

**KIES
VOOR**



**KWA
LITEIT**



NOA

Nederlandse
Ondernemersvereniging voor
Afbouwbedrijven

INHOUD

Ik kies voor kwaliteit	4
Blik op de markt	6
Kwaliteit: meer dan een goed eindresultaat	10
Feedback: vraag het je klant!	12
Kwaliteit volgens Jansen Huybregts	16
Verbeter je presentatie: online - offline	18
Innovatie is de weg naar kwaliteit	20
Innovatie: tips van onze sectorvoorzitters	22
Hoe kiezen NOA-leden voor kwaliteit?	25
Passie en liefde voor het vak	28
Maatschappelijk verantwoord ondernemen	30
Openheid over je aanpak, loont dat?	32
Succesvolle ketensamenwerking	36
Kwaliteit door lean te werken: zo doe je dat!	40
Streepje voor met kwaliteitskeurmerken	42
Topprestaties lever je samen	44



JE KWALITEIT BEPAALT JE SUCCES

Als NOA onderzoeken we onder meer waar kansen liggen voor ondernemers in de afbouw. Op welke trends moeten we inspelen en wat vinden opdrachtgevers écht belangrijk? Uit het laatste onafhankelijk onderzoek blijkt dat meer dan de helft van de ondervraagde aannemers en corporaties kwaliteit verkiezen boven de laagste prijs. Goed nieuws, want enkele jaren ervoor ging slechts een kwart van de ondervraagden voor kwaliteit.

Als trotse vakmensen leveren wij niets liever dan kwaliteit. Vakwerk voor een reële prijs. Goede kwaliteit hoeft namelijk niet de hoofdprijs te kosten, maar kan ook niet per definitie voor de laagste prijs worden gemaakt. Kwaliteit leveren betekent dat je duidelijk uit kunt leggen wat je de klant biedt, hoe je te werk gaat en waarom daar een bepaald prijskaartje aan hangt.

Kwaliteit gaat nog veel verder dan het leveren van een mooi stukje vakwerk. Daarom maken we in dit boekje graag inzichtelijk hoe jij als afbouwer scoort bij opdrachtgevers. Voldoen aan de verwachtingen van de klant is namelijk lang niet altijd eenvoudig! Door te denken vanuit de klant, wordt het leveren van kwaliteit alleen nog maar leuker.

In dit boekje verwijzen we regelmatig naar ons online kenniscentrum op noa.nl. Profiteer van de kennis en informatie die we daar met je delen! NOA ondersteunt ondernemers in de afbouw namelijk op breed gebied. We behartigen collectieve belangen én bieden individuele hulp. Ook fungeren we als netwerkplatform en kijken we vooruit: wat moeten ondernemers allemaal weten om succesvol te blijven?



Ik wens je veel succes met kwaliteitsbewust ondernemen!

Jan van de Kant
Voorzitter NOA

IK KIES VOOR KWALITEIT

Kiezen voor kwaliteit klinkt heel vanzelfsprekend. Natuurlijk wil je kwaliteit leveren! Maar ondanks dat is kiezen voor kwaliteit niet iets wat je zomaar even doet. Kwaliteit omvat méér dan een technisch goed product afleveren. Het vereist een andere manier van denken en doen. Namelijk dat je altijd op zoek gaat naar nét dat beetje extra. Extra slim, extra mooi, extra goed of extra snel. Denk bijvoorbeeld aan *lean* werken, of innovaties uit andere branches toepassen.

Door te kiezen voor kwaliteit verbeter je jezelf, je dienstverlening en je klantrelaties. En daarmee ook je kansen op succes. De kern van kiezen voor kwaliteit? Dat is elke dag bewust tot het uiterste gaan, met alles wat je doet. En vergeet niet: laat je kwaliteit ook zien. Want kwaliteit, daar mag je trots op zijn!

In dit boekje geven we je inzichten, tips en inspiratie om zelf slimmer, sneller en beter te werken.

KIES OOK VOOR KWALITEIT!



BLIK OP DE MARKT

HOE SPEEL JE
IN OP DE LAATSTE
TRENDS?

KWALITEIT
WINT VAN PRIJS



Tegenwoordig is het steeds lastiger om je te onderscheiden. Je concurrenten leveren óók goed werk. Stunten met je prijs is geen langetermijnoplossing. Gelukkig zoeken steeds meer klanten naar het verhaal achter een onderneming. De manier waarop je dat verhaal en jouw motivatie overbrengt, wordt veel belangrijker dan je product. Echte kwaliteit wint het van de laagste prijs, zo blijkt uit onderzoek onder opdrachtgevers.



BEELDEN IN DE HOOFDROL

Een goed verhaal kan tegenwoordig niet meer zonder goede beelden. Sterker nog: beelden claimen steeds vaker de hoofdrol! Het goede nieuws? Gelikte beelden hoeven niet meer. Pak dus gewoon je smartphone en maak foto's of een authentiek filmpje van je projecten. Leuk voor op je website en je sociale kanalen.

GROENE GROEI GROEIT

Duurzaamheid wint al jaren aan populariteit. Wat begon met bewust eten en recyclen, gaat nu nog veel verder. Klanten zoeken een partij die net zo maatschappelijk verantwoord bezig is als zij. Op pagina 30 lees je hoe ook jij stap voor stap duurzamer kunt werken!

VOLGENS HET INITIATIEF
MVO LOONT GING IN DE
AFGELOPEN 4 JAAR
EEN KWART VAN
DE ONDERNEMERS
DUURZAMER WERKEN.

(O)-(REËREN DOE JE SAMEN

Opdrachtgevers willen steeds vaker een totaaloplossing. Ketensamenwerking is daarop het antwoord. Neem het initiatief en werk samen met partners die een aanvulling vormen op jouw werkzaamheden. Of sta open voor andere partijen die op zoek zijn naar iemand met jouw specialiteiten. Op pagina 36 lees je alles over ketensamenwerking!

IN Q1 VAN 2015 HAD

81%

VAN DE NEDERLANDERS EEN
SMARTPHONE

OVERAL EN ALTIJD ONLINE

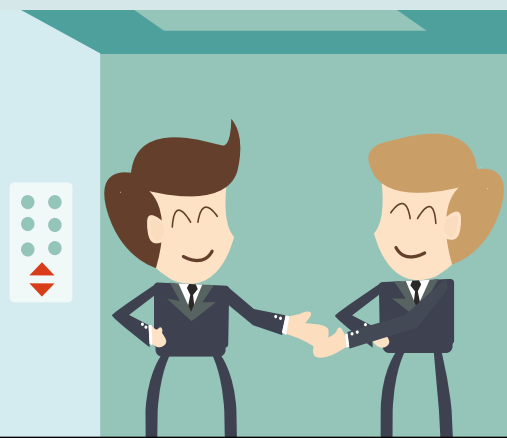
Ben jij al altijd en overal online? Je klanten in elk geval wel. Het liefst op hun mobiel. Zorg dus dat je hierop inspeelt. Maak je website mobielvriendelijk en zorg dat klanten online voldoende informatie kunnen vinden. Mooie foto's of korte video's van projecten, bijvoorbeeld. En overweeg ook een simpel online contact- of offerteformulier. Hoe laagdrempeliger, hoe beter!

