

# Klantgestuurd ontwikkelen

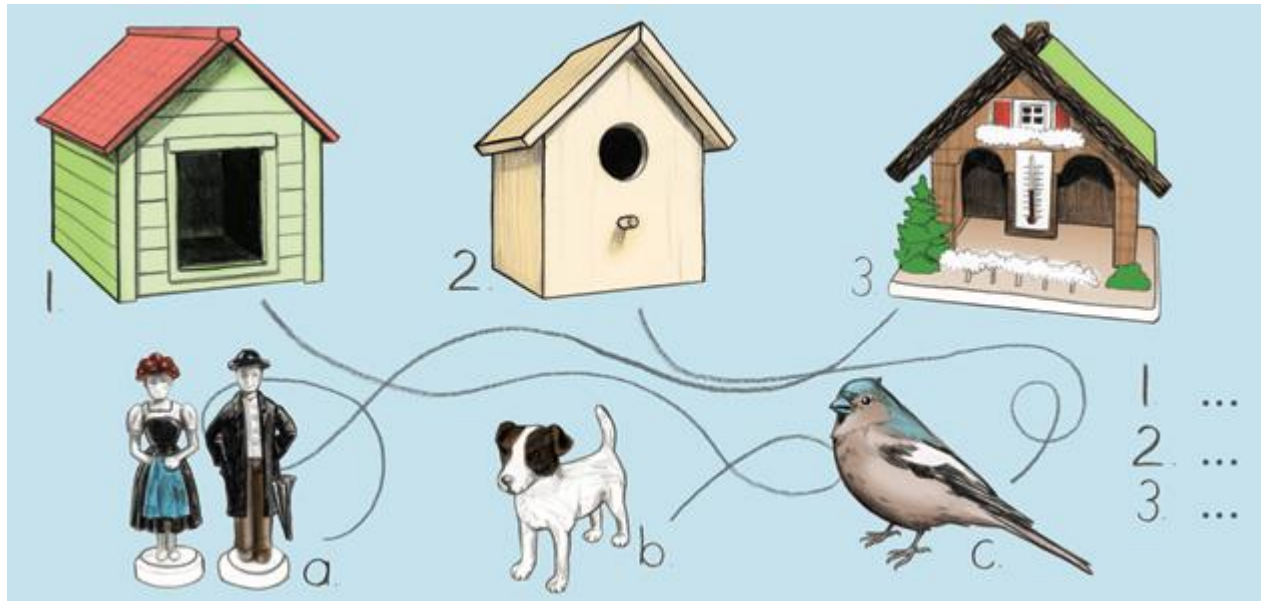
Rogier Boogaard (MCD 5)

