

Week van de componentrenovatie

De 24 uur van...

7 en 8 april 2016

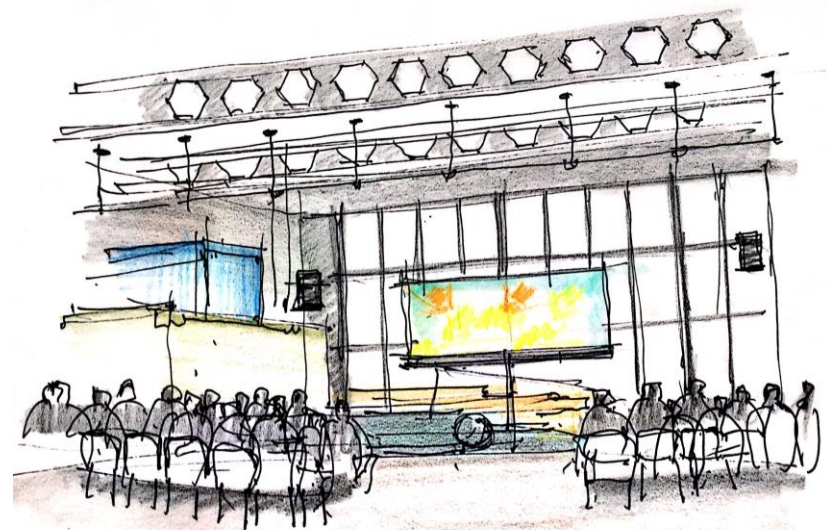
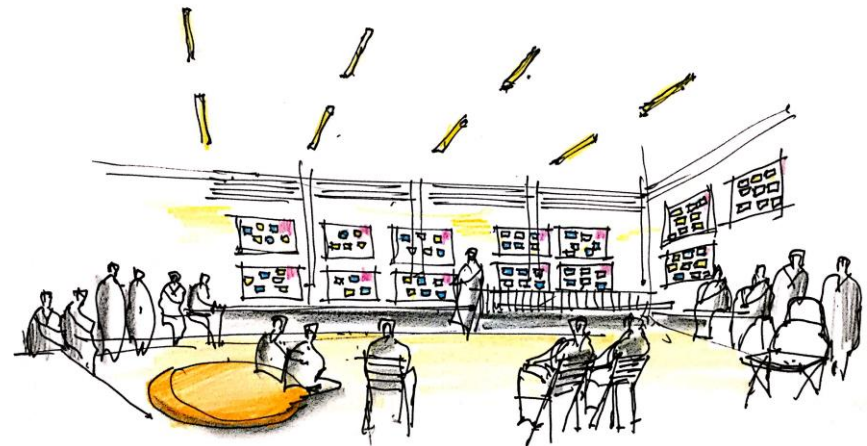
We zijn aan het einde gekomen van de week van de componentrenovatie. Door de kerngroep is, na een wat korte nacht, de hele ochtend en begin van de middag hard gewerkt aan de why, how and what. Snel is de presentatie in elkaar gezet om de resultaten met alle deelnemers van de week van .. te delen. Ergens de wil om alles wat is opgehaald te delen maar ook de wetenschap dat dit niet mogelijk is. Een compacte presentatie wordt door Dorothee, Martijn en Roel gegeven. De antwoorden op de vragen uit de zaal maken duidelijk dat deze vragen afgelopen week de revue hebben gepasseerd. En tevens wordt duidelijk dat de energie en de wil van alle partijen in de keten om mee te gaan in klantgericht renoveren groot is en langer zal doorgaan dan deze week. Onmogelijk te kiezen uit 51 tekeningen van Jan Metz als illustratie bij dit bericht, er toch maar een gekozen. Woonbedrijf gaat verder met de serie van 1 en daagt alle andere partijen uit om dat ook te doen.

<https://www.linkedin.com/groups/3290603/profile>

De week van de componentrenovatie is geëindigd in de 24 uur van...

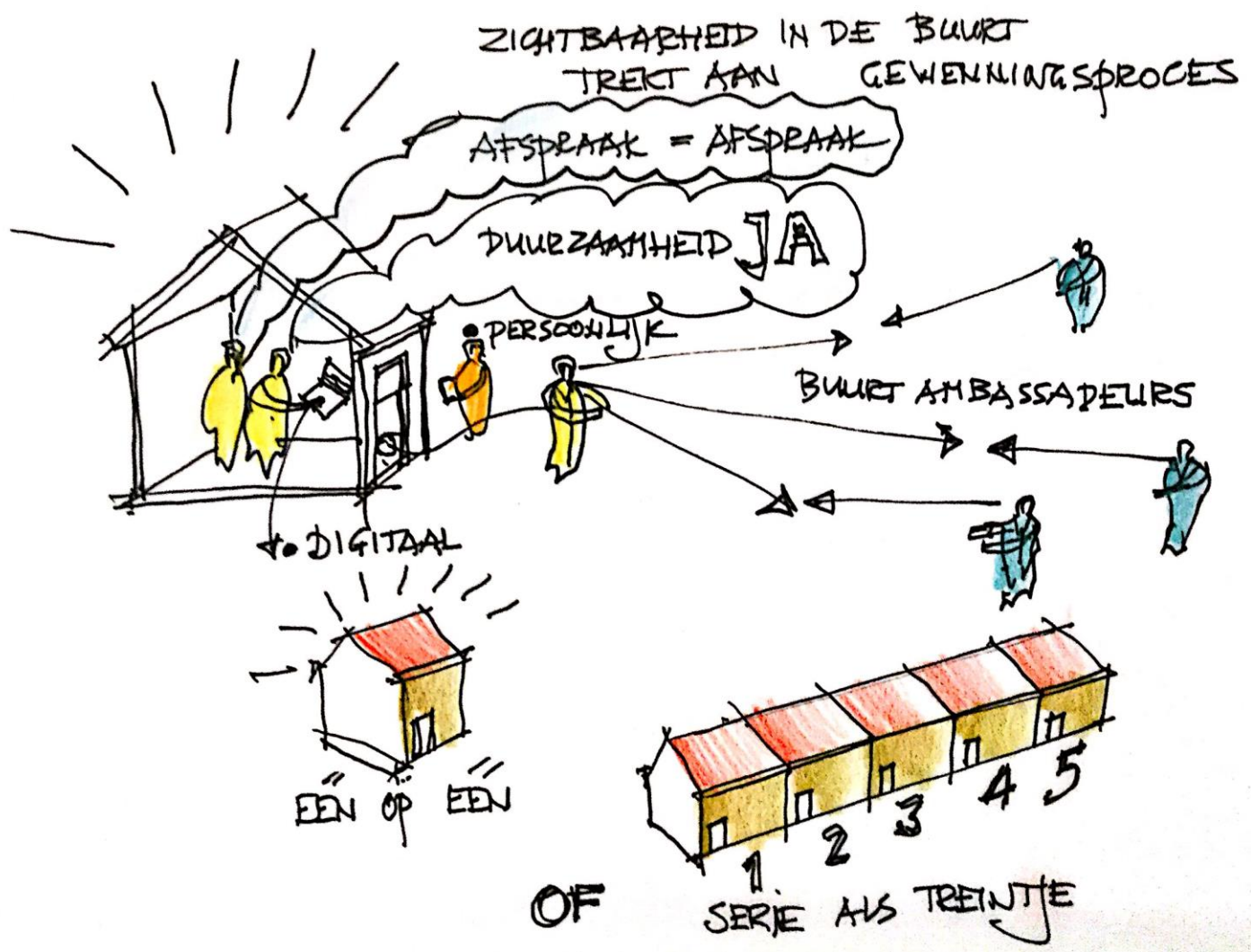
In een snelkookpan is er gebogen over de vangst van de week en de drie kernpunten: de why, how and what.

Het eindresultaat is gepresenteerd in een beknopte presentatie. Maar dit is de complete oogst.