FLEXIBILISERING

De bouwmarkt trekt aan, maar pieken zijn vaak niet te plannen. Hierdoor zoeken opdrachtgevers soms met spoed naar afbouwers. Door te zorgen dat je flexibel inzetbaar bent, speel je in op deze trend. Denk dus goed na hoe flexibel je kan en wil zijn en communiceer dit duidelijk. Bijvoorbeeld op je website. Als opdrachtgevers eenmaal weten dat jij ze uit de brand kunt helpen, loopt je planning vanzelf vol!



Professioneel netwerken



Netwerken wordt steeds belangrijker. Onderzoek laat zien dat opdrachtgevers vaker naar afbouwers zoeken in hun netwerk. Dus is het aan jou om in dat netwerk terecht te komen. Heb je bijvoorbeeld al een ijzersterke *elevator pitch*? Dat is een verkooppraatje van een paar minuten, waarin je snel duidelijk maakt wie je bent en waar je kwaliteiten liggen. Handig voor netwerk-bijeenkomsten of bedrijfsborrels!

Kwaliteit: meer dan een goed eindresultaat

DE BESTE KLANTERVARING TELT

Kwaliteit gaat veel verder dan alleen het afleveren van een goed product. Alles eromheen moet ook in orde zijn. Vanaf het eerste moment dat de klant contact met je opneemt, tot aan de nazorg en garantie. Want je levert niet alleen een product, je verleent ook een dienst. En hoe je die dienst verleent, blijft de klant misschien wel het meeste bij. Het is daarom belangrijk dat de klantervaring op alle vlakken goed is. Eigenlijk verkoop je een belevenis, waar de klant lange tijd plezier van moet hebben en uiterst tevreden op terugkijkt.



KLANTCONTACT

Hoe jij je klant te woord staat, telefonisch of via de mail, is bepalend voor de relatie die je met elkaar opbouwt en het beeld dat je van jezelf neerzet. Zorg er daarom altijd voor dat je beleefd blijft en communiceer snel en helder. Kun je niet direct inhoudelijk reageren? Geef dan aan wanneer je dit wel doet. Is iets niet mogelijk? Denk dan mee over een alternatieve oplossing, zelfs als je de klant dan naar een concurrent verwijst. En let ook op je manier van communiceren. Veel klanten hebben behoefte aan een persoonlijke interactie. Investeer dus in de relatie.

PRESENTATIE

Presenteer jezelf en je bedrijf professioneel. Klanten vinden het prettig als je een verzorgde

indruk maakt en de ruimte weer netjes achterlaat aan het einde van de dag. Zorg er ook voor dat je website en sociale media up-to-date zijn, met de juiste contactgegevens. Meer presentatie-tips lees je op pagina 18.

OFFERTE

De offerte is het perfecte middel om vooraf openheid van zaken te geven. Het is een houvast voor de klant, maar ook voor jou. Geef niet alleen een opsomming van je werkzaamheden en materialen, maar voeg ook een kort plan van aanpak toe en licht toe waarom je voor bepaalde producten kiest. Verwijs zo mogelijk naar richtlijnen. Leg daarnaast vast hoe je te werk gaat als er iets niet volgens planning loopt, of als de kosten hoger uitvallen.

ZOEK JE IDEALE KLANT

Vind je focus en werk daar aan! Bijvoorbeeld door je ideale klant te formuleren en vooral voor dat type klant te werken. Daarmee leer je niet alleen je klant steeds beter kennen, je krijgt ook de kans om jezelf te specialiseren in bepaalde projecten. Zo krijg je 'vanzelf' steeds meer ideale klanten.

KOM TERUG VOOR ONDERHOUD

Leg uit dat jouw product onderhoud verdient. Die hoogwaardige kwaliteit moet immers behouden blijven. Je kunt bijvoorbeeld een onderhoudscontract aanbieden, of na een aantal jaren nog eens contact opnemen. Realiseer je dat er meer vierkante meters achter je liggen dan voor je. Bovendien zijn bestaande klanten makkelijker te overtuigen dan nieuwe.

GARANTIE

Voor klanten is het belangrijk dat je garandeert dat jouw product of dienst kwalitatief in orde is. Daarom is er voor particuliere klanten de NOA-Afbouwgarantie. Zakelijke opdrachtgevers geef je gecontroleerde kwaliteit als je het keurmerk Afbouwkeur bezit.

De NOA-Afbouwgarantie is onderdeel van het lidmaatschap en biedt duidelijkheid voor de klant en voor jou als opdrachtnemer. Verwijs consumenten daarom (bijvoorbeeld op je offerte, maar ook op je website) naar www.ubentbeteraf.nl, zodat ze kunnen lezen waar jij voor staat. Heb je ook het keurmerk van Afbouwkeur, dan laat je opdrachtgevers zien dat je voldoet aan eisen op het gebied van vakbekwaamheid, werkt volgens geordende processen en dat je specifieke vakkennis hebt. Vertel erover en hou je aan de regels van je keurmerk.

Op pagina 43 lees je er meer over.



FEEDBACK:
VRAAG HET
JE KLANT!

Kiezen voor kwaliteit betekent het uiterste uit jezelf halen. Je eigen klanten kunnen je daar uitstekend bij helpen. Door hen regelmatig om feedback te vragen, ontdek je waar verbeterkansen liggen en welke kwaliteiten je nog verder kan uitbouwen. Maar hoe pak je dat aan? Een paar tips!



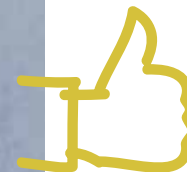
BEGIN ZO VROEG MOGELIJK

Feedback hoeft niet over een afgeronde klus te gaan. Je kunt er al mee beginnen voordat je zelfs maar aan de slag gaat. Vraag van tevoren wat je klant belangrijk vindt en informeer ook tussendoor hoe je klant de voortgang ervaart.



