2	7	20	18,02%
slecht	1	6	0	1	8	7,21%
geen keuze	0	2	1	2	5	4,50%
					111	100,00%

Lay out/ verzorging

goed	5	12	8	1	26	23,42%
voldoende	7	32	16	6	61	54,95%
geen mening	0	5	0	4	9	8,11%
onvoldoende	0	1	1	7	9	8,11%
slecht	0	0	0	1	1	0,90%
geen keuze	0	2	1	2	5	4,50%
					111	100,00%

Hoe tevreden bent u over de makelaar?**Dienstverlening**

zeer tevreden	2	8	7	1	18	10,59%
tevreden	7	32	14	13	66	38,82%
geen mening	2	33	25	7	67	39,41%
ontevreden	0	10	3	2	15	8,82%
zeer ontevreden	0	0	3	1	4	2,35%
					170	100,00%

Klantvriendelijkheid

zeer tevreden	3	10	7	1	21	12,57%
tevreden	6	36	14	14	70	41,92%
geen mening	1	32	25	6	64	38,32%
ontevreden	0	4	1	3	8	4,79%
zeer ontevreden	1	0	3	0	4	2,40%
					167	100,00%

Uitleg procedure koopaannemingsovereenkomst

zeer tevreden	3	0	7	2	12	13,79%
tevreden	8	0	16	12	36	41,38%
geen mening	0	0	24	6	30	34,48%
ontevreden	1	0	2	4	7	8,05%
zeer ontevreden	0	0	2	0	2	2,30%
					87	100,00%

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
Wat voor cijfer geeft u de makelaar?						
1	0	0	2	0	2	1,67%
2	0	1	1	0	2	1,67%
3	0	0	0	2	2	1,67%
4	0	0	1	0	1	0,83%
5	1	4	1	3	9	7,50%
6	1	14	10	2	27	22,50%
7	5	18	7	10	40	33,33%
8	3	13	8	2	26	21,67%
9	1	5	2	0	8	6,67%
10	0	0	3	0	3	2,50%
					120	100,00%
Hoe tevreden bent u over de notaris?						
Dienstverlening						
zeer tevreden	2	11	5	1	2	9,52%
tevreden	10	37	15	5	8	38,10%
geen mening	0	2	2	12	7	33,33%
ontevreden	0	1	2	2	1	4,76%
zeer ontevreden	0	1	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	2	1	3	14,29%
					21	100,00%
Klantvriendelijkheid						
zeer tevreden	2	16	7	1	2	9,52%
tevreden	10	34	13	5	8	38,10%
geen mening	0	1	2	12	7	33,33%
ontevreden	0	0	1	2	1	4,76%
zeer ontevreden	0	1	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	3	1	3	14,29%
					21	100,00%
Uitleg over akte						
zeer tevreden	2	0	6	1	2	9,52%
tevreden	10	0	14	5	8	38,10%
geen mening	0	0	2	12	7	33,33%
ontevreden	0	0	1	2	1	4,76%
zeer ontevreden	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	0	0	3	1	3	14,29%
					21	100,00%
Wat voor cijfer geeft u de notaris?						
1	0	0	0	0	0	0,00%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	0	0	1	0	1	6,25%
4	0	0	0	0	0	0,00%
5	0	0	1	3	0	0,00%
6	0	6	1	1	3	18,75%
7	6	15	6	8	7	43,75%
8	4	24	12	4	4	25,00%
9	2	6	2	7	1	6,25%
10	0	1	1	1	0	0,00%
					16	100,00%

Projecten Ruyschenberg 2 Oeverlanden Ruyschenberg 1 Overburght Totaal Percentage
Deel 3**Hoe tevreden bent u over de kopersbegeleiding van Stam + De Koning bouw?****Dienstverlening**

zeer tevreden	3	0	7	6	16	14,29%
tevreden	4	25	15	7	51	45,54%
geen mening	1	6	1	1	9	8,04%
ontevreden	3	15	3	7	28	25,00%
zeer ontevreden	1	6	0	0	7	6,25%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,89%
					112	100,00%