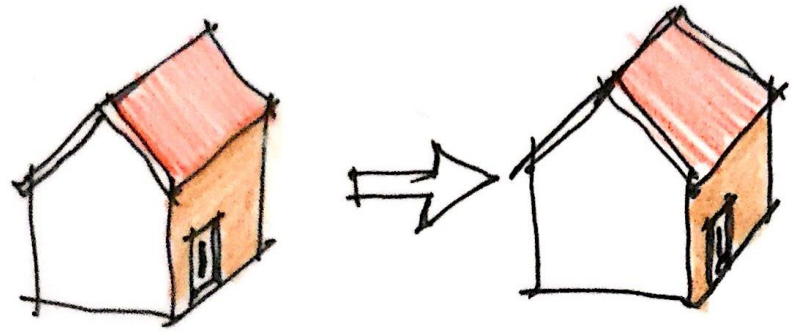


**De oogst van de themabijeenkomsten
in een notendop**

B E W O N E R S

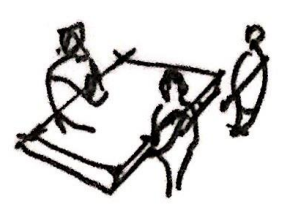


PROJECTLEIDERS



KWALITEITS BORGING
VOOR DE GEHELE WONING

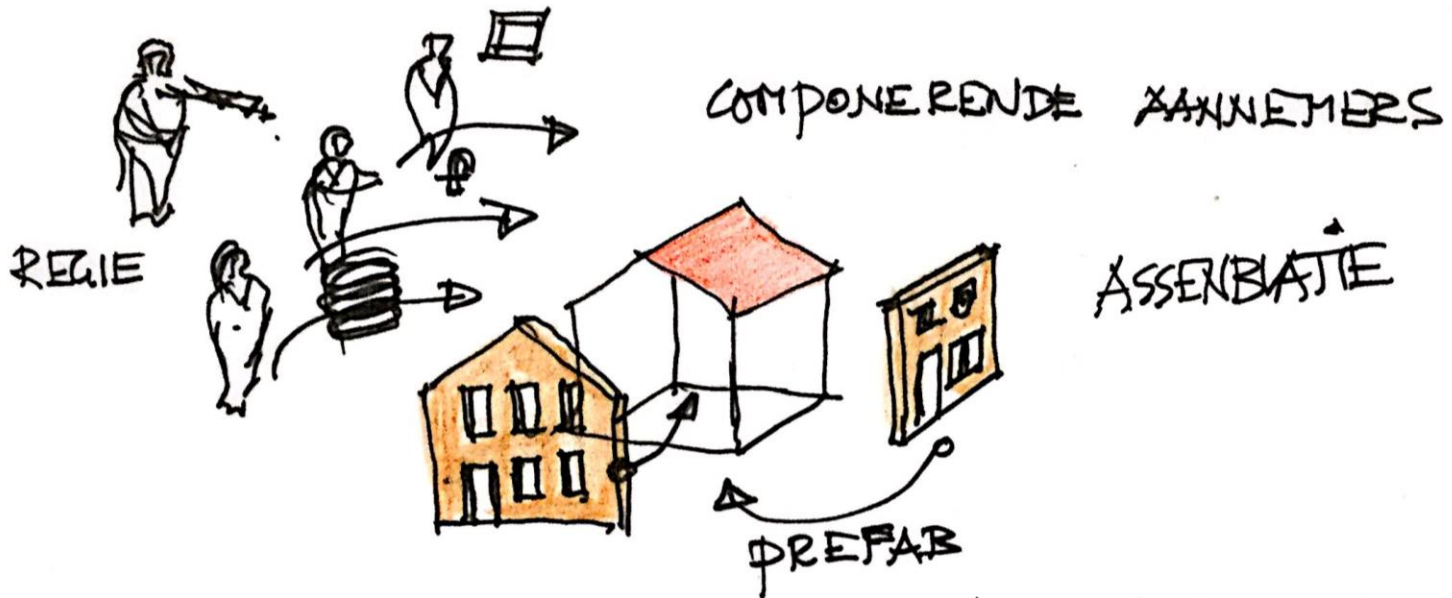
$n = 1$ WONING **APK** ALS VANGNET



PERSOONLIJKE
INFO ALS INTRODUCTIE

⇒ ZELF
VERDER
op **BOL.com**

PRODUCENTEN



IPV. PRODUCEREN OP DE BOUWPLAATS.