ZIE FEEDBACK ALS EEN VORM VAN KLANTENSERVICE

Klanten voelen zich graag gehoord. Wees niet bang dat je ze lastigvalt met een korte vragenlijst of een feedbackgesprek. De meeste mensen stellen dat alleen maar op prijs. Let wel: het is belangrijk dat de vragenlijst kort is en écht om hun ervaring gaat. Reageert een klant niet? Stuur dan maximaal één herinnering, anders kan het opdringerig overkomen.



DOE ER ÉCHT IETS MEE

Feedback geven kost moeite, dus je klant wil merken dat je het waardeert. Laat weten wat je met eventuele aandachtspunten doet, of zoek naar een concrete oplossing voor een mogelijke klacht. Ook voor jezelf is het belangrijk dat je iets met de inzichten doet. Meet je vorderingen door de resultaten bij te houden, bijvoorbeeld in een Excel-document. Stel jezelf doelen, zoals 'volgend jaar wil ik dat 85% van de klanten onze website als zeer goed beoordeelt'.





VOORBEELDVRAGENLIJST

Je wilt je klanten om feedback vragen. Maar wat vraag je ze dan precies? Met deze voorbeeldvragenlijst heb je een mooie basis. Let wel op: het is fijn als je klant maximaal 10 minuten (maar het liefst korter!) bezig is met invullen.



* TIPS

- Maak je vragen multiple choice (van zeer goed tot slecht / zeer tevreden tot ontevreden, of van 1 tot 10) en vraag om een toelichting. Zo houd je het meetbaar, maar geef je de klant ook de ruimte om echt zijn of haar mening te geven.
- Op NOA.nl vind je nog meer voorbeeldvragenlijsten en informatie. Zoek binnen het Kenniscentrum op 'klantonderzoek'!

VOORBEELDVRAGENLIJST

1. HOE HEBT U ONS GEVONDEN?
2. ALS U ONZE WEBSITE HEBT BEKEKEN, WAT VOND U ERVAN?
3. HOE HEBT U HET CONTACT MET ONS ERVAREN (VIA DE MAIL, TELEFONISCH EN PERSOONLIJK)?
4. IN HOEVERRE HEBBEN WE MEEGEDACHT OVER DE OPLOSSING?
5. HOE BEOORDEELT U ONZE PLANNING EN AFSPRAKEN?
6. IN HOEVERRE VINDT U DAT WE NETJES EN ZORGVULDIG HEBBEN GEWERKT?
7. HOE BEOORDEELT U DE PRIJS/KWALITEITVERHOUDING?
8. HOE ERVAART U ONZE NAZORG?
9. WAT KUNNEN WE VERBETEREN OM U IN DE TOEKOMST BETER VAN DIENST TE ZIJN?

KW★LITEIT

VOLGENS JANSEN HUYBREGTS

Kwaliteit vindt de klant belangrijk, dat is logisch. Maar wat verstaat je klant precies onder kwaliteit? We vroegen Jansen Huybregts, die gespecialiseerd is in onderhoud en renovatie van vastgoed. Hun centrale filosofie is 'de waarde van uw vastgoed zit in de tevredenheid van de gebruiker'. Die eindklant staat dan ook centraal in hun visie op kwaliteit.

Om kwaliteit te borgen, ontwikkelde Jansen Huybregts een eigen kwaliteitsborgingsstelsel. Willian van Kroonenburg, algemeen directeur, vertelt: "Als we een woning renoveren, laten we elke opvolgende partij het werk van de voorganger controleren.

Accepteert bijvoorbeeld een tegelzetter de kwaliteit van het stucwerk, dan kan hij zich daar

later niet op beroepen. Zo stimuleren we dat vakmensen oog hebben voor elkaars werk en hebben we vaak geen opzichters nodig."

ONDSCHIEDEN OP SERVICE
Nieuwe partijen vindt Jansen Huybregts vooral door mond-tot-mond-reclame. Willian: "Daarnaast googlen we altijd iedereen. Zo proberen we een beter



beeld te krijgen van wie we voor ons hebben." Daarna komen de afbouwers op proef. "We geven ze eerst een kleine opdracht om te kijken hoe ze werken. Daarbij is goed werk een randvoorwaarde. Afbouwers kunnen zich onderscheiden door zorgvuldig te werken, rekening te houden met het werk van anderen én vooral ook met de eindklant. Onderhoud en renovatie gaat tenslotte vooral om mensen."

KWALITEIT DOOR EFFICIËNTE SAMENWERKING

Als afbouwers zich eenmaal bewezen hebben, kunnen ze rekenen op een lange werkrelatie met Jansen Huybregts: "Door vaak dezelfde partijen samen te laten werken, zijn die afbouwers goed op elkaar ingespeeld. Ze kennen elkaar en onze werkwijze. Ook helpen ze elkaar een handje als ze tijd over hebben en beschermen ze elkaars werk. Dat zorgt dat ze efficiënter werken en betere kwaliteit leveren."

TIPS VAN WILLIAN VAN KROONENBURG

- ★ **Maak het zoals je het thuis zou willen.**
Dit klinkt vanzelfsprekend, maar is wel het allerbelangrijkste.
- ★ **Heb oog voor elkaars werk.**
Help anderen een handje en wees voorzichtig met het werk van je voorgangers.
- ★ **Zorg dat je niet terug hoeft te komen**
Neem het juiste en voldoende materiaal mee, en doe het in één keer goed.
- ★ **Houd rekening met de eindklant**
Leg uit wat je komt doen en werk netjes en zorgvuldig. En kom op tijd!
- ★ **Presenteer je professioneel**
Besteed aandacht aan je website en je communicatie.



VERBETER JE ONLINE

1.

Laat zien wat je in huis hebt

Je levert goed werk en bent trots op wat je doet. Wees dus niet bescheiden en treed ermee naar buiten. Wees zichtbaar met foto's op je website. Maak met je telefoon video's van hoe je werkt en natuurlijk van het eindresultaat. Plaats die bijvoorbeeld op je Facebookpagina, als je klant het goed vindt. Dat is leuk voor kennissen en klanten – en levert jou waarschijnlijk extra werk op. Heb je echt een bijzonder project? Overweeg dan om een mooie PowerPoint-presentatie of een professionele video te (laten) maken.

2.

De juiste kanalen

Website, Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram... Er zijn tegenwoordig veel online kanalen waar je terecht kunt. Bedenk waar jouw klanten zich het meeste bevinden. Werk je vooral bij particulieren? Dan zijn social media als Facebook, Pinterest en Instagram voor jou dé plekken om je werk te laten zien. Werk je meer bij bedrijven en organisaties? Dan heb je misschien meer aan LinkedIn en Twitter. En je bedrijfswebsite? Die moet er natuurlijk altijd tiptop uitzien.

PRESENTATIE OFFLINE

1.

