VASTGOED JOURNAAL

Digitalisering in verkoop, bouw en onderhoud: standaardiseren of flexibel werken?

02-09-2016 12:10

Steeds meer organisaties zijn inmiddels overtuigd van het belang en de winst die er te behalen met digitalisering van bedrijfsprocessen en klantcontact. Toch neemt de besluitvorming rondom en de keuze voor ERP, CRM en andere systemen regelmatig een aanzienlijke periode in beslag.



Er leven vaak terechte vragen, bijvoorbeeld of de workflow in een systeem aansluit bij de eigen werkwijze of dat toenemende digitalisering niet ten koste gaat van de gebruikelijke omgang met klanten. Ook zijn er technische vragen, zeker wanneer er tijdelijk of blijvend gekoppeld moet worden met andere interne en externe systemen.

Digitalisering en de overgang naar een integraal systeem hoeven, als het goed is, niet te betekenen dat een organisatie met een geheel eigen werkwijze in een keurslijf wordt geduwd. Tijdens de implementatie van een integraal systeem in diverse organisaties, blijkt dat ieder bedrijf ook weer op een andere manier met de geboden functionaliteiten omgaat.

Klantbenadering en contact: persoonlijk en digitaal
Het overgrote deel van de (nieuwbouw)woningen wordt nog via de traditionele weg verkocht. Wel is het zo dat tijdens de klantreis naar een aankoop steeds meer digitale instrumenten worden ingezet.

Het is een misvatting dat het contact met de klant hierdoor afneemt. Meer digitale contactmomenten leveren juist een schat aan persoonlijke informatie op. Deze informatie kan worden ingezet om verder te personaliseren in de e-mailcommunicatie, maar ook als leidraad worden gebruikt tijdens een persoonlijk verkoopgesprek.

Zo resulteren meer digitale gegevens in kwalitatief klantcontact, waarbij de klant zich gekend en gezien voelt. De ene organisatie organiseert liever events om in gesprek te komen met de klant, de andere verkoopafdeling voert juist een actief e-mailbeleid en boekt op deze manier resultaat. Maar voor beide strategieën geldt dat een CRM-systeem helpt om het verkoopbeleid uit te voeren en te optimaliseren.

Persoonlijk woningdossier
Tijdens de kopersbegeleidingsfase kan een persoonlijk woningdossier worden ingezet als webwinkel voor meer- en minderwerk, maar ook als naslagwerk en online tool fungeren voor mensen die liever geholpen

worden tijdens een adviesgesprek. Beide werkwijzen zijn mogelijk met behulp van dezelfde digitale omgeving. Voor de interne organisatie biedt een integraal klant- en woningdossier echter veel voordelen die een decentrale afwikkeling van de kopersbegeleiding niet biedt. De gegevens van de woning en de gekozen opties kunnen naadloos worden meegenomen naar een volgende fase en weer worden geëvalueerd.

Ook tijdens voorschouw, oplevering en de garantie- en onderhoudsfase kan per organisatie en project worden gedifferentieerd in hoe men gebruik maakt van de digitale gereedschappen die CRM-, ERP-systemen en geintegreerde apps bieden.

Voor jonge, hoogopgeleide kopers is een intensief gebruik van digitale middelen vanzelfsprekend. Andere doelgroepen moeten ook gebruik kunnen maken van de mogelijkheden die nieuwe technologie biedt, maar hebben wellicht iets meer aandacht en uitleg nodig in de aanloopfase. Gebruiksvriendelijkheid is belangrijk voor intern gebruik, maar cruciaal wanneer klanten zelf aan de slag kunnen.

Interne implementatie
Ook voor andere bedrijfsprocessen geldt dat ervoor kan worden gekozen om digitale instrumenten op het ene project wel en op het andere project niet in te zetten. Zeker wanneer er apps voor kwaliteitsbewaking worden ingezet op een bouwplaats waar ook veel onderaannemers en leveranciers werkzaam zijn, kan het verstandig zijn om eerst een pilot project uit te voeren en goede voorlichting te geven aan alle interne en externe medewerkers. Wanneer er eenmaal goede afspraken zijn, kan het gebruik van deze digitale gereedschappen worden uitgebouwd.

Wel is het zo dat meer en complete gegevens betrouwbare inzichten geven over het totaal aan bedrijfsprocessen. Bovendien is het een gemiste kans als een systeem bepaalde functionaliteiten biedt die in de praktijk niet of nauwelijks worden benut. Maar dat betekent niet dat zaken niet stapsgewijs kunnen worden getest en geïmplementeerd.

Een goede samenwerking binnen de eigen organisatie en in de keten leidt tot kwaliteitsverbetering. Partijen die actief inzetten op een gestroomlijnde samenwerking verspillen minder, dagen elkaar uit tot innovatie en werken veiliger samen. Bovendien zorgt een goede samenwerking in de keten ervoor dat er sneller en doeltreffender ingespeeld kan worden op veranderingen in de markt.

Uniformiteit in gegevens
Veel processen rond verkoop, kopersbegeleiding, bouw en onderhoud van (nieuwbouw)woningen zijn in de basis hetzelfde. Een systeem faseert en rangschikt alle procesonderdelen en contactmomenten. Zo lijkt digitalisering op het eerste gezicht te leiden tot meer uniformiteit: om gegevens uit te wisselen en te kunnen evalueren in de keten moet een en ander ook onder dezelfde noemer te brengen zijn.

Toch laat een goed systeem zich definiëren door gebruikersvriendelijkheid, en daar hoort wat mij betreft ook flexibiliteit bij. In veel organisaties is het niet mogelijk en zelfs niet wenselijk om in één keer over te stappen naar een integraal systeem. Bijvoorbeeld omdat een bepaalde afdeling naar tevredenheid werkt met een ander systeem of omdat het niet voor de hand ligt om “slapende” gegevens in de onderhoudsfase nog naar een nieuw systeem te exporteren. Door gebruik te maken van maatwerkkoppelingen en uniforme programmeertalen en standaarden, kan een eigen invulling en tijdspad voor verdere digitalisering en integratie worden gerealiseerd. Op deze manier ondersteunt de technologie het bedrijfsproces – en staat digitalisering ten dienste van de cultuur, werkwijze en doelstellingen van de organisatie.

Susan van Beek is eigenaar van homeDNA. Dat is een webapplicatie, bedacht en ontwikkeld vanuit ruim 25 jaar ervaring en expertise in verschillende segmenten van de vastgoedsector.

VASTGOED JOURNAAL

Rogier Hentenaar