17 januari 2012



# Klantgestuurd ontwikkelen

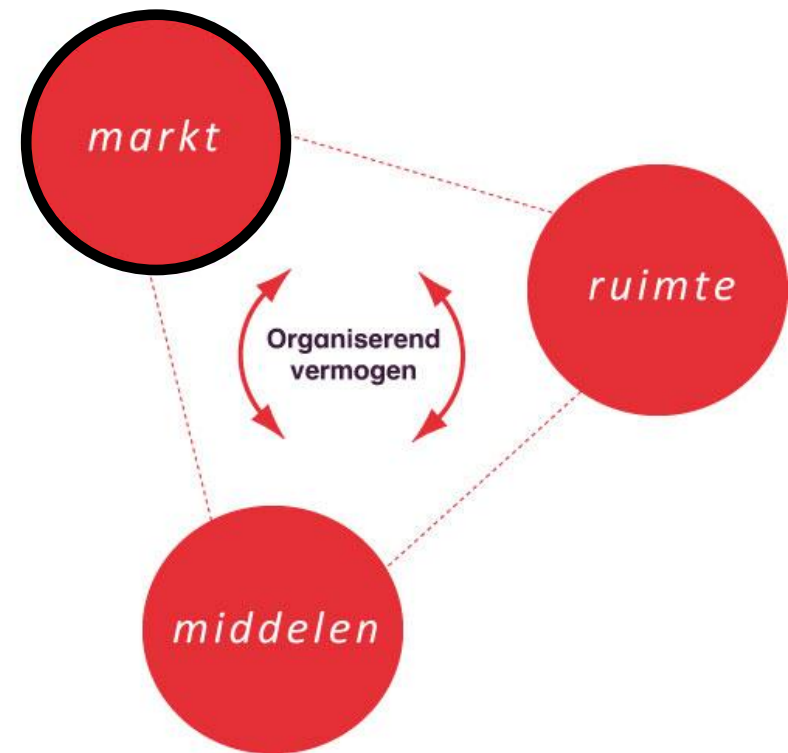
niet meer dan normaal



“Een huis kopen. Een cruciaal moment in je leven. Het bepaalt een deel van je persoonlijke levensgeluk en wie je bent. Wij vonden heel lang dat wij wel wisten hoe jij wilde wonen. Beetje vreemd niet waar?”

*Vraaggestuurd ontwikkelen betekent de klant centraal stellen gedurende het ontwikkelproces. Dit vergt een transitie van inside-out naar outside-in denken.*

- Meerdere klanten
- Urgentie
- Vertrekpunt
- Punt aan de horizon
- De weg er naar toe
- Dilemma's en discussie



# Allereerst: wie is onze klant?

meerdere klanten

- Verschuiving B2C (particuliere) markt naar B2B (beleggers en corporatie) markt:
  - financiering eigen woning moeilijker
  - maatregelen hypotheekrenteaf trek: eigen woning straks minder aantrekkelijk?
  - ...
- Klantgestuurd ontwikkelen gaat (momenteel) primair om particuliere markt: B2C
- Secundair/ op termijn: rol klant in ontwikkelproces B2B

## *markt*

- Wie kan toekomstige markt nog voorspellen? Veel onzekerheden
- Aanbiedermarkt -> vragersmarkt

## *maatschappelijk*

- Maatschappelijke trends bepalen kwalitatieve vraag
- Bijvoorbeeld socialisering en verduurzaming
- Zachte aspecten belangrijker: identiteit, beleving
- Mondigere burgers: meer invloed