Bereikbaarheid

zeer tevreden	3	2	4	4	13	11,61%
tevreden	4	31	16	12	63	56,25%
geen mening	1	2	2	3	8	7,14%
ontevreden	2	14	2	2	20	17,86%
zeer ontevreden	2	3	2	0	7	6,25%
niet van toepassing	0	0	0	1	1	0,89%
					112	100,00%

Keuzemogelijkheden

zeer tevreden	1	0	6	2	9	8,11%
tevreden	5	18	16	10	49	44,14%
geen mening	5	10	1	3	19	17,12%
ontevreden	0	18	1	5	24	21,62%
zeer ontevreden	1	6	0	0	7	6,31%
niet van toepassing	0	0	2	1	3	2,70%
					111	100,00%

**Wat voor cijfer geeft u de dienstverlening met
betrekking tot de kopersbegeleiding van Stam + De Koning bouw?**

1	0	2	0	1	3	2,78%
2	0	3	0	0	3	2,78%
3	1	0	0	0	1	0,93%
4	0	4	1	0	5	4,63%
5	2	10	1	2	15	13,89%
6	1	15	3	4	23	21,30%
7	3	16	9	8	36	33,33%
8	2	1	9	1	13	12,04%
9	3	0	1	4	8	7,41%
10	0	0	1	0	1	0,93%
					108	100,00%

Hoe tevreden bent u over het standaard aangeboden meerwerk?**Keuken**

zeer tevreden	0	1	1	2	4	3,57%
tevreden	4	12	4	5	25	22,32%
geen mening	6	15	12	9	42	37,50%
ontevreden	1	14	7	4	26	23,21%
zeer ontevreden	0	11	0	0	11	9,82%
niet van toepassing	1	0	2	1	4	3,57%
					112	100,00%

Sanitair

zeer tevreden	1	0	1	3	5	4,42%
tevreden	4	8	11	11	34	30,09%
geen mening	6	12	6	2	26	23,01%
ontevreden	1	13	6	4	24	21,24%
zeer ontevreden	0	20	0	0	20	17,70%
niet van toepassing	1	0	2	1	4	3,54%
					113	100,00%

Projecten

Ruyschenberg 2 Oeverlanden Ruyschenberg 1 Overburght Totaal Percentage

Tegels

zeer tevreden	1	0	2	3	6	5,41%
tevreden	4	8	9	15	36	32,43%
geen mening	5	17	8	0	30	27,03%
ontevreden	1	13	4	2	20	18,02%
zeer ontevreden	0	14	1	0	15	13,51%
niet van toepassing	1	0	2	1	4	3,60%
					111	100,00%

Bouwkundige meerwerk

zeer tevreden	1	0	2	2	5	8,47%
tevreden	5	0	19	10	34	57,63%
geen mening	4	0	1	2	7	11,86%
ontevreden	0	0	2	5	7	11,86%
zeer ontevreden	1	0	0	1	2	3,39%
niet van toepassing	1	0	2	1	4	6,78%
					59	100,00%

Installatietechnisch meerwerk

zeer tevreden	1	0	2	1	4	6,78%
tevreden	5	0	16	10	31	52,54%
geen mening	5	0	6	3	14	23,73%
ontevreden	0	0	2	4	6	10,17%
zeer ontevreden	0	0	0	1	1	1,69%
niet van toepassing	1	0	0	2	3	5,08%
					59	100,00%

Standaard aangeboden meerwerk

1	0	0	0	0	0	0,00%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	1	0	0	0	1	2,94%
4	0	0	0	0	0	0,00%
5	0	0	4	0	4	11,76%
6	2	0	5	0	7	20,59%
7	5	0	5	0	10	29,41%
8	2	0	10	0	12	35,29%
9	0	0	0	0	0	0,00%
10	0	0	0	0	0	0,00%
					34	100,00%

Standaard aangeboden accessoires

1	0	5	0	0	5	7,14%
2	0	3	0	0	3	4,29%
3	0	5	0	1	6	8,57%
4	0	7	0	1	8	11,43%
5	0	11	0	0	11	15,71%
6	0	11	0	8	19	27,14%
7	0	7	0	7	14	20,00%
8	0	1	0	3	4	5,71%
9	0	0	0	0	0	0,00%
10	0	0	0	0	0	0,00%
					70	100,00%