U I T V O E R I N G

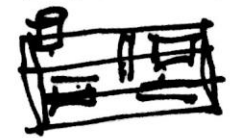
CONTINUITET

ARBEID OP BOWPLAATS VERKORTING



IN FABRIEK

IN POP UP

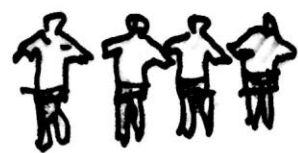


10

OF

1.000

GEEN VERSCHIL

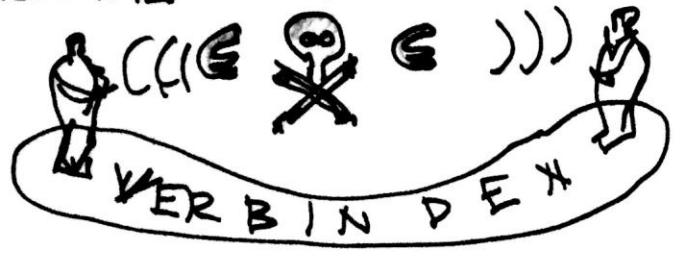


TREIN + TEAM

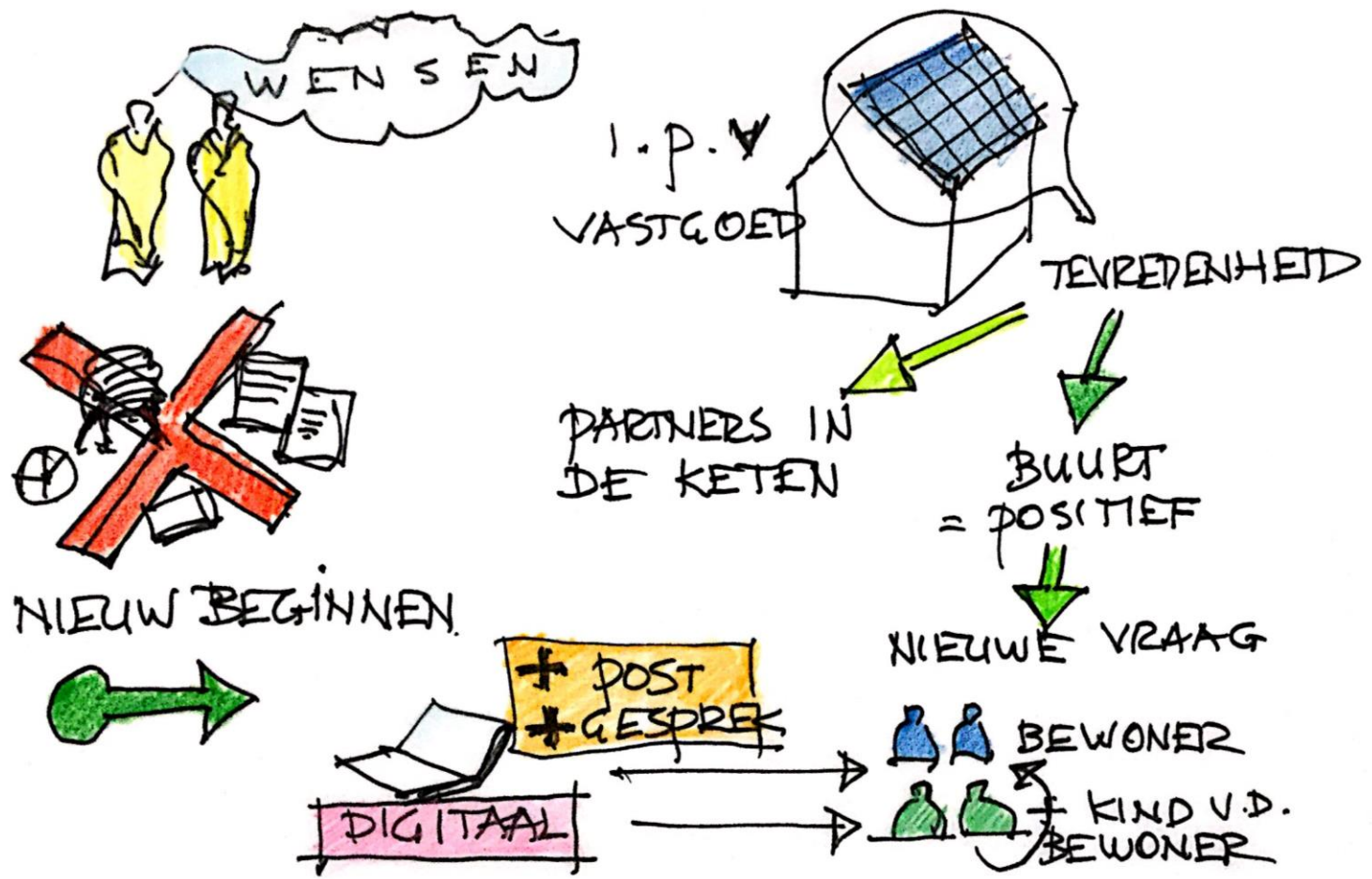
IN STAND HOUDEN

NIET STEEDS OP NIEUW

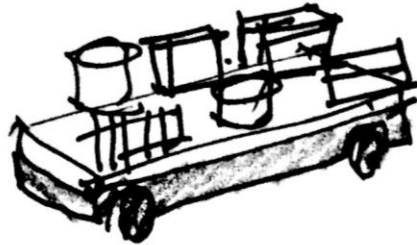
KLEINER EN LOKAAL



IN F O R M A T I E

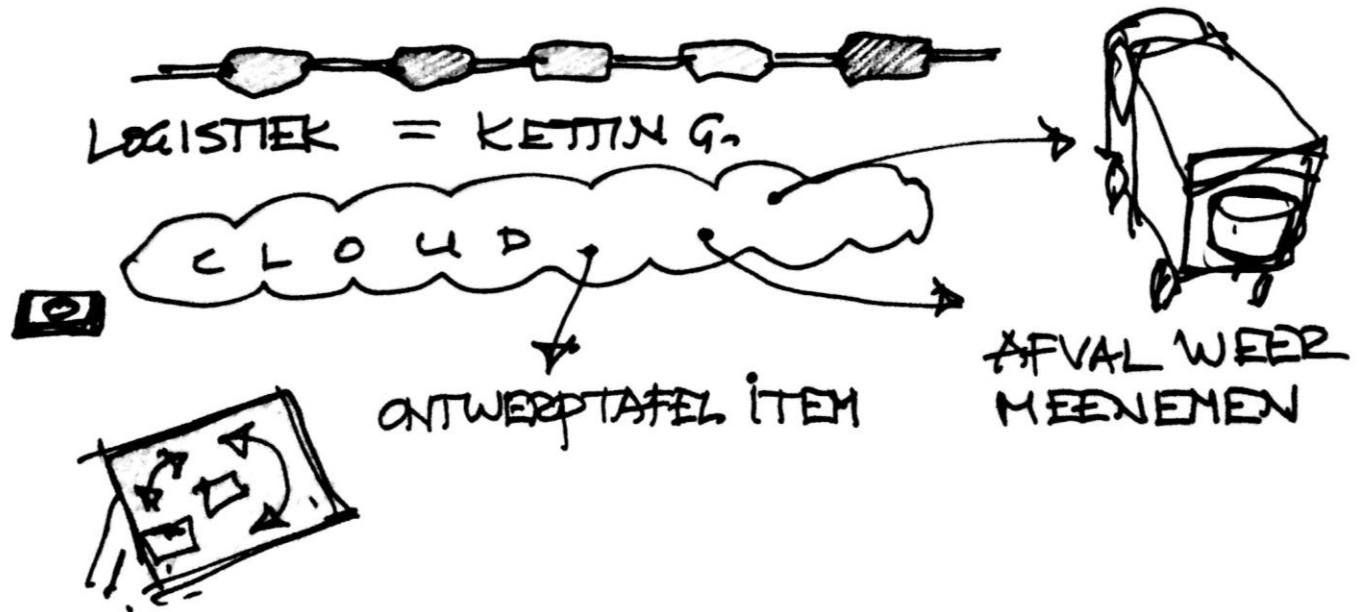


LOGISTIEK



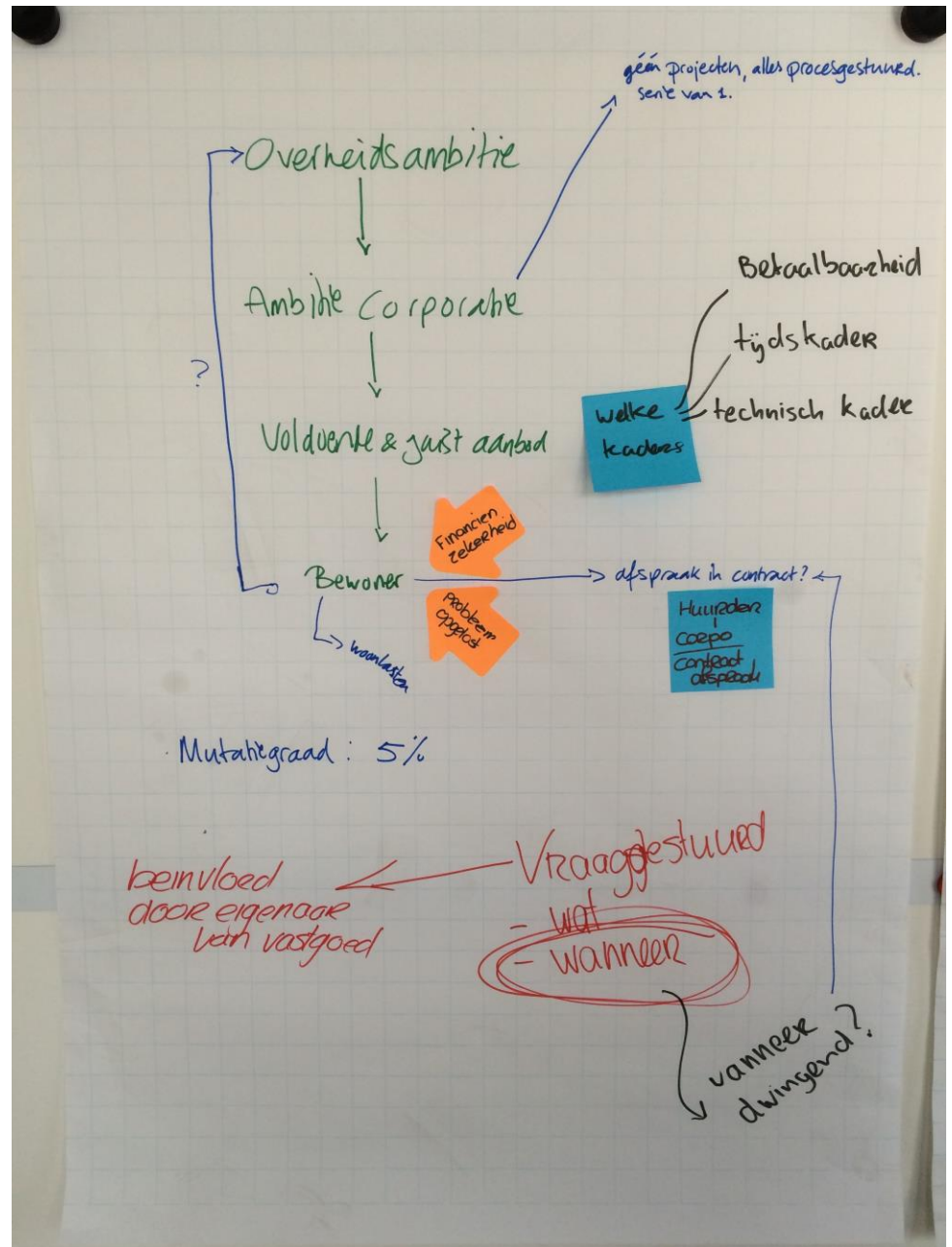
SCHIEDEN TECHNIEK
EN LOGISTIEK

LOGISTIEK BIJ ONTWERP.



**Hoe maakt de keten 'vraaggestuurd' de
duurzaamheidsdoelen waar?**

Hoe werkt de duurzaamheidsambitie door richting een bewoner?



Wat zijn de prikkels voor de
bewoner?

- Mooier
- comfortabelere
- milieu

- prijs (Bijv. Alleen koppelen aan
besparing en niet investering)

- zo min mogelijk overlast
- financiële situatie zilveres

Wat zijn de eigenschappen vd 'weiger' doelgroep

koppelen ~~aan~~ "luxe" → duurzaamheid

Uitgangspunt is opdrachtgever
kiest uit producten en is bij deze
veroeg de 'keten'

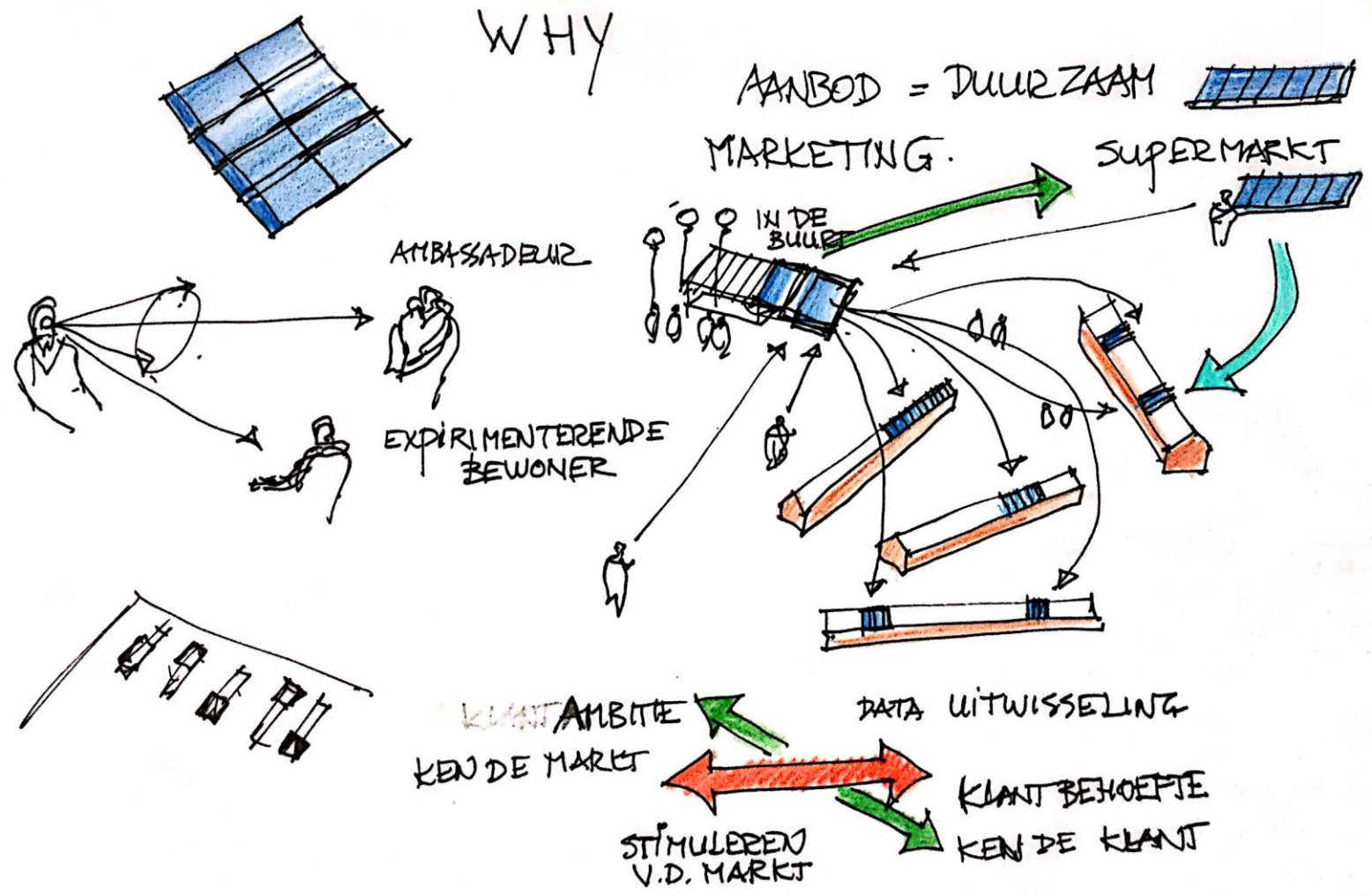
- aanbodkenze
- leiders c.g. afspraken met bewoner (als je iets doet, minimaal naar 'h' of 'ij')
- koppelen aan prikkels (MARKETING)