## *economisch*

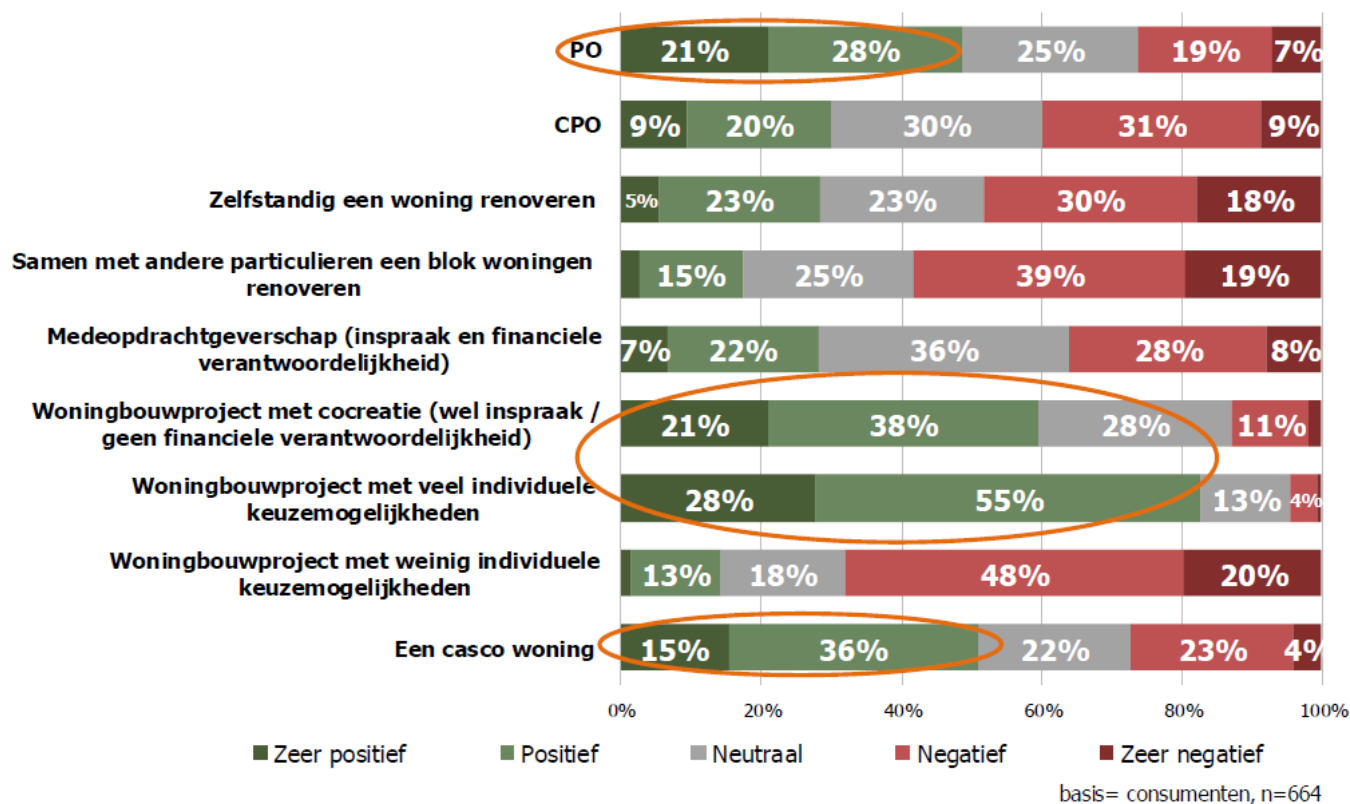
- Crisis: zekerheid



### Resultaten - Wat wil de consument?

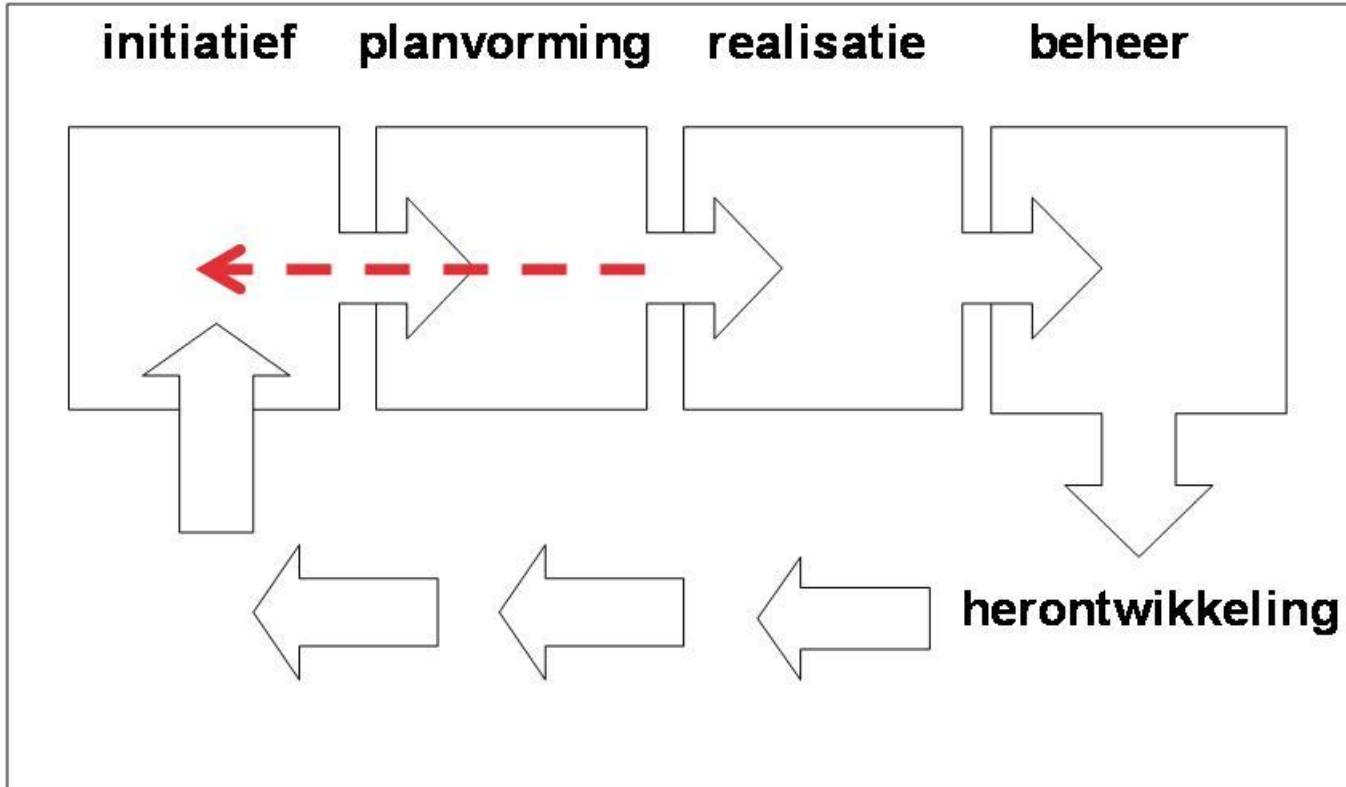
De populairste manieren om een woning te realiseren zijn een project met veel vrijheid en een project met co-creatie. Vormen van opdrachtgeverschap zijn veel minder populair.