Deel 4**Hoe tevreden bent u over de dienstverlening van keukenleverancier?**

zeer tevreden	1	13	8	10	32	21,33%
tevreden	5	17	10	4	36	24,00%
geen mening	14	13	5	9	41	27,33%
ontevreden	1	11	7	6	25	16,67%
zeer ontevreden	0	11	4	1	16	10,67%
					150	

Projecten

Ruyschenberg 2 Oeverlanden Ruyschenberg 1 Overburgh Totaal Percentage

Wat voor cijfer geeft u de dienstverlening van de keukenleveranciers?

1	0	3	3	0	6	5,00%
2	0	3	1	0	4	3,33%
3	0	5	0	2	7	5,83%
4	0	6	1	0	7	5,83%
5	0	5	1	3	9	7,50%
6	3	5	5	6	19	15,83%
7	1	12	6	1	20	16,67%
8	6	12	3	5	26	21,67%
9	0	7	5	4	16	13,33%
10	0	0	4	2	6	5,00%
					120	100,00%

Wat voor cijfer geeft u de bereikbaarheid van de keukenleverancier ?

1	0	0	1	0	1	1,59%
2	0	0	1	0	1	1,59%
3	0	0	0	0	0	0,00%
4	0	0	1	1	2	3,17%
5	0	0	2	0	2	3,17%
6	1	0	6	2	9	14,29%
7	3	0	3	9	15	23,81%
8	6	0	8	4	18	28,57%
9	0	0	5	6	11	17,46%
10	0	0	3	1	4	6,35%
					63	100,00%

Wat voor cijfer geeft u de keuzemogelijkheden van de keukenleveranciers?

1	0	0	1	0	1	1,56%
2	0	0	1	0	1	1,56%
3	0	0	0	0	0	0,00%
4	0	0	0	0	0	0,00%
5	0	0	1	3	4	6,25%
6	1	0	1	1	3	4,69%
7	1	0	9	8	18	28,13%
8	7	0	9	4	20	31,25%
9	0	0	5	7	12	18,75%
10	1	0	3	1	5	7,81%
					64	100,00%

Hoe tevreden bent u over de dienstverlening van de sanitairleverancier?

zeer tevreden	1	0	3	3	7	11,86%
tevreden	3	0	14	9	26	44,07%
geen mening	4	0	3	3	10	16,95%
ontevreden	1	0	3	5	9	15,25%
zeer ontevreden	1	0	0	0	1	1,69%
niet van toepassing	2	0	3	1	6	10,17%
					59	100,00%

Wat voor cijfer geeft u de dienstverlening met betrekking tot de sanitairleverancier?

1	0	2	0	0	2	2,50%
2	0	2	0	1	3	3,75%
3	2	0	1	0	3	3,75%
4	0	3	0	1	4	5,00%
5	0	2	2	3	7	8,75%
6	0	10	3	6	19	23,75%
7	1	11	5	4	21	26,25%
8	3	4	7	5	19	23,75%
9	0	0	2	0	2	2,50%
10	0	0	0	0	0	0,00%
					80	100,00%

