



Frank Jansen, commercieel directeur Klaassen Groep

## “Klantgericht bouwen kan met Conceptueel Bouwen nog veel beter”



“Als Klaassen Groep beschikken we al langere tijd over bouwconcepten. We beschikken ook over het keurmerk klantgericht bouwen, toch denken we dat daar nog een hele boel te winnen en te verbeteren valt”, zegt Frank Jansen, commercieel directeur van de Klaassen Bouwmaatschappij Deventer B.V. onderdeel uitmakend van de Klaassen Groep uit Dinxperlo. “Hoe merkwaardig ook, op een of andere manier lukt het ons niet voldoende, om de concepten over de Bühne te brengen. Daarmee is de waarde van het netwerk Conceptueel Bouwen nadrukkelijk aangegeven.”

Klaassen Bouwgroep beschikt over het Keurmerk Klantgericht Bouwen. Dit keurmerk wordt toegekend aan bedrijven, die bovengemiddeld presteren bij het (laten) bouwen van nieuwbouwwoningen. Bedrijven die aan de eisen voldoen, leveren woningen op met aanzienlijk minder oplevergebreken en scoren beter op het gebied van dienstverlening. Klaassen is zo'n bedrijf. “Wij voeren al een aantal jaren woningbouwconcepten. Zo beschikken we over het concept Casa Vita, een woonconcept gebaseerd op hout-skeletbouw waarbij de koper grote keuze vrijheid heeft



en waarbij de zorg voor het milieu in zijn algemeenheid een prominente plaats inneemt. Daarnaast beschikken wij over wat wij noemen ‘het woonconcept’ waarbij een koper de mogelijkheid heeft te kiezen uit een zestal verschillende basis vormen met een groot aantal opties.”

### Concepten

“Wij geloven ook heel nadrukkelijk in die concepten. Maar het blijkt steeds weer een enorme worsteling om ze voor het voetlicht te brengen. Hoe kunnen we de markt laten zien dat er volledig uitgewerkte concepten bestaan, hoe kunnen we de markt laten zien dat ze optimaal kunnen profiteren van de concepten? Hoe lukt het ons om die concepten serieuze aandacht en bekendheid te geven en hoe kunnen we de concepten het beste afzetten tegen bestaande traditionele benaderingen? We beginnen er ons verkoopgesprek steeds weer mee, maar dan zien dat er uiteindelijk toch veelal weer kiezen voor de traditionele manier van ontwerpen en bouwen. Ik denk”, aldus Jansen: “dat het enerzijds komt door de complexiteit van het bouwproces en het feit dat we te maken hebben met enorm veel beslissers die allen iets van zichzelf in een traject willen terug zien. Daarnaast speelt vertrouwen is cruciale rol. Bij toepassing van concepten wordt ontzorgd maar dan moet een opdrachtgever zich wel willen laten ontzorgen. Hoe jammer ook, moeten we helaas vast stellen dat de bouw nog steeds niet het beste imago heeft als het gaat om vertrouwen. Daar wordt op allerlei manieren hard aan gewerkt maar klaarblijkelijk zijn bestaande hobbels op dit vlak toch nog vaak echte obstakels.”

### Vertrouwen

“Met het vertrouwen, zal meer naar ons geluisterd worden. Zullen specifieke concept gerelateerde aspecten makkelijker worden geaccepteerd en zullen concepten ook als beter en efficiënter worden gezien. We hebben nog een lange weg te gaan. De auto-industrie en met name de auto-handel is in dat opzicht een branche waar bouwers nog wat van kunnen leren. Zorg voor een aantal standaardmodellen, met daarnaast de keuze uit een groot aantal opties. Juist binnen die auto-industrie is het denken in concepten algemeen geaccepteerd. Dat was mede de reden ons aan te sluiten bij het netwerk Conceptueel Bouwen. We zien absoluut toekomst in de concepten benadering en binnen het netwerk kunnen we veel leren van collega-bedrijven. Neem nu Velux die dat op zich perfect voor elkaar heeft. Te leren hoe we op een positieve manier een voet tussen de deur krijgen en waarom anderen wel en wij nog niet de juiste snaar weten te raken. En misschien ontstaat via het netwerk wel wat nieuws als Concept A en Concept B met elkaar over een Concept C in gesprek gaan. Wie weet? Want waar kun je beter zoeken naar samenwerking in concepten, dan in een netwerk waar men denkt en overtuigd is van de kracht van de concepten?”



# nieuwsbrief

Nummer 2 november 2007

conceptueel bouwen [www.coficient.nl](http://www.coficient.nl)  
[phuijbregts@coficient.nl](mailto:phuijbregts@coficient.nl) 040 29 13 596

aan- of afmeldingen nieuwsbrief:  
[nieuwsbrief@coficient.nl](mailto:nieuwsbrief@coficient.nl)

Klein deel van de omzet

“Wanneer ik kijk naar onze omzet”, aldus Jansen: “Dan vormen de concepten nog slechts een klein deel van onze omzet. Dat kan en moet gewoon beter. Het op een plezierige wijze presentabel maken van concepten is relatief lastig. En lukt dat dan toch dan blijken gedurende de ‘verkoopgesprekken’ de concepten op zich een goede basis maar al snel wil de potentiële opdrachtgever toch te sterk afwijken. Uiteindelijk ontstaat dan weer een andere methode, een andere benadering, waarbij het concept niet echt overeind is gebleven.

Tenslotte stel ik vast dat waar we natuurlijk ook tegenaan hikken, de Nederlandse regelgeving is, waarbij opdrachtgevers enerzijds beducht zijn alles door één partij te laten uitvoeren of dat zelfs niet eens mogen. Daar blijven echt kansen liggen. Kansen met schaalvergroting die het nog interessanter maken om te denken in concepten en het rendement van het conceptdenken voor alle betrokkenen te laten werken. Aan de leden van het netwerk Conceptueel Bouwen zal het niet liggen, wij zijn er klaar voor”