Hoe staat u tegenover de volgende manieren om een woning te realiseren?



# Urgentie

potentiële klant naar voren halen in proces



- Ontwikkelp proces is hoofdzakelijk aanbodgestuurd
- Inside-out processen (efficiency-driven, productgericht)
- Houding = wij weten toch wel hoe de klant wil wonen: “Apple vroeg toch ook niet aan de klant of en hoe de iPhone te ontwikkelen?”
- Toch is denken vanuit de klant niet nieuw





WENSWONEN®

- Iedereen doordrongen van noodzaak
- Eerste stappen in outside-in denken: co-creatie
- Eerste ervaringen: successen en teleurstellingen. Binden klant is lastig in langdurig proces
- Ontwikkelp proces verandert van lineair proces (gestuurd door techniek en financiën) naar iteratief proces (gestuurd door klant)
- Opnieuw uitvinden van ontwikkelvak: rol, competenties, tools?

# SECOND BLOOM

HOME

ACTUEEL

VRAGEN?

De woonbeloftes

Samen ontwikkelen

De voordelen

De projecten

Bij mij in de buurt?  
Waar in Nederland

Interesse?  
Schrijf u hier in

NIEUWSBRIEF

TELL A FRIEND

PIONIERS GEZOCHT!

! Disclaimer

A A Grotere letters A A

Zoeken:

### WONEN, VAN DROOM NAAR DAAD...

Second Bloom is een woonconcept voor actieve 50-plussers. Een uitgekende vorm van medeopdrachtgeverschap, waarbij toekomstige bewoners invloed hebben op het ontwerp van de woning en gezamenlijk invloed kunnen uitoefenen op de woonomgeving. Een maatwerkoplossing met herkenbare lokatiegebonden uitgangspunten.