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
Wat voor cijfer geeft u de bereikbaarheid van sanitairleverancier?						
1	0	0	0	1	1	2,08%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	1	0	1	0	2	4,17%
4	0	0	0	2	2	4,17%
5	0	0	2	1	3	6,25%
6	2	0	2	6	10	20,83%
7	1	0	5	8	14	29,17%
8	2	0	8	3	13	27,08%
9	0	0	2	0	2	4,17%
10	0	0	1	0	1	2,08%
					48	100,00%
Wat voor cijfer geeft u de keuzemogelijkheden van sanitairleverancier?						
1	0	0	0	0	0	0,00%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	1	0	1	2	4	8,33%
4	1	0	0	1	2	4,17%
5	0	0	0	0	0	0,00%
6	0	0	1	6	7	14,58%
7	1	0	7	6	14	29,17%
8	3	0	10	5	18	37,50%
9	0	0	2	1	3	6,25%
10	0	0	0	0	0	0,00%
					48	100,00%
Hoe tevreden bent u over de dienstverlening van de tegelleverancier?						
zeer tevreden	1	0	5	3	9	15,25%
tevreden	3	0	12	15	30	50,85%
geen mening	4	0	1	0	5	8,47%
ontevreden	0	0	4	2	6	10,17%
zeer ontevreden	0	0	0	0	0	0,00%
niet van toepassing	4	0	4	1	9	15,25%
					59	100,00%
Wat voor cijfer geeft u de dienstverlening met betrekking tot de tegelleverancier ?						
1	0	1	0	0	1	1,30%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	0	1	0	1	2	2,60%
4	0	1	1	2	4	5,19%
5	0	4	2	0	6	7,79%
6	1	7	2	3	13	16,88%
7	1	11	6	7	25	32,47%
8	3	5	7	3	18	23,38%
9	1	0	3	4	8	10,39%
10	0	0	0	0	0	0,00%
					77	100,00%
Wat voor cijfer geeft u de bereikbaarheid van tegelleverancier?						
1	0	0	0	0	0	0,00%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	0	0	1	1	2	4,26%
4	0	0	0	0	0	0,00%
5	0	0	0	0	0	0,00%
6	1	0	0	2	3	6,38%
7	1	0	5	10	16	34,04%
8	3	0	10	7	20	42,55%
9	1	0	2	1	4	8,51%
10	0	0	2	0	2	4,26%
					47	100,00%

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
Wat voor cijfer geeft u de keuzemogelijkheden van tegelleverancier?						
1	0	0	0	1	1	2,13%
2	0	0	0	0	0	0,00%
3	0	0	0	0	0	0,00%
4	0	0	0	0	0	0,00%
5	0	0	3	1	4	8,51%
6	1	0	1	2	4	8,51%
7	1	0	3	5	9	19,15%
8	3	0	8	7	18	38,30%
9	1	0	5	4	10	21,28%
10	0	0	1	0	1	2,13%
					47	100,00%

Waren er voor u voldoende mogelijkheden om andere wijzigingen af te spreken buiten de lijst van meer en minderwerk?

ik had geen andere wensen	2	7	3	3	15	14,42%
ja, voldoende	3	21	17	10	51	49,04%
nee,	2	20	4	7	33	31,73%
geen keuze	0	2	2	1	5	4,81%
					104	100,00%

Deel 5

Bent u tijdens de bouw goed op de hoogte gehouden over de voortgang?

ja	4	24	21	14	63	56,76%
nee	2	25	4	6	37	33,33%
geen keuze	6	3	1	1	11	9,91%
					111	100,00%

Wat is uw oordeel over de koperskijddagen en de nieuwsbrief?

Koperskijddag

zeer tevreden	2	2	6	3	13	11,50%
tevreden	5	32	18	13	68	60,18%
geen mening	3	1	0	1	5	4,42%
ontevreden	0	13	1	4	18	15,93%
zeer ontevreden	0	3	0	0	3	2,65%
niet van toepassing	3	1	1	1	6	5,31%
					113	100,00%

Nieuwsbrief

zeer tevreden	0	1	4	2	7	6,03%
tevreden	3	24	17	7	51	43,97%
geen mening	5	7	1	7	20	17,24%
ontevreden	1	17	2	2	22	18,97%
zeer ontevreden	0	3	0	1	4	3,45%
niet van toepassing	3	5	2	2	12	10,34%
					116	100,00%

Wat voor cijfer geeft u de informatievoorziening tijdens het bouwtraject?

