

Verlag Som Plus bijeenkomst Ons huis op dinsdag 13 september 2011

Na ontvangst op het kantoor van Ons Huis in Apeldoorn en een kort welkomstwoord van onze voorzitter en van Johan de Jong van Ons Huis zijn we al snel aan de wandel gegaan voor een bezoek aan De Witte Wolken.

Op de plek van de Klimopschool aan de Prins Willem Alexanderlaan/hoek prinses Beatrixlaan realiseerde Ons Huis een bijzonder appartementencomplex. Een uniek ontwerp van architectuurstudio Herman Hertzberger.

Op deze fraaie locatie, dicht bij het centrum van Apeldoorn, zijn drie kleinschalige woongebouwen van vijf lagen gerealiseerd. In totaal zijn er 52 woongebouwen waarvan 30 vrije sector huurwoningen en 13 appartementen met een huurprijs onder de huurtoeslaggrens. De Witte Wolken omvat ook 24 zorgunits voor cliënten van Zorggroep Apeldoorn en omstreken. Alle appartementen zijn inmiddels verhuurd.

Eenmaal weer terug op de kantoorlocatie hield Maarten van Gessel, directeur/bestuurder een presentatie waarin hij de ontwikkelingen in woningcorporatieland schetste vanaf het begin en waarin hij ook helder schetste waar ons Huis zich met name op richt.



Ons Huis blijkt een modern en betrokken woonbedrijf dat slimme oplossingen biedt voor optimaal wonen in Apeldoorn en Zutphen.

Wonen aanbieden dat aansluit bij de individuele wens, dat is de missie van Ons Huis. Het motto van Ons Huis luidt daarom:

“Wij bieden slimme en passende oplossingen voor optimaal wonen”

Ons Huis heeft als basisdoel om betaalbare en goede huisvesting te realiseren voor hen die in hun maatschappelijke en/of inkomenspositie kwetsbaar zijn. Daarnaast wil Ons Huis dat er wat te kiezen valt, ongeacht sociale status of inkomen. Dat vraagt om een woonaanbieder die op vele (deel)markten thuis is. Daarom biedt Ons Huis goedkope en duurdere huurwoningen aan, maar ook goedkope en duurdere koopwoningen. Met daarnaast een breed pakket van woongerelateerde (gemaks)diensten.

Ons Huis heeft ruim 5.000 huurwoningen en bouwt aan nieuwe woningen voor verhuur.

De stellingen van Ons Huis:

- 1) Een product voor een (te) lage prijs leveren, levert geen (extra) waardering op van de klant

Over het algemeen kan dit zo zijn, voor een woonbedrijf geldt echter wellicht toch iets anders. Goedkoop wonen kan een bewuste keuze zijn. Enige discussie ontstaat bij de vraag of je woningen met de werkelijke waarde moet factureren en er dan een korting op geeft die de prijs doet zakken? Vraag is of we daar de Belastingdienst niet al voor hebben..Goedkoop is echter zeker niet verkeerd, als je goed weet te brengen wat de waarde is, niet alleen de waarde in geld

- 2) Over toegevoegde waarde kun je niet zelf communiceren, dat moet je klant doen

Je kunt zeker wel hierover communiceren, via tevreden klanten, via de site, onderzoeken publiceren in nieuwsbrieven, laat je klant je ambassadeur zijn.

- 3) Met huurwoningen kun je geen rekening houden met de persoonlijke individuele woonwensen

Je kunt in deze tijd niet meer vanuit een vast stramien werken. Zonder de situatie onwerkbaar te maken kun je veel doen aan de beleving van de klant, geef hem terug hoeveel hij te kiezen heeft, tegenwoordig zijn er ook allerhande technieken die comfort erg dichtbij brengen. Maatwerk kost geld, personeel, wanener je dit kunt verantwoorden zoveel mogelijk doen! Voorbeeld: de afwerking van een woning in overleg met de klant oppakken

- 4) Hoe kan Ons Huis haar toegevoegde waarde beter met de klant communiceren?

Geef 5 keer p/j een magazine uit, maak je medewerkers zichtbaar hierin en op de site, gebruik daarnaast social media, segmenteer je marketingbeleid op de verschillende huurdersgroepen, maak je klant tot ambassadeur, reageer snel op klachten, laat zien wat de basis is en wat je allemaal extra doet en benoem dit ook zo (bijv. in de keuzes die je de klant biedt)

- 5) Weet jou klant wat je toegevoegde waarde is?

Benoem deze eerst voor jezelf en communiceer ze dan. Belangrijke criteria in de beoordeling van toegevoegde waarde; geloof in jezelf, afspraken nakomen, persoonlijk contact, laat zien dat je medewerkers hun werk met passie doen, gebruik je huidige tevreden klanten om prospects voor je te winnen.