95% is ook goed

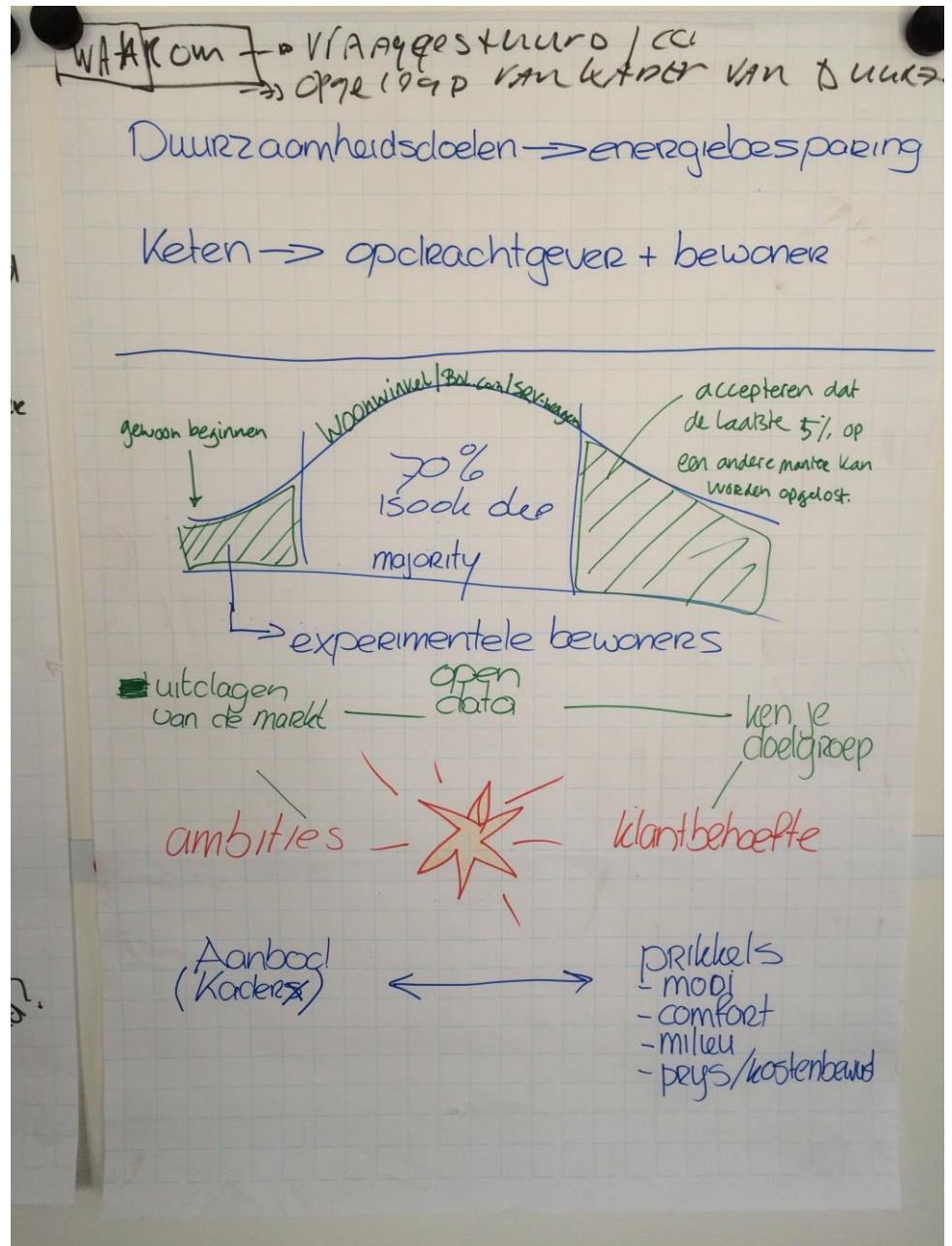
Welke
prikkel?

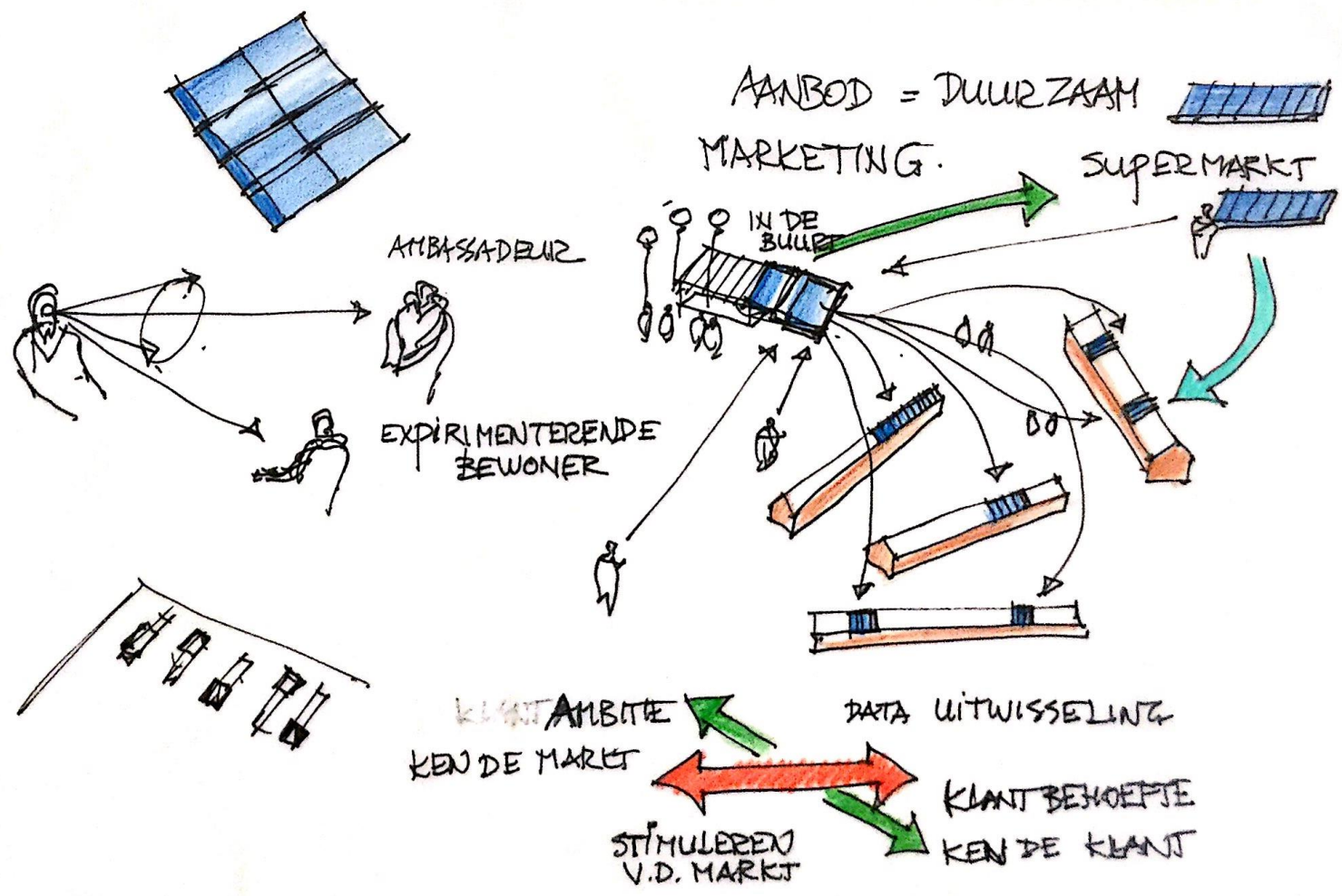
→ hoe
verleiden?
AMBitie is
niet dwingend

↑ hoe
↑ hoe



Hoe kunnen we de botsing van ambities en klantbehoefte op elkaar afstemmen?





Wat is de stimulans?