1	0	2	0	0	2	2,02%
2	0	1	0	0	1	1,01%
3	0	0	0	2	2	2,02%
4	0	4	1	0	5	5,05%
5	1	11	0	2	14	14,14%
6	2	16	2	6	26	26,26%
7	2	14	11	4	31	31,31%
8	1	2	6	6	15	15,15%
9	0	1	0	0	1	1,01%
10	0	0	2	0	2	2,02%
					99	100,00%

Projecten	Ruyschenberg 2	Oeverlanden	Ruyschenberg 1	Overburght	Totaal	Percentage
Hoe beoordeelt u de informatiemap die u bij de oplevering heeft ontvangen?						
Duidelijkheid						
goed	4	12	6	3	8	29,63%
voldoende	5	30	17	14	13	48,15%
geen mening	2	7	2	0	1	3,70%
onvoldoende	0	2	0	4	4	14,81%
slecht	0	0	0	0	0	0,00%
geen keuze	1	1	1	2	1	3,70%
					27	100,00%
Volledigheid						
goed	4	11	5	7	27	24,11%
voldoende	5	29	17	10	61	54,46%
geen mening	2	8	2	1	13	11,61%
onvoldoende	0	3	2	2	7	6,25%
slecht	0	0	0	0	0	0,00%
geen keuze	1	1	1	1	4	3,57%
					112	100,00%
Lay out/ verzorging						
goed	5	6	5	4	20	17,86%
voldoende	4	33	18	15	70	62,50%
geen mening	2	11	2	0	15	13,39%
onvoldoende	0	2	0	1	3	2,68%
slecht	0	0	0	0	0	0,00%
geen keuze	1	1	1	1	4	3,57%
					112	100,00%
Hoe tevreden bent u over de oplevering van uw woning?						
Houding van medewerking Stam + De Koning?						
zeer tevreden	3	6	12	10	31	27,93%
tevreden	7	28	11	8	54	48,65%
geen mening	1	4	1	0	6	5,41%
ontevreden	1	9	2	1	13	11,71%
zeer ontevreden	0	4	0	0	4	3,60%
niet van toepassing	0	1	0	2	3	2,70%
					111	100,00%
Manier waarop vragen en opmerkingen worden beantwoord?						
zeer tevreden	2	4	9	9	24	21,62%
tevreden	6	27	13	9	55	49,55%
geen mening	2	4	1	0	7	6,31%
ontevreden	2	13	3	2	20	18,02%
zeer ontevreden	0	3	0	0	3	2,70%
niet van toepassing	0	1	0	1	2	1,80%
					111	100,00%
De staat van de woning bij oplevering						
zeer tevreden	0	1	5	5	11	9,91%
tevreden	8	23	16	11	58	52,25%
geen mening	2	4	1	0	7	6,31%
ontevreden	2	17	3	3	25	22,52%
zeer ontevreden	0	6	1	1	8	7,21%
niet van toepassing	0	1	0	1	2	1,80%
					111	100,00%
Kwamen er bij de eindoplevering gebreken aan het licht						
ja	9	51	26	19	105	94,59%
nee	2	1	0	1	4	3,60%
geen keuze	1	0	0	1	2	1,80%

111

Projecten

Ruyschenberg 2 Oeverlanden Ruyschenberg 1 Overburght Totaal Percentage

Hoe tevreden bent u over het herstel van de gebreken?**Houding van de uitvoerend personeel bij herstel**

zeer tevreden	1	4	7	9	21	18,92%
tevreden	3	36	10	9	58	52,25%
geen mening	2	3	2	0	7	6,31%
ontevreden	3	6	6	2	17	15,32%
zeer ontevreden	1	2	0	0	3	2,70%
niet van toepassing	2	1	1	1	5	4,50%
					111	100,00%

Nakomen van het afgesproken tijdstip voor herstel?

zeer tevreden	1	2	5	9	17	15,32%
tevreden	2	21	12	9	44	39,64%
geen mening	1	3	1	1	6	5,41%
ontevreden	3	15	6	1	25	22,52%
zeer ontevreden	3	10	1	0	14	12,61%
niet van toepassing	2	1	1	1	5	4,50%
					111	100,00%

Het uiteindelijke herstel van de gebreken

zeer tevreden	0	1	5	7	13	11,71%
tevreden	3	25	13	6	47	42,34%
geen mening	2	4	4	4	14	12,61%
ontevreden	4	13	1	3	21	18,92%
zeer ontevreden	1	7	0	0	8	7,21%
niet van toepassing	2	2	3	1	8	7,21%
					111	100,00%

Wat voor cijfer geeft u de dienstverlening met betrekking tot de oplevering?

