

Niet het product, maar klantwensen staan centraal

Eigenlijk klinkt het heel logisch. Als bedrijf benader je je klanten met het beste product dat je te bieden hebt en probeert dat te verkopen. Maar bij Icopal, sinds 1876 specialist in afdichten van gebouwen, doen ze dat helemaal anders. Corporaties profiteren er van de gedachte dat hun behoeften en wensen voorop staan.

Hilbert Pool van Icopal vertelt eerst kort over zijn bedrijf. "Icopal produceert materialen voor het afdichten van bouwconstructies. Dat deden we aanvankelijk alleen voor platte daken, maar sinds enkele jaren behoren ook hellende daken tot onze specialiteit. We zijn actief in Europa en Noord-Amerika en behoren tot 's werelds grootste partijen op ons werkgebied."

WERELD VERANDERT

Steeds vaker behoren woningcorporaties tot de klantenkring van Icopal. "Dat komt met name door ons brede productenpalet, waardoor we praktisch elke oplossing kunnen aanbieden. Maar door veranderingen in de wereld van het vastgoed zijn andere zaken steeds belangrijker geworden. Denk aan kostenbeheersing, woonkwaliteitsnormen en de verschuiving van verantwoordelijkheid van wijkbeheer naar assetmanagers. Men wordt zich steeds meer bewust van het feit dat prestatie-eisen van vastgoed, of delen daarvan, geformuleerd moeten worden om zo een goed plaatje te krijgen van de kosten en hoe die zo laag mogelijk te houden."

KLANT CENTRAAL

Vanuit die gedachte is het Icopal MJOP (meerjarenonderhoudsplan) ontwikkeld, zegt Pool. "In plaats van ons beste nieuwe product aan te bieden, gaan we allereerst met een klant in gesprek. Dat is stap 1 bij het opstellen van het MJOP. Samen bekijken we waar de behoeften en wensen liggen. Je kunt wel je nieuwste product gaan verkopen, maar misschien is dat helemaal niet wat een corporatie nodig heeft. We kijken dus gezamenlijk naar het gewenste onderhoudsniveau en het programma van eisen dat daarbij hoort. Moet een dak nog twee of twintig jaar mee? Wat is het budget? Wat

wordt de functie van een dak? Plus - en hier komt onze expertise om de hoek kijken - er zijn tegenwoordig erg veel verschillende soorten daken: groendaken, zonnepanelen, luchtzuiverende dakbedekkingen. Dat soort vragen worden beantwoord in deze fase van het proces en daarop kan de corporatie dan zijn eigen kostenraming maken. Zo weet men precies wat over de exploitatieperiode het onderhoud gaat kosten, zonder dat men voor verrassingen komt te staan. Onze aanpak scheelt minimaal 20 procent in de dakexploitatiekosten, hebben we uitgerekend bij zo'n twintig verschillende opdrachtgevers. Bovendien heb je alle kosten transparant. Dat is fijn voor een corporatie."

PROFITEREN

Bij stap 2 wordt een inspectie uitgevoerd aan de hand van NEN 2767, een uniforme manier van inspectie die een goede indicatie geeft van hoe een dak erbij ligt. "Daar bovenop voeren wij ook een technische inspectie uit zodat alle aspecten van het dak duidelijk zijn. Daaruit volgt een inspectieverslag, waarna in stap 3 het MJOP wordt samengesteld. Je moet het zien als een maatpak dat wordt samengesteld", zegt Pool. "De best passende onderhoudsmethoden worden afgestemd op de wensen van de opdrachtgever en de aard van het gebouw, gecombineerd met de gewenste prestaties en onderhoudsperiode. Tot slot volgt stap 4, waarin wij in de driehoek opdrachtgever-producent-verwerker vinger aan de pols houden bij uitvoering en gezamenlijk verantwoordelijkheid nemen voor de exploitatie in de gestelde periode. De corporatie profiteert bij die opzet dus van onze kennis, maar ook van lagere, en heldere exploitatiekosten. Die combinatie blijkt steeds vaker een winnende te zijn." ■



"Onze aanpak scheelt minimaal 20 procent in de dakexploitatiekosten, hebben we uitgerekend bij zo'n twintig verschillende opdrachtgevers"