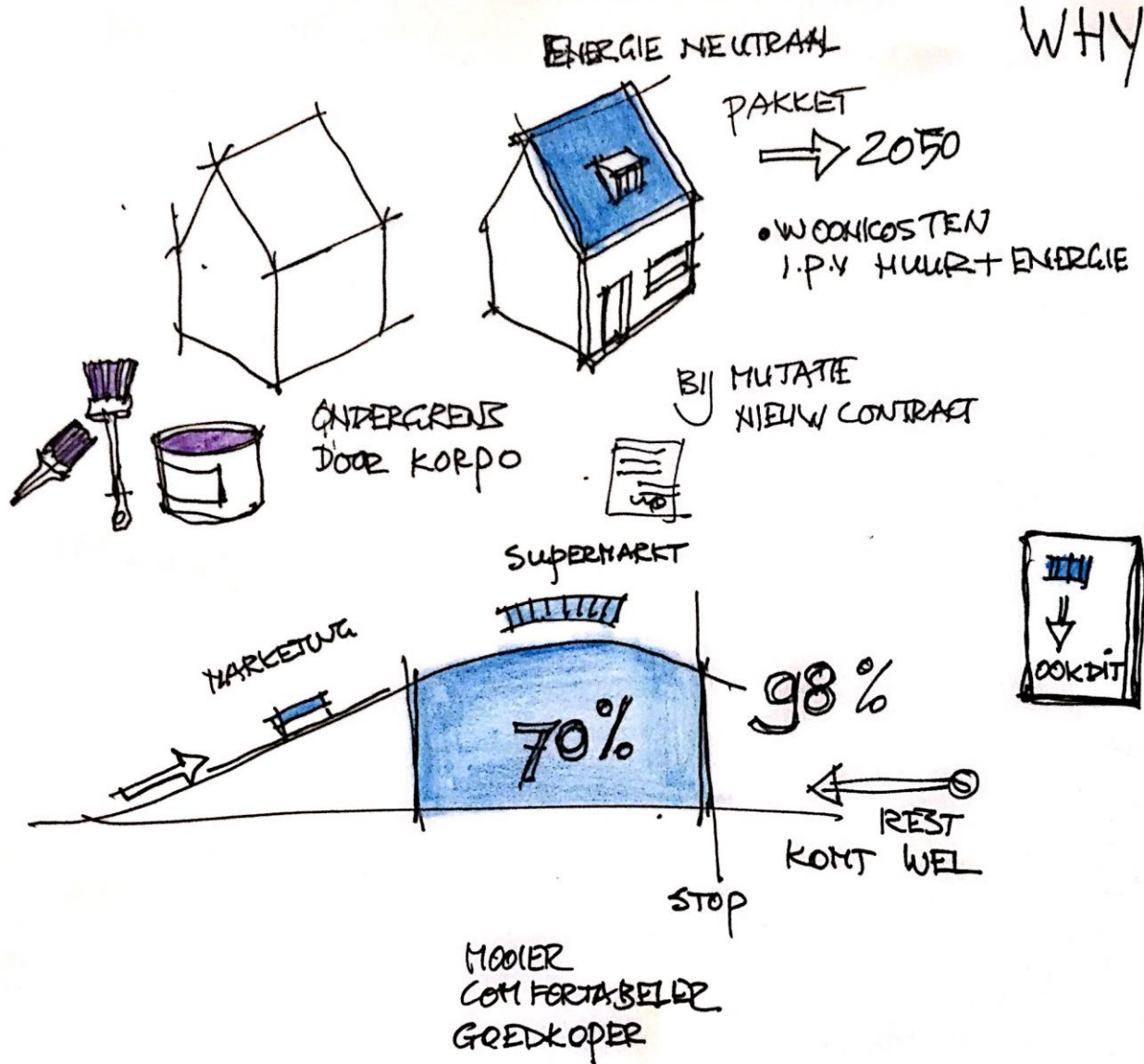
MARKETING

"Zien is geloven" → Modelwoning / Supermarkt ??

"Kleine + grote ingrepen nodig"

Mobile SRV-wagen
 Inhalatie / Outreach
 Early adopters
 Late majority
 Laggards
 "Ambassadors" Modelwoning
 - aansluiten
 -ge
 doelgroepen

AANBOD → Experimentele bewoner
 "AMBASSADEURS" Actief wieven zijn
 Goed inzicht in doelgroep * (Macht onderzwekt)
 DEMONSTREREN (modelwoning / supermarkt)
 INFORMATIEPUNT



Waar wordt de klant blij van?

32.000 woningen
Verstandig om te verduurzamen

→ FEIT = klant wil nog niet

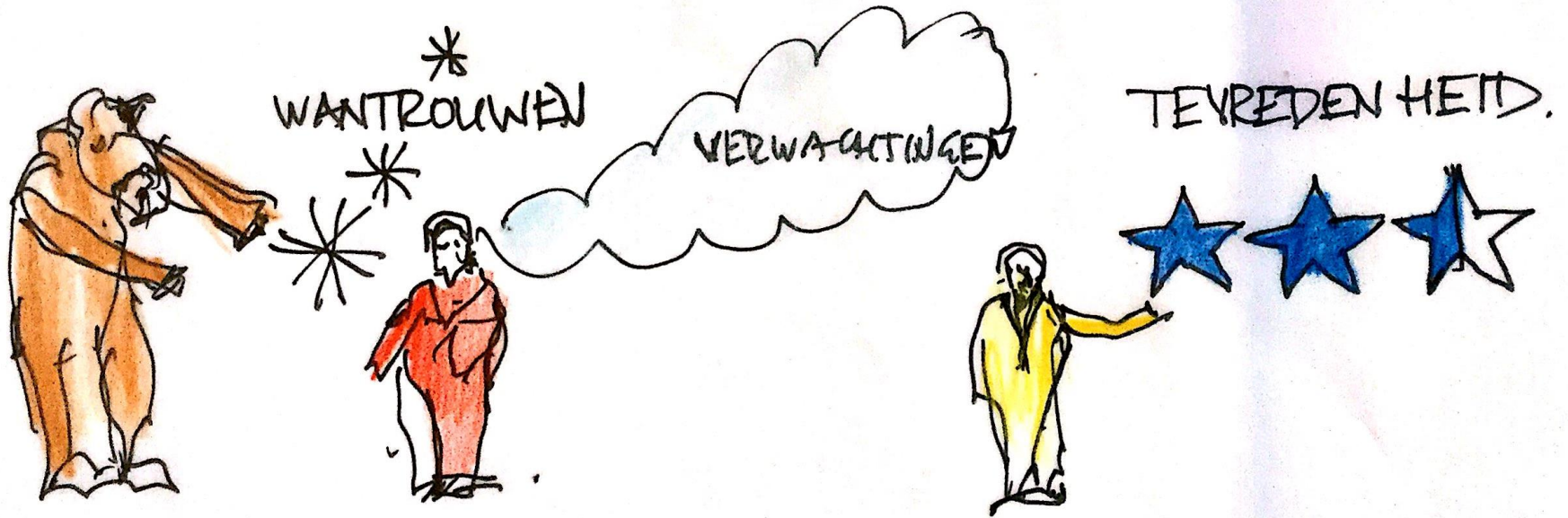
OPGAVE = klant proberen te overtuigen om ~~verduurzaming~~ te realiseren
renoveren

The sketches show a progression of house renovation. The first house is red and labeled 'Eind 30.000'. The second house is red with a lightning bolt above it and a sad face, representing a concern. The third house is green and labeled 'Mijn moment' and 'Mijn huis', representing a goal. The fourth house is green with a happy face above it, representing the final desired state.