1	0	1	0	0	1	0,95%
2	1	1	0	0	2	1,90%
3	1	1	1	1	4	3,81%
4	3	4	2	0	9	8,57%
5	0	8	1	1	10	9,52%
6	2	14	2	3	21	20,00%
7	2	16	6	5	29	27,62%
8	1	4	10	6	21	20,00%
9	1	1	1	4	7	6,67%
10	0	0	1	0	1	0,95%
					105	100,00%

Stam + De Koning heeft oog voor de wensen van de klant?

Volledig eens	4	2	9	5	20	17,24%
Gedeeltelijk eens	3	26	14	8	51	43,97%
geen mening	1	1	1	1	4	3,45%
gedeeltelijk oneens	4	16	2	4	26	22,41%
volledig oneens	1	9	1	2	13	11,21%
geen keuze	0	0	1	1	2	1,72%
					116	100,00%

Stam + De Koning wordt door mij enthousiast aanbevolen?

Volledig eens	4	5	8	6	23	20,35%
Gedeeltelijk eens	1	18	12	9	40	35,40%
geen mening	1	8	3	2	14	12,39%
gedeeltelijk oneens	4	11	1	2	18	15,93%
volledig oneens	2	11	2	1	16	14,16%
geen keuze	0	0	1	1	2	1,77%
					113	100,00%

8.1 Resultaten enquêtes m.b.t. product

vanuit de gehouden enquêtes binnen Stam + De Koning, is er vanuit de grondgebonden koopwoningen gekeken naar beoordeling van het product. Dit resulteert in een respons van 154 antwoorden die in deze bijlage zijn uitgewerkt.

Respons: 154
Hoogste aantal
twee na hoogste aantal (m.u.v. geen mening)

	Ze er tevreden	Tevreden	Geen mening	Ontevreden	Ze er ontevreden
Architectuur van de woning	60	95	1	0	0
Afwerkingsniveau van de woning	8	108	9	36	11
De prijs/kwaliteit van de woning	6	88	24	31	4
De indeling van de woning	16	98	5	11	0
De grootte van de woonkamer	32	89	10	24	2
De grootte van de keuken	25	96	7	22	2
De grootte van de hoofslaapkamer	44	104	1	6	1
De grootte van de overige slaapkamers	20	112	5	11	
De grootte van de berging	13	87	25	17	2
De grootte van de tuin	10	89	10	26	3
Zonligging	35	70	15	10	0
Energiezuinigheid / installaties	17	30	17	2	0

	Ze er tevreden	Tevreden	Geen mening	Ontevreden	Ze er ontevreden
De groenvoorziening	17	80	47	12	4
Parkeervoorziening bezoekers	10	55	31	36	21
Speelvoorziening kinderen	6	46	74	24	6
Openbare verlichting	9	91	37	13	5
Openbare bestrating	7	56	47	11	16

	Ze er belangrijk	Belangrijk	Geen mening	Onbelangrijk	Ze er onbelangrijk
De Groenvoorziening	61	44	2	1	
Parkeervoorziening bezoekers	55	50	2	0	
Speelvoorziening kinderen	37	28	10	4	1
Openbare verlichting	47	51	0	1	
Openbare bestrating	51	40	0	0	0

9 Het ontzorgen van een klant

Het begrip ontzorgen is een steeds meer voorkomende term binnen de huidige bouwbedrijven. Met het begrip ontzorgen wordt bedoeld op het wegnemen van de zorgen van de klanten. Een synoniem voor het woord ontzorgen is ontlasten, het woord ontlasten betekent: “zorgen dat iets minder hinder ondervindt”. Een voorbeeld van zorgen welke een klant kan hebben zijn; het regelen van de financiering en gevolgen van gebrekkige communicatie.

Wanneer er wordt aangegeven dat de klant wordt ontzorgt wordt er dus bedoeld op het feit dat de klant geen hinder ondervindt van de betreffende situatie en hierbij zijn zorgen worden weggenomen.