Presenteer jezelf en je product

Ook offline is het belangrijk dat je goed voor de dag komt. Natuurlijk betekent dit niet dat je in een maatpak je werk uitvoert. Het is wél belangrijk dat je er gepast uitziet, rondrijdt in een schone bus en voorzichtig omgaat met de omgeving waarin je werkt. Zo laat je een goede indruk achter.

Bereid jezelf ook goed voor op een verkoopgesprek. Kijk op de website van je klant, zodat je goed weet waar ze voor staan. Leg uit wat je gaat doen en hoe het eindresultaat eruit gaat zien. Laat bijvoorbeeld foto's of video's zien, of teken schematisch uit wat je van plan bent.

2.

Wees zelfverzekerd en klantgericht

Jij bent de professional, je weet waar je het over hebt. Straal dat ook uit in een zelfverzekerde houding. Spreek duidelijk en vriendelijk en luister ook goed. Wat wil de klant precies? Welke onzekerheden en vragen zijn er? Geef rustig antwoord en leg details verder uit als dat nodig is.

Wil je nog meer tips om je presentatie te verbeteren? Kijk dan op

NOA.nl

hoe jij jouw pluspunten benadrukt en zo jezelf promoot, of hoe adverteren werkt!

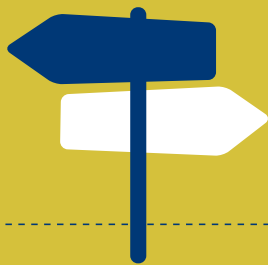
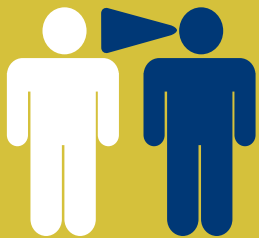
Als afbouwer maak je vaak dag in dag uit hetzelfde. Een vloer is een vloer, een plafond een plafond. Natuurlijk verschillen projecten van elkaar, maar aan de technieken en materialen verandert weinig. Het is dan ook niet gek dat 'innovatie' en 'bouw' niet vaak in één zin worden genoemd. Maar dat is zonde, want innovatie kan al op kleine schaal succesvol zijn. Wil je ook innovatiever worden? Volg dan onze tips!

Innovatie is de weg naar kwaliteit

1.

LUISTER NAAR JE KLANT

Klanten denken vaak niet na over mogelijke beperkingen, en vragen soms dingen waar je zelf nog nooit aan gedacht hebt. Verkoop niet te snel 'nee', maar ga actief op zoek naar oplossingen. Bijvoorbeeld uit een andere branche.



2.

GA ACTIEF OP ZOEK NAAR ALTERNATIEVEN

"Zo doen we het altijd", is geen goede reden. Daag jezelf daarom uit door na te denken over bestaande processen en werkwijzen. Bijvoorbeeld in een brainstorm met de hele zaak. Zo kom je tot verrassende ideeën!



3.

MAAK HET NIET METEEN TE GROOT

Iets hoeft niet nieuw te zijn voor de wereld, zolang het maar nieuw is voor jouw bedrijf. Benader innovatie dus niet als een gigantische verandering waarmee je jouw bedrijf op zijn kop moet zetten. Zoek vernieuwing in kleine dingen.

4.

KIJK GOED OM JE HEEN...

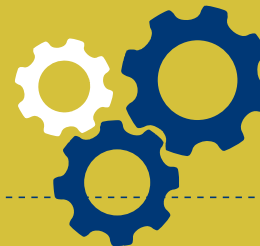
De wereld verandert ongelooflijk snel. Robotisering, 3D-printing. Het zijn allemaal technologieën om in de gaten te houden. Innoveren is vooral een manier van denken. Je stelt je open voor verandering. Kijk dus goed om je heen en probeer te bedenken wat een ontwikkeling of techniek voor jouw bedrijf kan betekenen.



5.

EN OOK NAAR JE EIGEN WERKWIJZEN

Innoveren hoeft niet te betekenen dat je iets nieuws uitvindt. Sterker nog, het hoeft helemaal niet over producten of technieken te gaan. In plaats daarvan kun je ook innoveren door slimmer te werken. Bijvoorbeeld lean werken. Daar lees je meer over op pagina 40.



INNOVATIE:

TIPS VAN ONZE SECTORVOORZITTERS

Martin de Rouw

voorzitter Hoofdsector Vloeren & Terrazzo:

“Overtuig je van de wensen van de klant en zorg dat je dit kunt leveren. Zit de gewenste kwaliteit niet in je standaardpakket, dan is er vast een oplossing te bedenken binnen je netwerk. Gericht gebruik maken van andermans talenten; dat is óók innovatie!”



Hilco Nijmeijer

voorzitter Hoofdsector Plafond- & Wandmontage:

“Innoveren is het maken van keuzes. Innoveren is investeren in de opleiding van je medewerkers. Innoveren is jezelf een spiegel voorhouden. Innoveren is in smalle tijden brede pakketten aan bieden. Innoveren is met de wetenschap van nu ondernemen in de toekomst.”



Bart Briels

voorzitter Hoofdsector Stukadoeren & Afbouw:

“Traditioneel stukadoeren blijft, maar kijk ook eens welke moderne methodes voor jouw werk verder mogelijk zijn: mechanisering en prefab-bouwen zijn ontwikkelingen waar je niet om heen kunt. Het toepassen van nieuwe producten, bijvoorbeeld om sneller te renoveren, is net zo goed innoveren! Op het gebied van na-isolatie liggen er ook innovatieve kansen. Zorg dat je hierop inspeelt als je deze groeimarkt wilt benutten!”



Hoe kiezen NOA-leden voor kwaliteit?

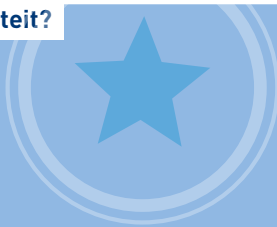
Mooi sierwerk

maakt goede afspraken extra belangrijk

Lois Vlasblom

“Je moet eerlijk zijn over de mogelijkheden, maar ook over beperkingen en risico's. Ik wil liefst in gesprek met de eindgebruiker; via een aannemer is het altijd lastig. Het moet duidelijk worden wat de klant voor ogen heeft, welke structuur en kleur. Ik wil weten of mijn werk bijvoorbeeld hitte- of vochtbestendig moet zijn. Soms vertel ik dat een situatie niet geschikt is voor een bepaald product, of dat de ondergrond eerst veranderd moet worden. Dat kan lastig zijn, het is weleens een grijs gebied. Daarom is goede communicatie zo belangrijk. Verder maak ik altijd meerdere proefplaatjes van 40 bij 60 cm. De klant krijgt daarmee een beeld van het resultaat. Als ik nog geen opdracht heb, vertel ik dat daar wel kosten aan verbonden zijn.”