Vertrouwen

Mangem v. vertrouwen

inrichtingmaken resultaat

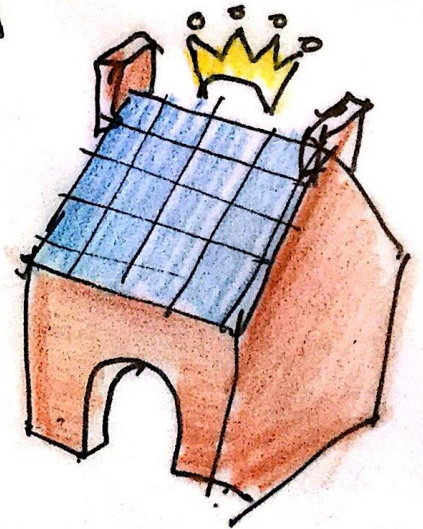




NU



JA



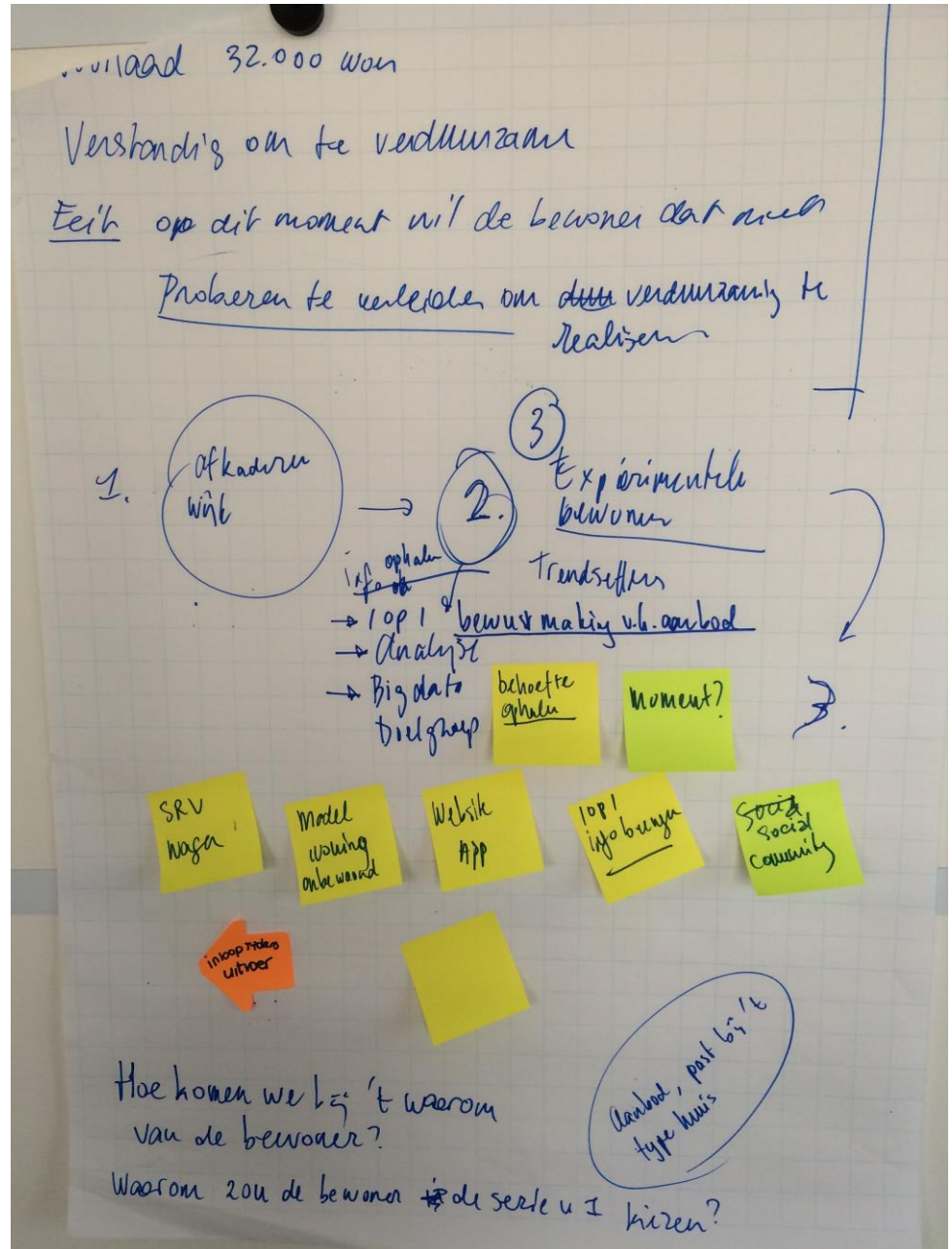
De kunst van het verleiden

...ruimte 32.000 won

Verstandig om te verduurzamen

Echt op dit moment wil de bewoner dat wel

Proberen te verleiden om ~~dit~~ verduurzaming te realiseren



1. Opkaderen Wijk → 2. Experimentele bewoner

Info ophalen
 → 10/1
 → Analyse
 → Big data doelgroep

Trendsetters
 bewust making v.b. aanbod

behoefte ophalen
 Moment?

SRV noya
 Model woning ontwerp
 Webik App
 10/1 info bureau
 Social social community

inloop 77de uitroer

Aanbod, past bij de type huus

Hoe komen we bij 't waarom van de bewoner?

Waarom zou de bewoner ~~de~~ de sekte u I kiezen?

Waarom kiest de klant?

Waarom?

- timing (gezin / privé situatie)
- het is mijn huis (gevoel eigendom)

plannen

- kan samen
- momentum

- +
- Kiezen Wat
- factr oplossen
 - meer ruimte nodig

f




- hiervoor nodig
- ervaringen anderen
 - onderbouwing op wat ik belangrijk vind

↳ Waarom
bang: tijd / € / ~~verzekering~~ (afgezet worden)

↑ wat hier aan doen: management verwachtingen
+ inzichtelijk maken resultaten

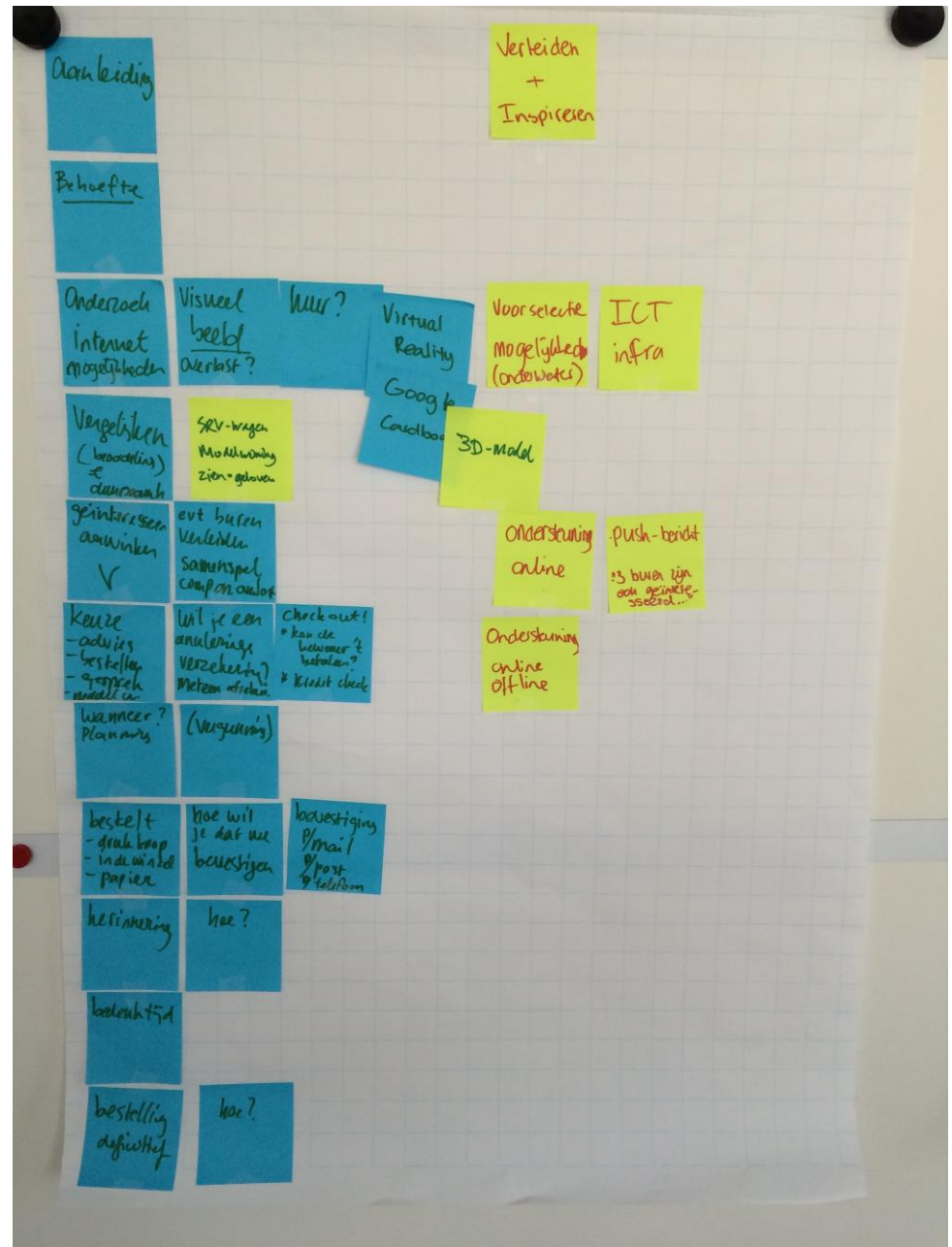
Wat moeten partijen doen om dit waar te maken?

Wat moeten partijen doen om dit waar te maken?

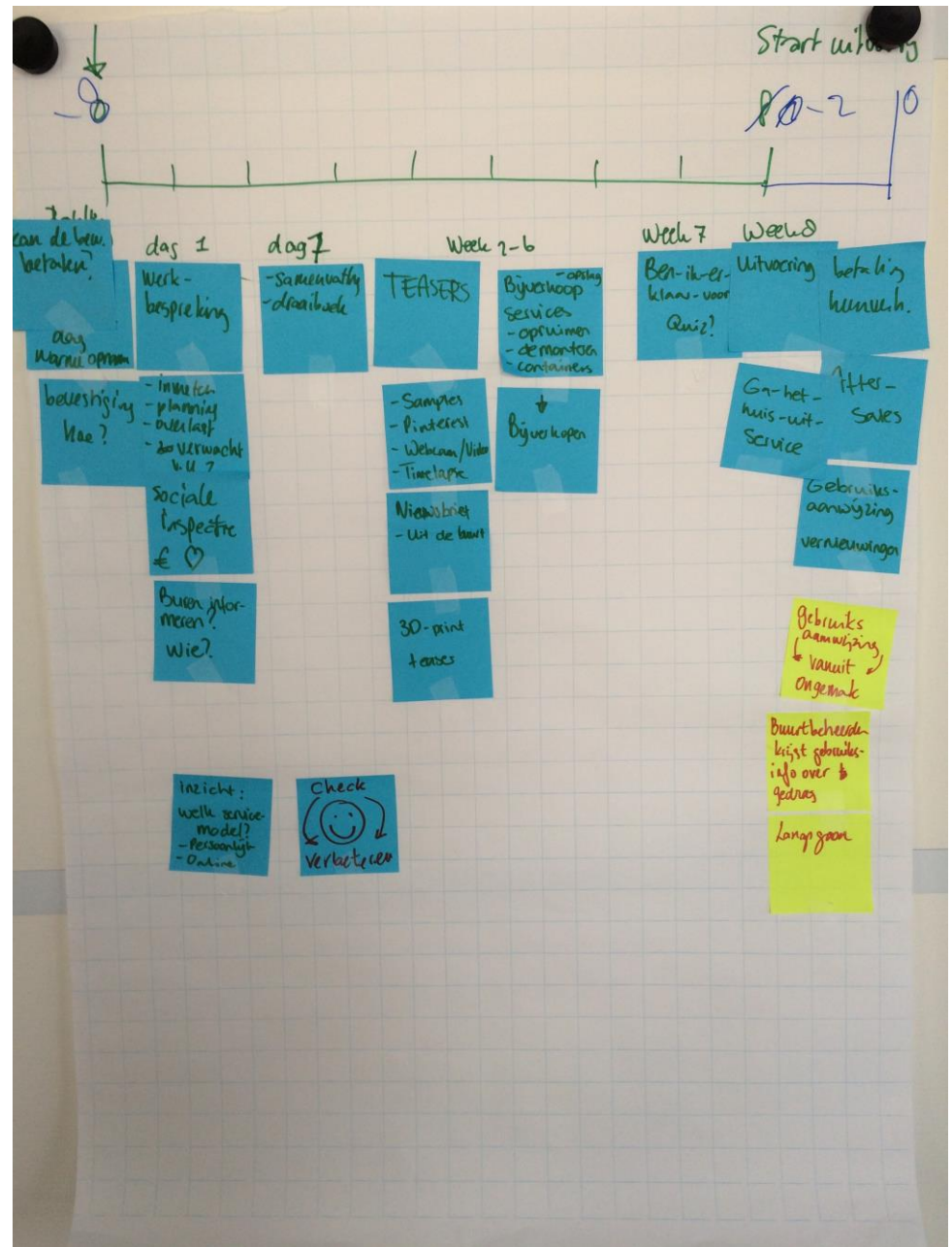
- uitv. bedrijf : betrouwbaar zijn
+ transparant
afsprake = afspraak
waarmaken

uw
- producenten : betrouwbaar zijn
op tijd met innovaties komen
(duurzaam + betaalbaarheid)
mooi + verleidelijk component
+ onderscheidend.