Wanneer Stam + De Koning zijn kopers wil ontzorgen dient dus zowel de hinder van de klant te worden overgenomen als het feit dat de zorgen van de klant dient te worden weggenomen. Het ontzorgen van de kopers kan Stam + De Koning op verschillende vlakken doen, zoals naar voren komt bij de verbeterpunten welke terug te vinden zijn in hoofdstuk 4 van de scriptie.

- Verwachting managen
- Eenduidige communicatie
- Bereikbaarheid

Wanneer de verwachtingen van de klant juist worden gemanaged zal deze hierdoor deels worden ontzorgt. Doordat de verwachtingen van de klant kloppen met de ervaring zal deze hier zodanig in ontzorgt zijn.

Het is belangrijk eenduidige communicatie met de klant te voeren. Op deze manier is de communicatie en zijn de afspraken welke gemaakt zijn helder voor de klant en hoeft deze zich hier verder dus geen zorgen over te maken.

Verder is de bereikbaarheid belangrijk. Hierbij kan worden gedacht aan één vast aanspreekpunt over de gehele periode. Maar ook kan er hierbij worden gedacht aan dat de klant ten alle tijden bij iemand terecht kan.

Door de klant goed te begeleiden tijdens het proces zal deze zich ontzorgt voelen. Het voorstel is hierbij dat de klant in het begin een gesprek heeft bij Stam + De Koning. Hierbij kan de klant aangeven wat voor woning de klant zoekt en wat hierbij de eisen zijn. Ook kan er worden gesproken over wensen welke de klant als eventuele toevoegingen heeft. Dit wordt gekoppeld aan een budgetteringsgesprek zodat er gelijk gekeken kan worden welke woningen het beste bij de wens van de klant past maar ook binnen het gestelde budget blijft. Door hiermee het proces samen in te gaan wordt er een goede basis gelegd op het gebied van de verwachting met de klant managen.

Op deze manier kan de klant door Stam + De Koning worden ontzorgt zodanig dat deze uiteindelijk bij een woning uitkomt waar ook nog ruimte is voor alle persoonlijk wensen van de klant.

10 Bibliografie

(sd). Opgeroepen op 2016, van New ratio: http://newratio.com/over_newratio/

Berg, O. v., & Dooren, E. v. (2002). *Hoe tevreden is uw klant?* Deventer: Kluwer bv.

Bewust nieuw bouw. (2015, Maart 17). *hoe verloopt de oplevering*. Opgeroepen op 2016, van bewust nieuw bouw: <http://www.bewustnieuwbouw.nl/hoe-verloopt-de-oplevering/>

Bouwend Nederland. (2012). *De bouw in 2020*. Zoetermeer: Bouwend Nederland.

BPD. (z.j.). *over-bpd/disciplines*. Opgehaald van bdp: <http://www.bpd.nl/over-bpd/disciplines>

BPD. (z.j.). *over-bpd/nieuws/bpd-introduceert-online-aankoop-woning*. Opgehaald van bpd: <http://www.bpd.nl/over-bpd/nieuws/bpd-introduceert-online-aankoop-woning>

BPD. (z.j.). *over-pbd/missie-visie*. Opgehaald van bdp: <http://www.bpd.nl/over-bpd/missie-visie>

CBS. (2015, juni 30). *nieuws*. Opgeroepen op Oktober 2016, van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2015/27/gebruik-sociale-netwerken-sterk-toegenomen>

CBS. (2016, November 25). *Publication*. Opgeroepen op November 2016, van Centraal bureau voor de statistiek: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=81845NED&LA=NL>

CBS. (2016, 11 25). *Publication*. Opgeroepen op November 2016, van Centraal bureau voor de statistiek: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=81845NED&LA=NL>

De tuin van Elden. (z.j.). *locatie*. Opgeroepen op December 2016, van detuinvanelden: <http://www.detuinvanelden.nl/locatie>

e-makelaar. (z.j.). *over-e-makelaar*. Opgehaald van e-makelaar: <https://www.e-makelaar.nl/over-e-makelaar>

