VASTGOED JOURNAAL

Voorwoord Special Adviseurs: ‘Markt kan niet zonder goed vastgoedadvies’

13-12-2019 12:10



Met genoegen presenteren wij onze nieuwste Special over adviseurs. De vierde alweer binnen twee maanden, na afzonderlijke Specials over financiering, woonvormen en energietransitie.

VASTGOED
JOURNAAL



VASTGOED JOURNAAL

Liefst 19 vastgoedadviseurs vertellen in de nieuwste VJ Special die voor u ligt over hun werkgebied en hoe zij het verschil weten te maken. Wie nog mocht twijfelen over het toekomstperspectief van de vastgoedadviseur, die krijgt hier voldoende argumenten om te mogen concluderen dat het vak van (bedrijfs)makelaar een zonnige is. Weliswaar is de informatievoorsprong niet meer zoals het vroeger in de pre-Funda tijd was. Toen waren de makelaars de absolute spinnen in het web waarbij actueel aanbod aan te koop of te verhuren vastgoed gekoppeld werd aan een eigen bestand met gewillige kopers en huurders.

Verdieping en verbreding

Het samenbrengen van vraag en aanbod kunnen adviseurs steeds meer overlaten aan online zoekmachines. Hierdoor is er meer ruimte ontstaan voor verdere verdieping en verbetering van de dienstverlening aan de klant. De klant vindt zijn nieuwe huisvesting wel online, maar wie zegt dat de zoekresultaten ook de beste opties zijn? Hier kan de adviseurs zijn toegevoegde waarde laten zien.

Bijvoorbeeld door de klant erop te wijzen dat hij beter op een andere locatie kan vestigen of een ander soort gebouw die betere voorzieningen heeft of al ‘2023-proof’ is qua energielabel. Keuzes waar de klant eerst niet aan gedacht heeft, maar die goed voor hem of haar kunnen uitpakken.

Dat kunnen adviseurs omdat ze de tijd nemen om hun klant te begrijpen en te doorgronden zodat zij een goed beeld hebben van diens activiteiten en hierdoor de huisvestingsproblematiek adequaat kunnen inkaderen.

Geen klant kwijtraken

Dat zien we bijvoorbeeld in het gesprek met woningmakelaar Kees Kemp van Broersma makelaardij. Behalve dat hij pleit voor meer woningbouw om de hoofdstad heen, doet hij al het mogelijke om een goede invulling te geven aan de ‘consumer journey’, het proces dat moet leiden tot de uiteindelijke aankoop. Kemp is ervan bewust dat de professionele begeleiding van de klant ‘24/7’ dient te worden gemonitord. De aandacht kan niet worden verslapt, want ‘gaat er iets mis, dan is de makelaar de koper kwijt’, waarschuwt Kemp.

De boodschap van de bedrijfsmakelaars Sven van der Hijden en Louis Bakker van Oranjeborch is niet mis te verstaan. Zij vinden dat het ‘lukraak’ en slechts op perceelniveau transformeren van leegstaande kantoren moet worden gestopt. Ze pleiten voor een heldere gebiedsvisie waaraan een goed herkenbare kantorenlocatie aan dient te voldoen. Zij zien de wensen van hun klanten als eerst en zien dat niet terugvertaald in het aanbod. Door hun kennis is de opinie van deze Bedrijfsmakelaars van grote toegevoegde waarde: niet alleen voor hun eigen klanten, maar ook voor ontwikkelaars, beleggers en de regionale overheid.

Hetzelfde geldt voor PUUR makelaars die meedenkt over welke nieuwbouw op welke locatie dient te staan.

En zo zijn er nog 16 andere partijen in deze VJ Special die hun visie hier met u delen. Bent u zelf ook een vastgoedadviseur? Dan kunt u hiermee uw kennis aanscherpen.

Ik wens u veel leesplezier. En reacties horen we graag! U kunt reageren op redactie@vastgoedjournaal.nl

Rogier Hentenaar
Hoofdredacteur Vastgoedjournaal

VASTGOED JOURNAAL

Redactie