



Goede marketing loont

Het in Rouveen gevestigde Huisman Bouw BV is op vele vlakken actief.

Al bijna 80 jaar lang. Frank van Pijkeren timmert als manager commercie en PR flink aan de weg. Zeker in de huidige tijd een belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering.

Frank: "Ons bedrijf heeft 30 medewerkers, dat aantal is gelukkig al jaren stabiel. Wij zijn een allround bedrijf; we houden ons bezig met alle facetten van de bouw: verbouw, nieuwbouw, renovatie en geveltechniek. We werken hoofdzakelijk in de regio Zwolle – Apeldoorn. Met de geveltechniek zijn we echter in bijna het hele land actief. In Apeldoorn is vorig jaar een vestiging opgezet om ons werkgebied de komende jaren te vergroten".

De bouwsector staat de laatste jaren zwaar onder druk. Bij Huisman Bouw wordt hard gewerkt om markt te behouden en waar mogelijk nieuwe markten te creëren. Frank: "Het is nu belangrijker dan ooit om dichtbij onze opdrachtgevers te staan en goede contacten met hen te onderhouden. Onze doelstelling is om ons netwerk de komende jaren verder te vergroten. Naamsbekendheid is daarbij een eerste stap. Wij waren al een tijdje aan het brainstormen over hoe we meer bekendheid in de regio konden genereren toen we werden benaderd door FC Zwolle. Dat kwam goed uit en zo is Huisman Bouw dit seizoen shirtsponsor van FC Zwolle. Dit levert ons

echt veel reacties op, vanuit het hele land. Naast FC Zwolle sponsoren wij meerdere verenigingen en zijn wij partner van de Stichting Autisme Sportief. Verder is het goed om regelmatig nieuws te creëren. Afgelopen juli hebben we de Graydon Award ontvangen wat betekent dat we met Huisman Bouw tot de top gezonde bedrijven horen. In tijden van financiële onzekerheid is dit goed nieuws wat we uiteraard in onze communicatie gebruiken."

Een goede naamsbekendheid is belangrijk maar uiteindelijk is het persoonlijke contact met de potentiële opdrachtgever vaak doorslaggevend. "De informerende en adviserende rol van ons als bouwbedrijf wordt steeds belangrijker. Door internet hebben opdrachtgevers veel meer gedetailleerde informatie tot hun beschikking. Dit heeft als voordeel dat klanten hun "huiswerk" vaak hebben gedaan zodat ze duidelijker en specifiek hun wensen weten. Wel worden oplossingen soms eenvoudiger en goedkoper voorgespiegeld dan in de praktijk haalbaar is. Het is dan voor ons de uitdaging om zoveel mogelijk van de ideeën van de opdrachtgever in het werk gerealiseerd te krijgen. Ondanks alle informatie die de opdrachtgever tegenwoordig tot z'n beschikking heeft mag niet worden vergeten dat bouwen ons vak is!", aldus Frank.

Zeker de laatste jaren is er een toenemende vraag naar zekerheid. Frank: "Wij merken dat, met name de particuliere opdrachtgever, behoefte heeft aan zekerheid. Deelname aan BouwGarant geeft de opdrachtgever een veilig gevoel. Niet alleen vanwege de garantie maar ook omdat men het fijn vindt, dat er een organisatie achterstaat".

Frank vervolgt: "In het directe contact met de opdrachtgever proberen we vanaf het allereerste moment het traject zo transparant en adequaat mogelijk in te vullen. We hebben hierbij intensief contact met de opdrachtgever zodat het een gezamenlijk project wordt. Hierbij willen we zo min mogelijk tijd verloren laten gaan zodat een vergunningaanvraag snel gedaan kan worden en de bouw vlot kan starten. Met name particuliere opdrachtgevers waarderen dit enorm. Ook tijdens de bouw zitten we 'bovenop' het werk. Dat geldt eveneens bij het afhandelen van eventuele klachten of nieuwe wensen. Dit is kostenbesparend en zeer prettig voor de opdrachtgever. Wanneer er snel en flexibel ingesprongen wordt geeft dit hen ook een heel stuk rust. En ons een tevreden klant."

Oproep

Is uw bedrijf ook actief op het gebied van PR en klanttevredenheid? Laat het ons weten, dan staat wellicht in de volgende GarantKrant uw bedrijf in de schijnwerpers. Mail naar rob@bouwgarant.nl