Gielen, J. (z.j.). Opgeroepen op 2016, van Squarespace: <https://static1.squarespace.com/static/50647a70e4b0e9530e2eb6b9/t/53d228d0e4b000707bc621f4/1406281936839/Een+woning+met+toekomst.pdf>

Gielen, J. (z.j.). *Een woning met toekomst*. Opgeroepen op November 21, 2016, van squarespace: <https://static1.squarespace.com/static/50647a70e4b0e9530e2eb6b9/t/53b1ba3ae4b0ce50b2e21fc2/1404156474131/Demontabele+woning+versie+2.pdf>

Gualthérie, T. (2010, september 15). *economie*. Opgeroepen op oktober 2016, van Volkskrant: <http://www.volkskrant.nl/economie/de-bouw-zit-zichzelf-in-de-weg~a1025389/>

Haagsma, R. (2013, Juli 02). *makelaar-buiten-spel-bij-verkoop*. Opgehaald van nieuwbouw-nederland: <https://www.nieuwbouw-nederland.nl/column/d725e/makelaar-buiten-spel-bij-verkoop-nieuwbouw/>

- Lagemaat, T. v. (2013). *De stille evolutie*. Barneveld: BDU media.
- Leanent. (2013). *value-stream-map*. Opgeroepen op December 15, 2016, van leanent:
<http://www.leanent.nl/value-stream-map>
- Oerlemans, G. (2015, November 16). *nieuws/wie-doet-wat*. Opgehaald van beterwonenin:
<http://www.beterwonenin.nl/nieuws/wie-doet-wat-de-makelaar-aan-het-woord/>
- Plus Wonen. (z.j.). *Projecten lent*. Opgeroepen op December 2016, van pluswonen:
<http://www.pluswonen.nl/nl/projecten/detail/lent-100-lent>
- Schop, G. J. (2016). Opgehaald van Managementmodellensite:
<https://managementmodellensite.nl/klantgerichtheid-7c-model-newratio/#.V-O3FU3VwiQ>
- Schop, G. J. (z.j.). *klantgerichtheid*. Opgeroepen op 2016, van Managementmodellensite:
<https://managementmodellensite.nl/klantgerichtheid-7c-model-newratio/#.V-O3FU3VwiQ>
- Sell it your self. (z.j.). *woning-verkoop*. Opgehaald van sellityourself:
<https://www.sellityourself.nl/woning-verkopen>
- Stam + De Koning Vastgoed. (2016). *Projecten/groene loper*. Opgeroepen op December 2016, van Stam + De Koning Vastgoed: <http://www.sdkvastgoed.nl/projecten/gerealiseerd/groene-loper---ruyschenberg/#text20>
- Stam + De Koning Vastgoed. (z.j.). *Projecten/ overburght*. Opgeroepen op December 2016, van sdkvastgoed: <http://www.sdkvastgoed.nl/projecten/in-ontwikkeling/overburght/>
- Stam + De Koning Vastgoed. (z.j.). *Projecten/oeverlanden*. Opgeroepen op December 2016, van sdkvastgoed: <http://www.sdkvastgoed.nl/projecten/gerealiseerd/oeverlanden/>
- Stam + De Koning. (z.j.). *projecten/vredesplein*. Opgeroepen op December 2016, van Stamendekoning: <http://www.stamendekoning.nl/nl/projecten/detail/vredesplein-eindhoven>
- Van Wanrooij. (z.j.). *Jaaroverzicht*. Opgehaald van Vanwanrooij:
<http://www.vanwanrooij.nl/jaaroverzicht/>
- Van Wanrooij. (z.j.). *over-van-wanrooij*. Opgehaald van vanwanrooij:
<http://www.vanwanrooij.nl/over-van-wanrooij/>
- Veenhoven, R. (1999). Op zoek naar de menselijke maat. *Rekenschap*, 83-95.
- Wouters Bouwadvies. (z.j.). *wonen*. Opgeroepen op December 2016, van wouters-bouwadvies:
<http://www.wouters-bouwadvies.nl/p16903,179/wonen/71-woningen-en-24-appartementen-Vredesplein-Eindhoven-1e-fase.aspx>