- corporatie :
 - kaders scheppen → uitvraag
↳ beeldkwaliteitsplan.
 - kennen vd klant (+ data)
 - bepalen aanbod (menukaart)
- informatie :
 - op maat (voorbereid)
configurator ("menukaart")
 - on demand. ~~bereid~~
 - altijd bereikbaar
 - inzichtelijk maken: wat levert dat op / kost het
 - klantkrediteerbaarheidsgg.
- logistiek :
 - proces in kaart
 - efficiënt in keten
 - aan ontwerptafel
 - met alle partners (keten)

**De bewoners staat centraal.
Hoe ziet de klantroute eruit?**

Voorbeeld klantroute deel 1



Voorbeeld klantroute deel 2



Voorbeeld klantroute deel 3

① Vraag → website k.w.

- K.W.

② afspraak

→ inspectie opdracht

→ inspectie 1 uur

③ ontvangt mail - keuze tegel
& goedgeuren - keukentekening
- meer werk opties
- 2 AU berekenen

④ telefoon plannen.

21-4

⑤ mail planning

⑥ → uitvoering

⑦ → opboering

8,7

HOW



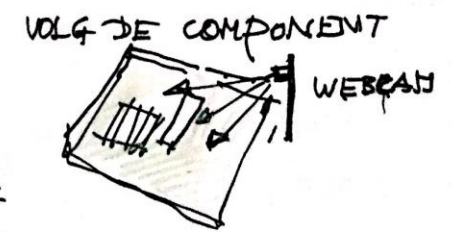
- WARME OPNAME
- SOCIALE INSPECTIE → VOORKOM AFBREUK

GEEN PROTOCOL WEL KLANTGERICHT

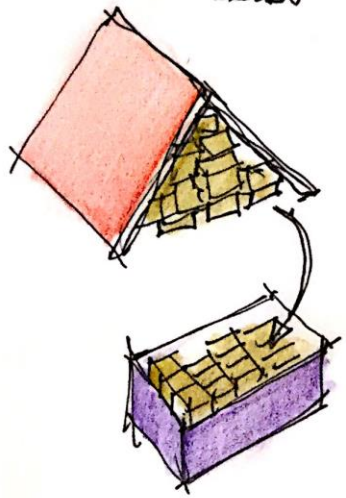
WANNIER ①. DEFINITIEF ZOEKEN
② SOCIALE INSPECTIE



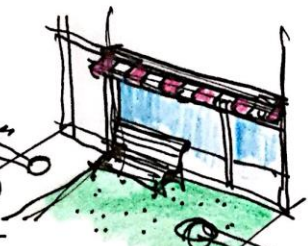
DIGITAAL OF PERSOONLIJK



VOLG DE COMPONENT

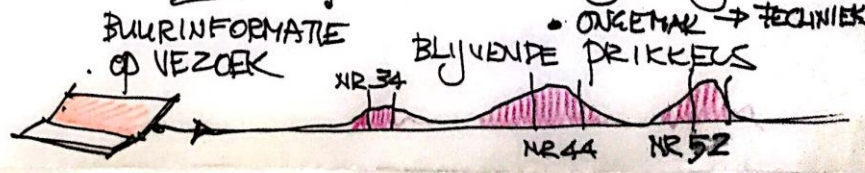


- OPSIAG SPULLEN
- BUUR INFO
- WEL
 - NIET
 -



SERVICE SCHERM WEG
BANKJE WEG
COMPONERENDE OVERLAST

- CONTROLE VAK VOOR
- GA JE HUIS UIT
- VRIJKAARTJES
- ONGETAK → TECHNIEK

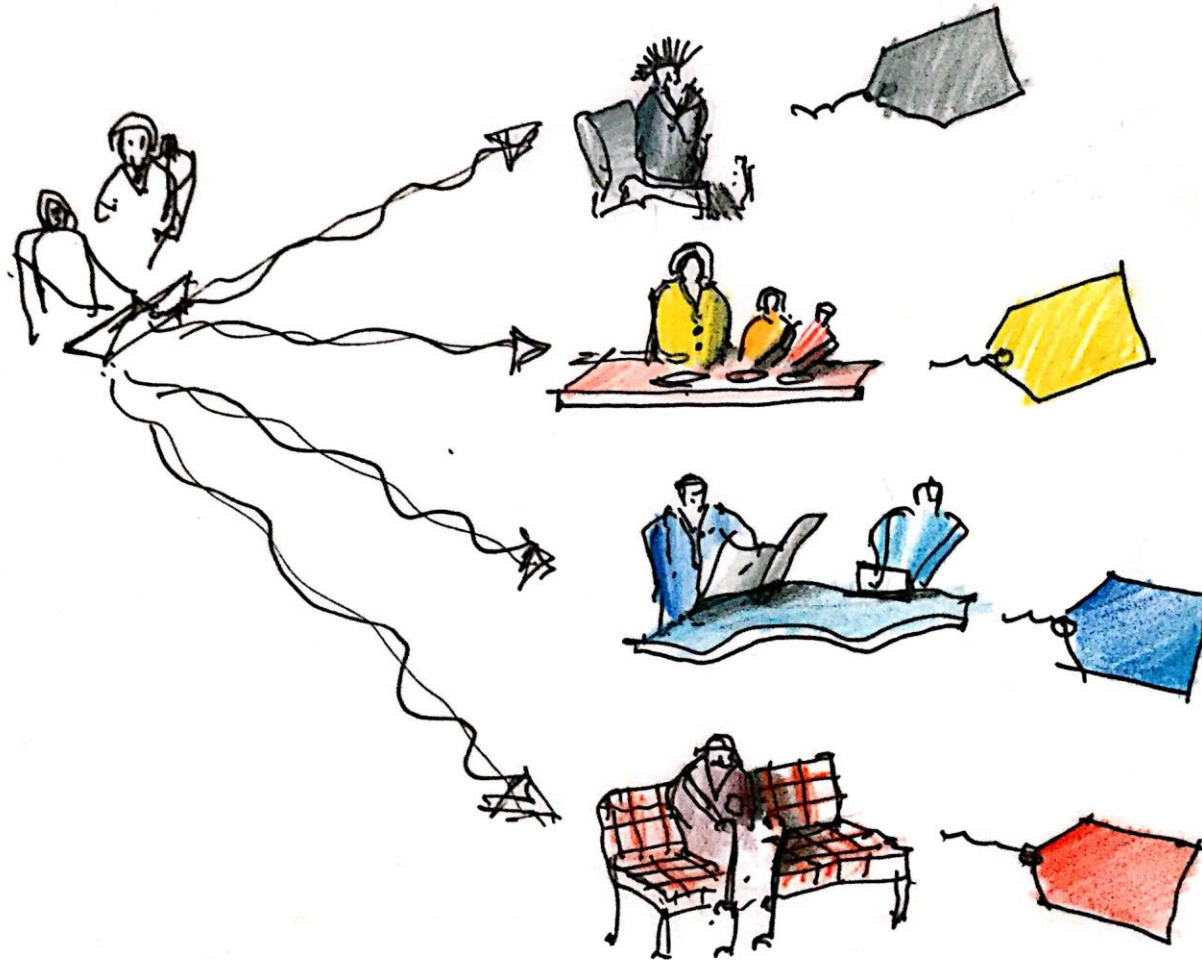


Elke doelgroep zijn eigen customer journey.

Wat leren we van Transavia?