Je klant **gelukkig** maken



Arno en Anton Ebbing

“Het mooiste van ons vak is en blijft superstrak monteren. De uitdaging is altijd mee te denken met de klant en verrassende oplossingen te bieden. Zo hadden we laatst een klant met een hoge, grote hal. Ze wilden van de hinderlijke echo in de ruimte af, maar het moest er ook fraai uit blijven zien. Dus kozen we geperforeerde wanden, die we zo strak monteerden dat verdere afwerking niet nodig was. De klant stond met open mond naar het resultaat te kijken. Hij vroeg zich echt af hoe we dat voor elkaar hebben gekregen en had geen idee dat zoiets mogelijk was. Het voelt geweldig goed om klanten positief te verrassen, zowel voor de klant als voor jezelf!”

Innoveren en samenwerken loont!



Jurgen Fama

“Met mijn apparatuur kan ik schoon en stofarm werken. Ook extreem grote terrazzo aanrechtbladen maak ik prefab. Ik heb mijn werkplaats zo ingericht, dat ik die zelfstandig op een transportkar kan laden en ze naar de klant kan vervoeren. Het plaatsen van een blad doe ik dan met een collega of keukenbouwer. Door veel materieel zelf te bouwen en onderhouden, bespaar ik geld en kan ik efficiënt werken. Een voorbeeld is de grote dwangmenger waarmee ik op locatie kan mengen. Het apparaat liep op krachtstroom, maar dat heeft een particulier niet. Daarom heb ik de motor omgebouwd voor benzine.”



PASSIE EN LIEFDE VOOR HET VAK

Kwaliteit leveren kan alleen met passie voor je werk: zonder liefde voor jouw dienst, ook geen perfect eindresultaat.



Vind ik leuk

Reageren

Delen



"Het mooie van Terrazzo is dat je er zo ontzettend veel mee kunt! Echt topmateriaal, dat veel sfeer toevoegt aan een ruimte. Neem nou een keuken met een terrazzo-aanrechtblad, geweldig mooi en degelijk!"

Vind ik leuk Reactie Delen



"Toen ik mezelf Nederlands kampioen stukadoren mocht noemen, was ik echt wel trots. Daar heb ik toch een aantal jaar flink m'n best voor gedaan. Het zetten van mijn handtekening op mijn diploma voelde ook echt als een beloning. Ik ga elke dag met heel veel plezier aan het werk. Iemand blij maken met mooi stucwerk, dat is toch het mooiste wat er is?"

Vind ik leuk Reactie Delen



"Voor iedere specifieke situatie bestaat 'de beste vloer'. We kijken naar de omstandigheden waarbij veiligheid en functionaliteit doorvertaald moet worden in een vloer waarbij kwaliteit een vereiste is!"

Vind ik leuk Reactie Delen



"Wij geven een gebouw van binnen vorm met fijne ruimtes. Recht-toe-recht-aan of met speelse hoeken en rondingen... alles kan! En in een ruimte met een fijne akoestiek is het zoveel fijner wonen, leven en werken. Ik vind het een uitdaging om daarvoor te zorgen. Brandwerendheid, ook zo'n ding: niemand ziet het, maar iedereen wil veilig zijn. Daar draag ik graag mijn steentje aan bij."

Vind ik leuk Reactie Delen



"Als restauratiestukadoer pas ik traditionele technieken toe. In monumentale gebouwen het oude ambacht laten voortleven, dat vind ik prachtig. Zeker als ik bedenken dat iemand hetzelfde werk misschien wel honderd jaar geleden ook al deed, op precies dezelfde manier. Bijzonder, toch?"

Vind ik leuk Reactie Delen

Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Hoe doe je dat?

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is voor veel afdelers een 'ver-van-mijn-bed-show'. Toch biedt MVO veel kansen. Vooral omdat klanten steeds bewuster kiezen voor bedrijven die rekening houden met mens, maatschappij en milieu. Maar duurzamer ondernemen, dat doe je niet van de ene op de andere dag. Hoe kun je met kleine aanpassingen een stap in de goede richting zetten?



1.



2.



3.

Onderzoek je 'status quo'

Misschien ben je al duurzamer dan je zelf denkt! Op www.noa.nl/mvoscan vind je de NOA MVO-scan. Hiermee ontdek je binnen een paar minuten hoe jouw bedrijf scoort op de vier onderdelen van maatschappelijk verantwoord ondernemen:

- Bedrijfsvoering
- Medewerkers
- Klanten/Opdrachtgevers
- Maatschappelijke omgeving

Bovendien krijg je per onderdeel concrete verbetertips!

Ga stap voor stap te werk

Heb je in beeld wat je kunt verbeteren? Ga dan niet met alles tegelijk aan de slag. Maak in plaats daarvan een stappenplan. Richt je bijvoorbeeld eerst op zorgvuldiger omgaan met afval of kiezen voor duurzame grondstoffen.

Laat merken dat je bezig bent met MVO

Klanten vinden het steeds belangrijker dat bedrijven verantwoord ondernemen. Vertel je opdrachtgevers daarom waar je mee bezig bent. Bijvoorbeeld in korte nieuwsberichten of socialmedia-updates. En deel je score van de MVO-scan!

OPENHEID OVER JE AANPAK, LOONT DAT?

Klanten willen graag weten waar ze aan toe zijn. Ze verwachten openheid over je prijs, de materialen die je gebruikt en je werkwijze. Soms best lastig, want informeren kost tijd... en die investering betaalt zich niet altijd terug.



TIP: HEB JE ZOWEL ZAKELIJKE ALS PARTICULIERE KLANTEN? OVERWEEG DAN OM TWEE SECTIES OP JE SITE TE MAKEN.

Ook voorbeeldprojecten helpen enorm. Geef aan wat de beginsituatie was, hoe lang het project liep, uit welke stappen het bestond, wat het gekost heeft en natuurlijk wat het eindresultaat was. Vergeet daarbij geen foto's en video's te maken!



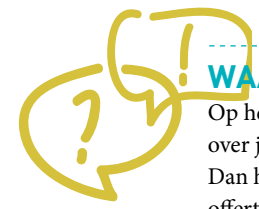
DE OPLOSSING?

Ontwikkel standaardinformatie voor op je website en sociale kanalen. Vertel hier meer over hoe je te werk gaat. Niet alleen in algemene zin (wie zijn wij, waar staan we voor, wat voor ervaring hebben we), maar ook heel specifiek. Handig, want daarnaar verwijst je klanten die meer informatie willen.