Doe de  
woontest  
>>

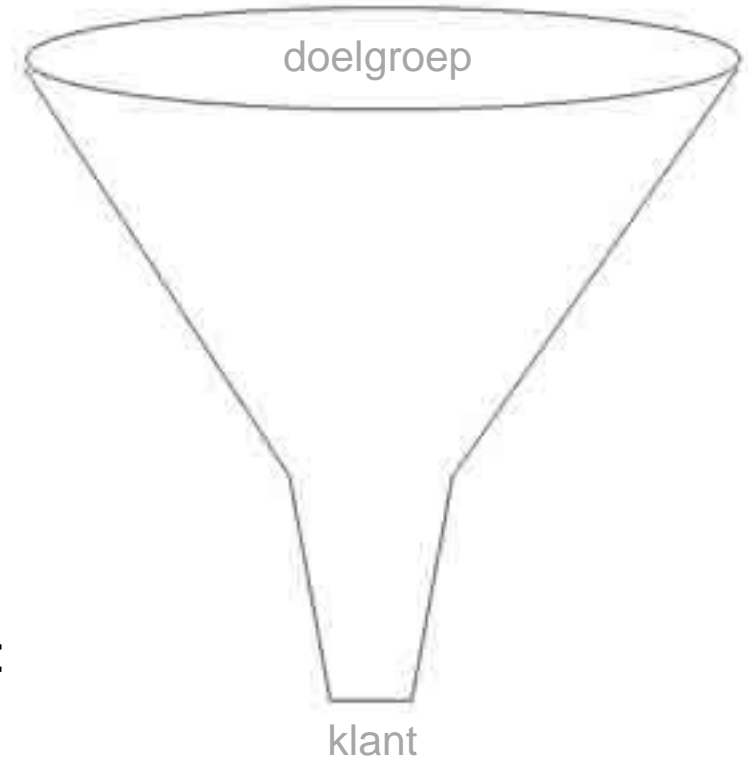


- Ontwikkelp proces begint en eindigt met de klant: klant is onze opdrachtgever (figuurlijk én letterlijk)
- Denken vanuit de klant is gemeengoed bij alle betrokken partijen en sturen inhoud en proces
- Maatwerk: inhoud en proces afhankelijk van doelgroep, niet één oplossing voor vraaggestuurd proces
- Het draait om dienstverlening, niet om de inhoud: niet 'wat' en 'hoe', maar 'waarom' wordt relevant
- Basis klantproces wordt gelegd in gebiedsontwikkeling

# De weg er naar toe

## ontwikkelp proces versus klantproces

- Vertrekpunt = denken vanuit doelgroep
- Segmenteren markt als eerste stap om klanten beter te bedienen
- Middel = doelgroepprofiel: wat wil klant? waarmee te verleiden? hoe te bereiken? hoe te betrekken?
- Van doelgroep naar potentiële klant
- In dit klantproces kennis halen en binden: spanningsveld?



# De weg er naar toe

luisteren naar de klant is niet 1-op-1 doen wat klant zegt



How the customer explained it



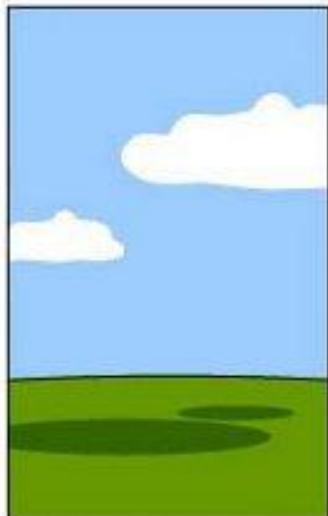
How the Project Leader understood it



How the Analyst designed it



How the Business Consultant described it



How the project was documented



What operations installed



How the customer was billed



What the customer really needed

# De weg er naar toe

voorbeeld: Heijmans doelgroeprofielen<sup>©</sup>

- Heijmans doelgroeprofielen *custom-made*: 1 taal
- Profielen bestaan uit harde en zachte kenmerken
- Harde kenmerken geven inzicht in 'wat' en 'hoe'
- Zachte kenmerken geven inzicht in 'waarom'
- Kans: doelgroeprofielen helpen in transitie naar outside-in denken (in de huid kruipen van de klant)
- Valkuil: doelgroeprofielen zijn doel, geen middel

# De weg er naar toe

voorbeeld doelgroepprofiel: gezinnen - rood



Onafhankelijk gezin

Artistiek  
huishouden





- Ontwikkelaar is schaap met vijf poten geworden: nieuwe competenties nodig, maar crisis biedt hiervoor weinig ruimte
- Hoe flexibiliteit in gebiedsontwikkeling inbouwen om later in projectontwikkeling maatwerk voor klant te kunnen bieden?
- Ontwikkelp proces is (te) lang om klant aan boord te houden: wanneer klant binden?
- Klant in toekomst huurt vaker: hoe vraagsturing vormgeven in B2B ontwikkelproces?

- Andere branches zijn al veel verder in vraagsturing (continue marktmonitoring en trendwatching), maar vergelijking met andere branches is lastig:
  - Waardebepaling: niet product, maar locatie bepaalt vooral de marktwaarde
  - Klantbinding: het product 'huis' is lastig te vergelijken met andere producten, o.a. door beperkte herhalingsaankopen
- Vraagsturing betekent vooral omslag van productdenken naar servicedenken

# heijmans

Rogier Boogaard  
Business Developer

Heijmans Vastgoed  
Rooseveltweg 11  
1314 SJ Almere  
Postbus 10347  
1301 AH Almere

**T** +31 (0)36 529 30 76  
**M** +31 (0)6 52 07 79 76  
**E** [rboogaard@heijmans.nl](mailto:rboogaard@heijmans.nl)  
**W** [www.heijmans.nl](http://www.heijmans.nl)