

Voormolen & Wolfers:

‘Pioniers in kopers- en verkoopbegeleiding nieuwbouwprojecten’

Of kopers- en verkoopbegeleiding voor nieuwbouwprojecten hét gat in de markt was van de laatste tien jaar, durven Duncan Voormolen en Niels Wolfers niet meteen te stellen, maar dat er een duidelijke behoefte was aan een professionele intermediair tussen enerzijds de aannemers en ontwikkelaars en anderzijds de woonconsument, heeft het tweetal intussen wel bewezen.

Hun bedrijf, Voormolen & Wolfers, staat stevig in de markt en er zijn gezonde ambities geformuleerd voor de komende jaren. “In dit voorjaar hebben we in Rotterdam wederom drie mooie projecten aan onze portefeuille kunnen toevoegen,” zegt Voormolen.

“We gaan de kopersbegeleiding verzorgen voor de skyline bepalende woontorens ‘The Red Apple’ en ‘Citybuilding Statendam’ en het hart van de nieuwe wijk Nesseland, project Newport. Voor de betreffende ontwikkelaars is dat vooral een zorg minder.”

“Vooruitlopend op de start van ons bedrijf ongeveer tien jaar geleden, zagen wij dat ontwikkelaars en aannemers graag willen communiceren met de woonconsumenten of hun klanten, maar dat het hen aan tijd en middelen ontbrak,” zegt Wolfers. “Ook zijn ontwikkelaars of aannemers niet altijd optimaal organisatorisch ingericht op deze processen, die in de loop der jaren een steeds grotere omvang hebben aangenomen. Tijdens een bouwtraject heeft de consument immers vragen van allerlei aard; vragen over de uitvoering, de bouwkwiteit en/of het tempo, maar vooral ook over het meer- en minderwerk, dat zou moeten worden toegepast in het aangekochte object. De behoefte aan informatie bij de woonconsument heeft een enorme vlucht genomen. En dat is niet zo gek; er is een maatschappelijke tendens tot individualisering. Iedere klant wil zijn eigen smaak woning. Maatwerk is de dagelijkse praktijk geworden. De consument wil dat zijn huis zijn thuis wordt.” Volgens

Voormolen zijn huizenkopers in de loop der jaren bovendien steeds kritischer geworden. “Het zijn onder andere de bouwprogramma’s op de televisie, die hier flink aan hebben bijgedragen. Ook het internet speelt een rol. De consument heeft zicht gekregen op allerlei nieuwe opties en (on)mogelijkheden.” Voormolen, Wolfers en hun medewerkers, waaronder zeven kopersbegeleiders, concentreren zich dan ook op de stroomlijning van de uitvoering van al die werkzaamheden. “Het is onze taak om er voor te zorgen dat de communicatie tussen alle betrokkenen wordt geoptimaliseerd,” legt Wolfers uit. “De consument of koper hoeft niet rechtstreeks meer in gesprek met de aannemer of ontwikkelaar. En vice versa uiteraard. Wij vangen als intermediair alle eerste vragen op, filteren die en geven de juiste terugkoppeling of regelen de gewenste zaken.”

Naast het verzorgen van kopersbegeleiding legt Voormolen & Wolfers zich ook toe op verkoopbegeleiding, die volgens Voormolen globaal uit drie onderdelen bestaat. “Zo houden we ons allereerst bezig met de realisering van verkoopbrochures,” zegt hij. “Geen onbelangrijke zaak want de verkoop start vaak al vóór het moment dat alle bouwkundige zaken zijn vastgelegd. Het is daarom van belang om zeer zorgvuldig te bepalen welke gegevens wel en welke vooral niet vermeld dienen te worden. De koper beslist immers op basis van deze brochures.” Daarnaast gaat het in de verkoopbegeleiding ook om het aansturen van de makelaars. “We onderhouden nauw contact met hen,” zegt Wolfers. “Deze dienen zo veel mogelijk essentiële informatie te ontvangen zodat zij hun verkoopsgesprekken optimaal kunnen structureren. Die rol nemen wij op ons. Maar we houden ons ook bezig met het adviseren en aansturen van de showrooms. Zo maken wij een showroomprocedure die uitvoerig met de betreffende showroom wordt besproken. Alles is in het belang van de potentiële klant; deze wil zo min mogelijk vertraging, een zo helder mogelijke offerte en vooral geen irritatie over gebrekkige communicatie.” Toch erkennen Voormolen en Wolfers dat er maar één opdrachtgevende partij is.

“Wij werken louter in opdracht van ontwikkelaars of aannemers. Die rol moet duidelijk zijn. Dit gebeurt echter wel ten behoeve van de kopende partijen.”

Stevige marktpositie

Binnenkort starten de eerste voorbereidingen in de communicatie met betrekking tot de drie eerder genoemde binnengehaalde Rotterdamse projecten.

Met ongeveer 1500 woningen in behandeling, verdeeld over zo’n 30 projecten, blijkt het tweetal in de wijde regio intussen een stevige marktpositie te hebben veroverd. “Ons werkgebied strekt zich eigenlijk uit over de gehele randstad. Het zwaartepunt ligt op dit moment in de regio’s groot Rotterdam en Amsterdam, maar daarnaast hebben wij ook projecten in Zoetermeer, Utrecht en

Tilburg. Overigens bedienen we daarbij zowel de kopers van ‘starterswoningen’, als die van luxe vrijstaande villa’s in het absolute topsegment. Natuurlijk variëren de mogelijkheden en de aanpak, maar het doel is uiteraard altijd gelijk: tevreden toekomstige bewoners en veel zorg uit handen van onze opdrachtgevers.” De twee verwachten gezien de toenemende vraag vanuit de markt het bedieningsgebied in de toekomst verder te kunnen vergroten en daarmee is meteen een concrete ambitie uitgesproken. “We werken al in het grootste gedeelte van West-Nederland, maar we overwegen om in de nabije toekomst wellicht een extra vestiging te openen; gedacht wordt aan een plaats op ongeveer 100 km vanaf Rotterdam,” besluit Wolfers.

“Dat doen we overigens bewust en niet overhaast. We hebben gekozen voor een geleidelijke groei van ons bedrijf. We willen immers ook zelf de feeling houden met wat er concreet gebeurt ‘op de werkvloer’. We zijn immers de pioniers op dit vakgebied en die rol willen we vasthouden door blijvend te professionaliseren. Dat past sowieso goed bij ons karakter en onze visie, maar nóg belangrijker is dat juist daardoor onze opdrachtgevers er de vruchten van blijven plukken en wij hen continu alle zorg uit handen zullen blijven nemen.” ■