Wat zet je precies online? Denk aan je klanten en maak een lijstje van vragen die zij vaak stellen. De antwoorden beschrijf je alvast op je website: Wat kan iemand bijvoorbeeld verwachten als je komt stukadoren? Of hoe lang mogen mensen de vloer niet betreden nadat deze is gelegd? Wat moet de klant zelf doen om de ruimte voor te bereiden? Welke materialen gebruik je en waarom kies je voor deze kwaliteit?

WAAR KOMT DIE BEHOEFTE AAN TRANSPARANTIE VANDAAN?

De behoefte aan inzicht groeit, doordat er steeds meer informatie beschikbaar is. Klanten zijn beter geïnformeerd. Ze willen steeds meer zelf uitzoeken en doen dat ook. Dankzij die vergrote kennis vergelijkt een klant jouw aanbod met dat van concurrent(en) op vergelijkingssites, recensies op Google en sociale media. Dan kun je maar beter het heft in eigen hand nemen en direct open en eerlijk zijn over je aanbod!



WAAR KNELT HET?

Op het moment dat iemand je het hemd van het lijf vraagt over je aanpak, neemt dat vaak kostbare tijd in beslag. Dan heb je nog niet eens de zekerheid van een ondertekende offerte. Ga je echter niet zorgvuldig om met de vragen die je krijgt, dan is de kans groot dat de klant naar een ander gaat. Het is daarom belangrijk om te kijken hoe je je klanten het meest efficiënt informeert.

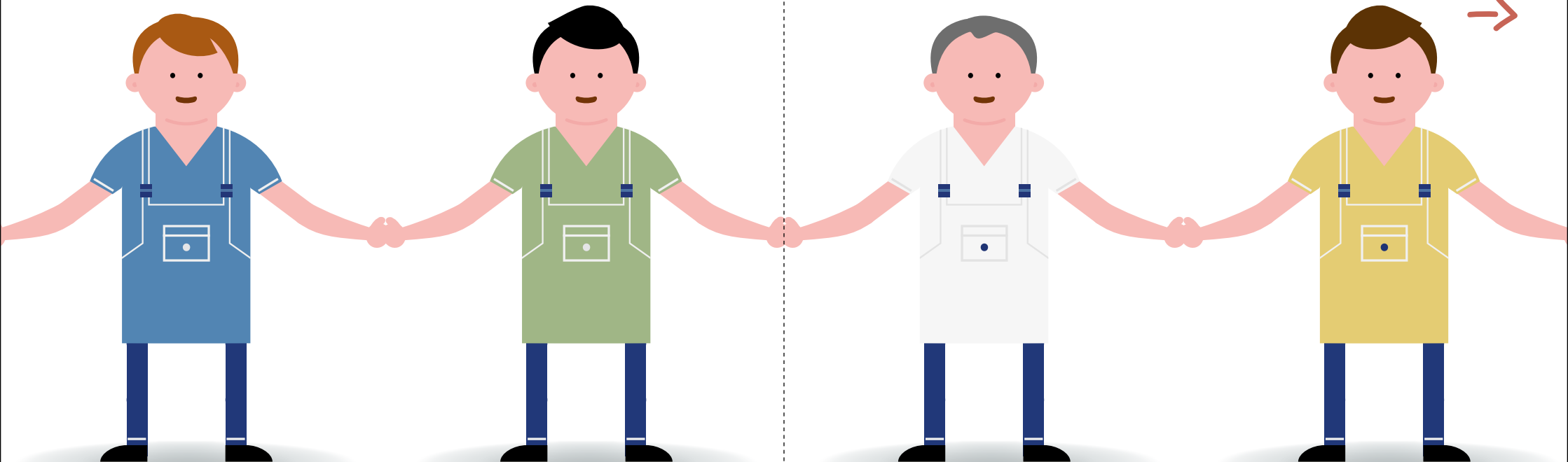
KLANT TEVREDEN,
JU OOK TEVREDEN?



Succesvolle

KETENSAMENWERKING

Ketensamenwerking is in opkomst. In de bouw, maar ook daarbuiten. Dat komt vooral doordat klanten steeds vaker zoeken naar een totaaloplossing waarvoor meerdere specialisten nodig zijn. De theorie is dat samenwerken zorgt voor betere resultaten en lagere kosten. Waarom is openstaan voor ketensamenwerking belangrijk? Hoe haal je er zelf het meeste voordeel uit?

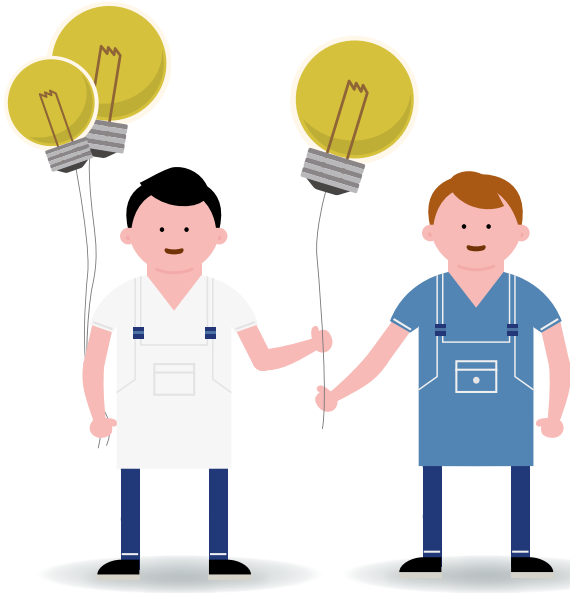


De klant vraagt erom

Er is steeds meer vraag naar ketensamenwerking. Onderzoeken tonen aan dat het kostenverlagend en kwaliteitverhogend werkt, dus is het logisch dat opdrachtgevers hiervoor openstaan. Hoe kun jij in de keten echt samenwerken? Je zet jezelf namelijk

buitenspel door niet mee te doen. Meedoen is ook veel meer dan je laten inhuren door de hoofdaannemer; je moet actief een rol claimen. Zorg dat je bij de eerste overleggen aan kunt schuiven om mee te denken en aan te geven wat jij verwacht en nodig hebt. Zo toon je je expertise en werk je aan je onderscheidend vermogen.



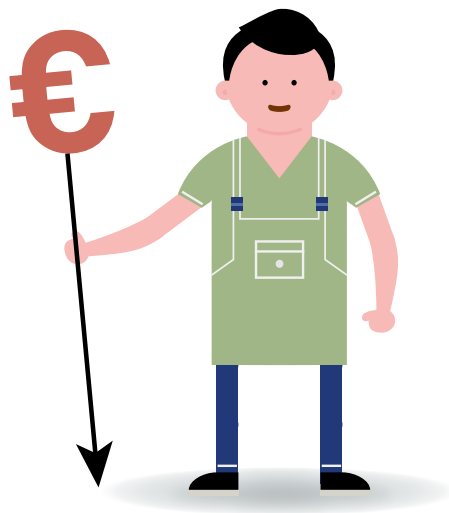


Meer ruimte voor innovatie

Door aan de start van een project met alle partijen te brainstormen, kom je vaak tot verrassende ideeën en creatieve oplossingen. Je hoeft niet elke keer een geweldige nieuwe uitvinding te doen: dit zit 'm vooral in de kleine dingen. Misschien heb je wel een suggestie om het proces soepeler te laten verlopen, of heb je een suggestie voor andere materialen vanuit je ervaring met een ander project.

Je dringt er faalkosten mee terug

Faalkosten merk je meestal pas op tijdens de uitvoeringsfase. Ze ontstaan echter al veel eerder in het proces. Bijvoorbeeld als het bouwteam niet in staat is om de klantwensen goed te vertalen, als er veel ontwerpwijzigingen plaatsvinden of als er niet volgens afspraak geleverd wordt. Gebrekkige communicatie speelt hierin de hoofdrol. Door veel intensiever samen te werken, is een groot deel van deze faalkosten te voorkomen. En daar profiteert iedereen in het bouwteam van.



Je vergroot je expertise

Door nauw samen te werken binnen de bouwketen, leer je de wensen, behoeften en werkwijze van de andere partijen steeds beter kennen. Dat zorgt er weer voor dat je leert hoe jouw werk het beste op dat van anderen aansluit. Zo vergroot je jouw expertise en word je een aantrekkelijkere partij voor toekomstige samenwerkingen.



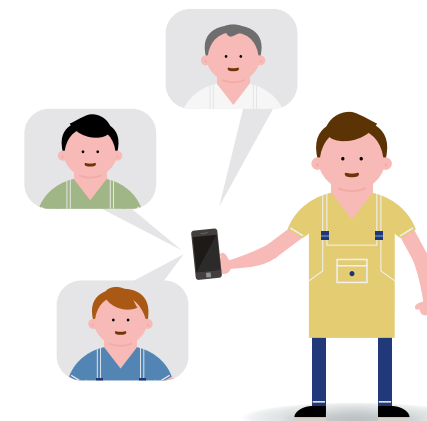
De kwaliteit van het eindresultaat is beter

Een goed resultaat is ook voor jou als afbouwer een groot voordeel. Zo heb je weer een mooi project om je naam onder te zetten. Iets wat je kunt etaleren op je website en je sociale kanalen, en wat je als referentie kunt gebruiken voor volgende potentiële opdrachtgevers (Tip: check wel even bij de hoofdaannemer of je foto's van het project mag publiceren!).



Je vergroot je netwerk

Door samen te werken met nieuwe partijen vergroot je niet alleen je kennis, maar ook je netwerk. Grote kans dat je na een succesvolle oplevering nog een keer gevraagd wordt door één van de leden van het bouwteam. Denk out of the box: met bouwpartners kun je 'leads' uitwisselen. Een installateur kan jou aan een klant helpen en andersom natuurlijk ook.



KWALITEIT DOOR LEAN TE WERKEN: ZO DOE JE DAT!

Misschien heb je de term lean al eens voorbij horen komen. Lean betekent 'slank', en door lean te werken, breng je kosten omlaag, werk je efficiënter en verspil je minder tijd en grondstoffen. De meeste afdelingen kennen het principe vanuit lean plannen. Lean planning houdt in dat een activiteit pas wordt uitgevoerd wanneer de voorgaande erom vraagt, niet eerder én niet later. Zo hoeft niemand te wachten en ontstaan er geen onnodige voorraden. Lean bouwen komt eigenlijk op hetzelfde neer. Alleen kijk je dan niet alleen naar de planning, maar naar alle aspecten van je werk.

Volgens het lean-principe is alles wat geen waarde toevoegt een verspilling. Door te leren welke verspillingen er zijn, kun je ook proberen om ze te verminderen. We zetten ze voor je op een rij:

1. OVERPRODUCTIE

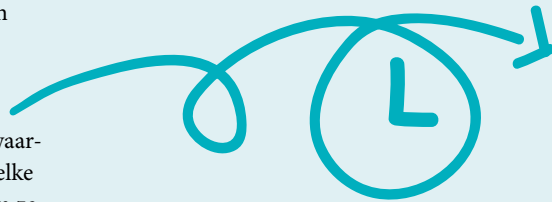
Dit is de ergste vorm van verspilling. Vooral omdat het altijd tot discussie over kosten leidt.

Hoe voorkom je het? Overproductie voorkom je door van tevoren heel duidelijk vast te leggen wat de klant wil én krijgt en je hier ook aan te houden.

2. WACHTTIJD

Vaak verspil je tijd doordat je moet wachten op informatie, materialen of de partij die het voorwerk moet leveren. Dit probleem ontstaat vaak vooraan in het bouwproces.

Hoe voorkom je het? Je kunt wachttijden verminderen door goede afspraken te maken over de communicatie.



3. ONNODIG TRANSPORT

Deze verspilling ontstaat als materialen onnodig van hot naar her worden verhuisd. Dit kost tijd en je loopt het risico dat zaken beschadigen. Het is daarom slim om vooraf uit te denken hoe je het transport kan minimaliseren.

Hoe voorkom je het? Maak bijvoorbeeld goede afspraken met je leveranciers over waar jouw materialen worden geleverd.

4. OVERBODIGE PROCESSTAPPEN

Als je kritisch naar een bouwproces kijkt, zie je vaak dat een aantal stappen overbodig is. Bijvoorbeeld dubbele controles, of informatie dubbel moeten invoeren.

Hoe voorkom je het? Neem je bouwproces onder de loep, aan de hand van de laatste paar grote projecten die je hebt gedraaid en kijk welke stappen overbodig waren.

5. TE VEEL VOORRAAD

Vorraad kost geld en opslagruimte. Dan gaat het niet alleen om de voorraad van bouwmaterialen, maar bijvoorbeeld ook om folders of levensmiddelen.

Hoe voorkom je het? Denk slim na over wat je écht al in huis moet hebben, en wat je ook prima kan bestellen als je het voor een specifieke klus nodig hebt.

6. ONNODIGE BEWEGINGEN OF BELASTING

Deze vorm van verspilling ontstaat als je teveel handelingen moet verrichten, of onnodig zwaar belast wordt met een bepaalde handeling. Bijvoorbeeld als je materiaal te ver weg ligt opgeslagen en je steeds de halve bouwplaats over moet.

Hoe voorkom je het? Probeer voordat je aan de slag gaat te bedenken waar je alles wilt hebben om zo efficiënt mogelijk te kunnen werken, en bespreek dit met de andere partijen. Denk ook aan je eigen magazijn/opslag. Sorteer bijvoorbeeld je voorraad op gebruiksfrequentie in plaats van op productgroep.

7. CORRECTIE

Deze verspilling spreekt misschien nog wel het meest voor zich: alles wat niet in één keer goed gaat, moet je opnieuw doen. En dat kost tijd, geld en materiaal.

Hoe voorkom je het? Soms zit het gewoon tegen, maar vaak kun je onnodige herstelwerkzaamheden voorkomen door goede afspraken te maken, zorgvuldig de klantwens te bespreken en vooraf goed te plannen.

8. TALENT ONBENUT LATEN

Deze verspilling is vrij recent aan de lean-principes toegevoegd. Het niet benutten van kennis, vaardigheden en creativiteit van medewerkers is óók een verspilling. Eigenlijk heel logisch!

Hoe voorkom je het? Je speelt hierop in door het meeste uit je medewerkers en collega's te halen door hen te laten doen waar ze goed in zijn, door feedback en overleg centraal te stellen en door regelmatig samen te evalueren.

TIPS!



1. Denk vanuit de klant
2. Optimaliseer activiteiten die waarde toevoegen
3. Voorkom verspilling
4. Schrap onnodige activiteiten en processtappen
5. Werk vanuit de vraag
6. Blijf jezelf verbeteren door evaluatie

Opdrachtgevers willen natuurlijk alleen met de beste afbouwers werken. Maar hoe vinden ze die? Iedereen kan een gelikte website laten maken en niemand plaatst foto's van slecht werk. Keurmerken zijn er om het kaf van het koren te scheiden. Daarom heb je met een keurmerk een streepje voor.

Streepje voor met kwaliteitskeurmerken



NOA-Afbouwgarantie: laat zien wat jouw lidmaatschap inhoudt!

De NOA-Afbouwgarantie staat niet alleen voor de zekerheid van een goed eindresultaat, maar ook voor duidelijkheid: heldere offertes en begrijpelijke afspraken. Niet alle particuliere opdrachtgevers kennen de NOA-Afbouwgarantie en zakelijke opdrachtgevers hechten waarde aan keurmerken en brancheorganisaties. Zet daarom op je website, je sociale media en je offertes dat je lid bent van de NOA, maar leg ook kort uit wat de NOA-Afbouwgarantie inhoudt. Verwijs vervolgens naar www.noa.nl voor meer informatie en de leveringsvoorwaarden.

Afbouwkeur: laat zien dat je een betrouwbare partner bent

Een ander hooggewaardeerd keurmerk is Afbouwkeur. Afbouwkeur helpt kwaliteitsbewuste afbouwbedrijven om hun kwaliteit te verbeteren en uit te dragen. Een onafhankelijk bureau toetst regelmatig of afbouwers aan de strenge eisen van het keurmerk voldoen. Dat is niet alleen voor klanten een fijn gegeven, ook jij als afbouwer profiteert daarvan. Een keuring door een derde partij houdt je scherp en geeft je de kans je werk te verbeteren.

VOORDELEN VOOR OPDRACHTGEVER EN OPDRACHTNEMER

Zowel op de bouwplaats als op kantoor krijg je als Afbouwkeur-bedrijf regelmatig handige tips om beter of veiliger te werken. Door diezelfde controles wordt geborgd dat je aan de keurmerkeisen blijft voldoen. Voor de klant is het een geruststellende gedachte dat achter de schermen alles goed geregeld is. Je laat er bijvoorbeeld mee zien dat je rekening houdt met de dynamiek en uitdagingen van een complex project. En dat je specialistische kennis in huis hebt. Met Afbouwkeur geef je je klant de zekerheid van méér dan alleen een goed product.

Kijk op www.afbouwkeur.nl voor meer informatie.



Topprestaties lever je samen

Op grote projecten ben je vaak met collega's, medewerkers of vakgenoten aan het werk. Hoe die samenwerking verloopt, is dan best belangrijk voor het eindresultaat. **Communiceer je niet goed? Dan vergroot dat de kans op fouten. De kwaliteit van je werk wordt dus ook voor een groot deel bepaald door de anderen die eraan meewerken. Daarom geven wij je tips om optimaal te presteren met jouw team. Zodat jullie gezamenlijk een topprestatie kunnen leveren.**

PROFESSIONELE COMMUNICATIE

Communicatie is een vak, wordt wel eens gezegd. En dat is niet voor niks. De meeste fouten worden gemaakt door miscommunicatie; elkaar niet begrijpen en dat niet aangeven bij de ander, of nalaten volledige informatie te geven. Niet uit kwade wil, maar gewoon omdat het vergeten wordt. Iedereen doet er ongemerkt 'aan mee': je bent tenslotte druk met het uitoefenen van je vak. Toch is het belangrijk om hier aandacht aan te schenken. Professionele communicatie straalt namelijk ook kwaliteit uit. Dus geef een gedegen planning af aan de klant, overleg helder en met regelmaat met je collega's of team en vraag door als zaken onduidelijk zijn. Dat maakt het voor iedereen prettiger en gemakkelijker.

WEES EEN TEAM

Teamwork is essentieel voor het winnen van een wedstrijd. Misschien herken je het wel uit de sport, bijvoorbeeld het voetbal. Denk aan het Nederlands elftal. 'Onze' jongens komen pas echt ver op de grote toernooien als de spelers:

- goed op elkaar ingespeeld zijn;
- duidelijk met elkaar communiceren op het veld;
- zich laten leiden door aanvoerder en coach;
- gaan voor gezamenlijk succes, in plaats van individuele prestaties.

Deze elementen zijn ook van toepassing op teams die zich niet op een sportveld begeven. Houd deze punten eens in gedachten als je samenwerkt met anderen, ook als dit geen directe collega's zijn.

“KWALITEIT

VAN EEN PRODUCT
OF DIENST IS NIET WAT
JIJ ERIN STOPT.

HET IS WAT JOUW
KLANT ERUIT HAALT”

COLOFON

Dit is een uitgave van de Nederlandse
Ondernemersvereniging voor Afbouwbedrijven.

Nieuweweg 226
3905 LT Veenendaal
t: 0318-547373

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd
en/of overgenomen in enige vorm of op enige wijze,
hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, of
enige andere manier, zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de uitgever.

2015



NOA

Nederlandse
Ondernemersvereniging voor
Afbouwbedrijven

www.noa.nl