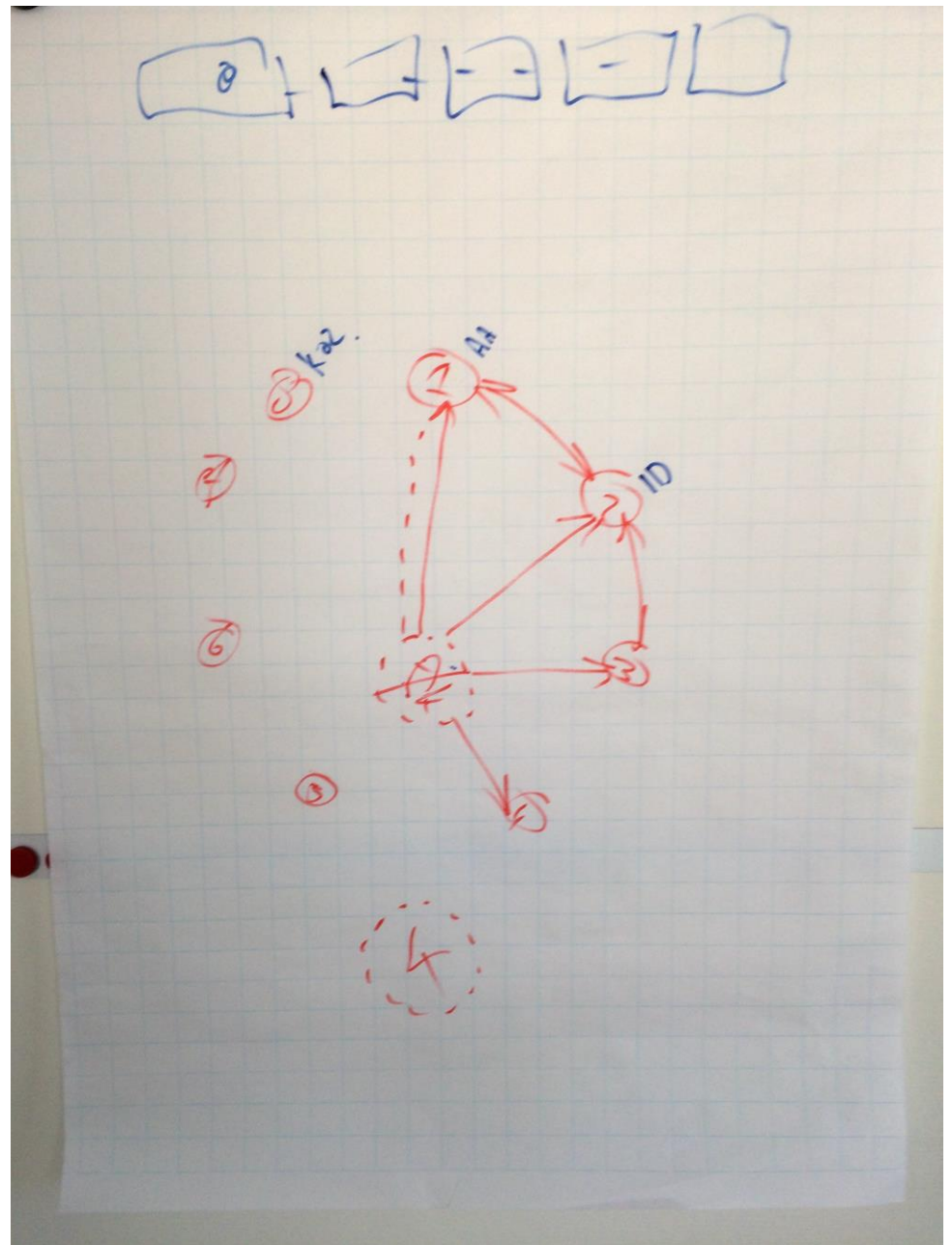
Dus leer je doelgroepen kennen.





**In de keten krijg iedereen en alles een andere rol en functie.
Wie regisseert dit?**

**Alle partners moeten niet werken in
een treintje achter elkaar, maar
gelijktijdig met elkaar.**



Wat zijn de voorwaarden voor samenwerking?

- verbeteren moet → markt
→ innoveren moet → gezonde
↳ prestatie afspraken bechlyfv.
in de keten *

- voor de klant - meer comfort
- minder kosten

- voorwaarde :

- 1) samenwerking partners (mensen).
projectaetschijfrend
- 2) meerdere teams naast elkaar →
scherp

→ mobiele fabrieken
→ rest zoveel mogelijk uit fabriek
(standaardisatie, kwaliteit, €)

- 1 - klantregisseur • contact persoon huurder
- 2 - component ↳ 1 persoon
- 3 - regisseurs - slim product maken
(+techniek + logistiek)

3- Uitvoeringsregisseur.

De vergelijking met de auto-industrie.

- vergelijking lease mij auto
↓
- eigendom + gebruik gescheiden
lease mij → tips (voor lange termijn lease levensduur)
→ waar onderhoud
→ waar banden.
↳ geveel antzagen

* model 1: klant + uitv. regisseur = 1
bv. camperende aannemer

* model 2: klantregisseur = corporatie ^{SCANIA}
componentenreg. → kan installatie/
uitv. regisseur. bouw. ^{bouw.}
aut →
teug bij af

~~* model 3~~ - componentregisseur
reageert op RGS / prestatie

* wie is opdrachtgever ^{vd} klantregisseur:

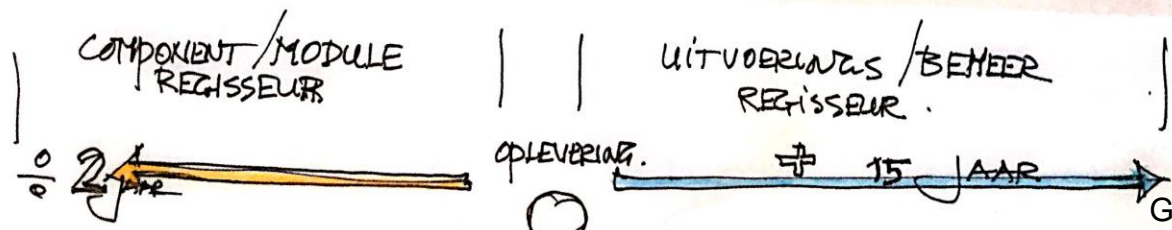
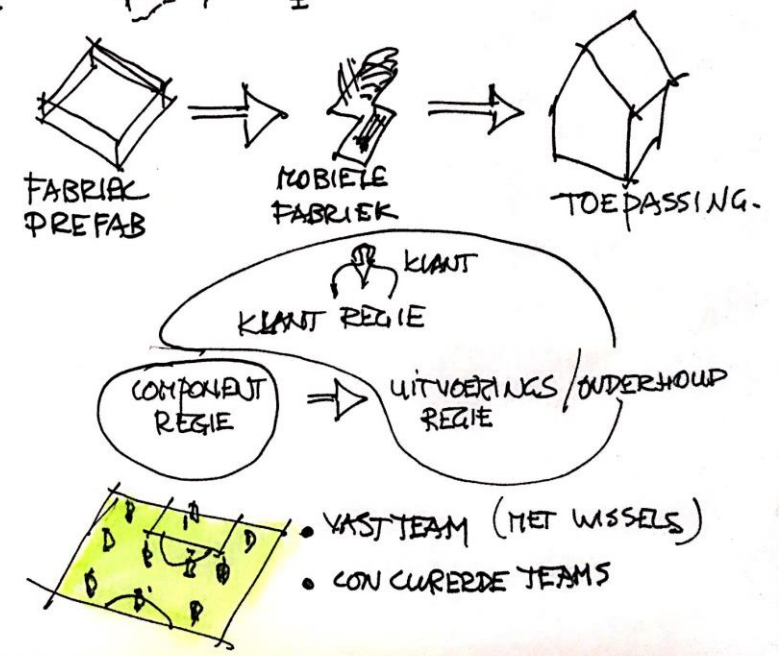
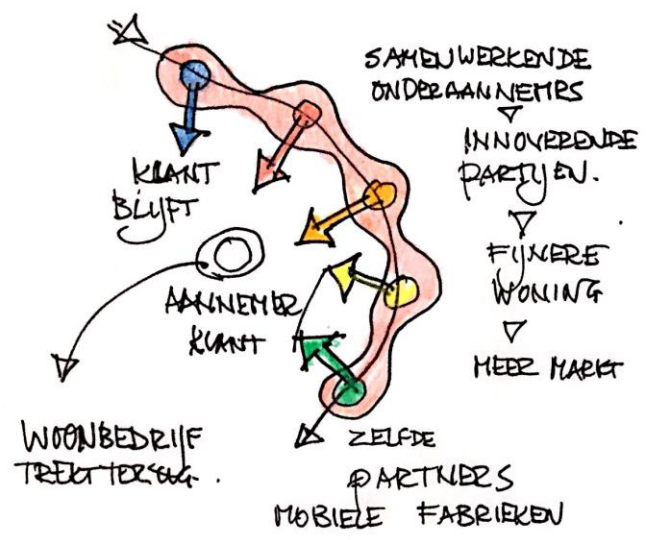
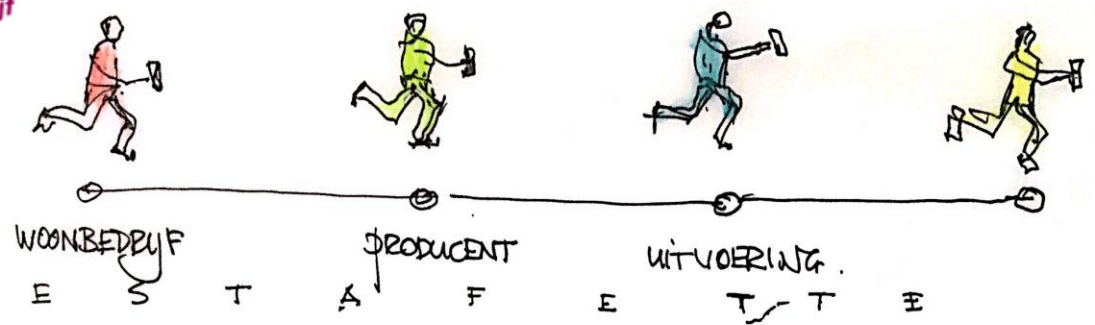
- huwoner / klant
~~- corporatie~~ → goede uitvoering
doorgaat tot innovatie

* wie is opdrachtgever ^{vd} componentregisseur
- corporatie

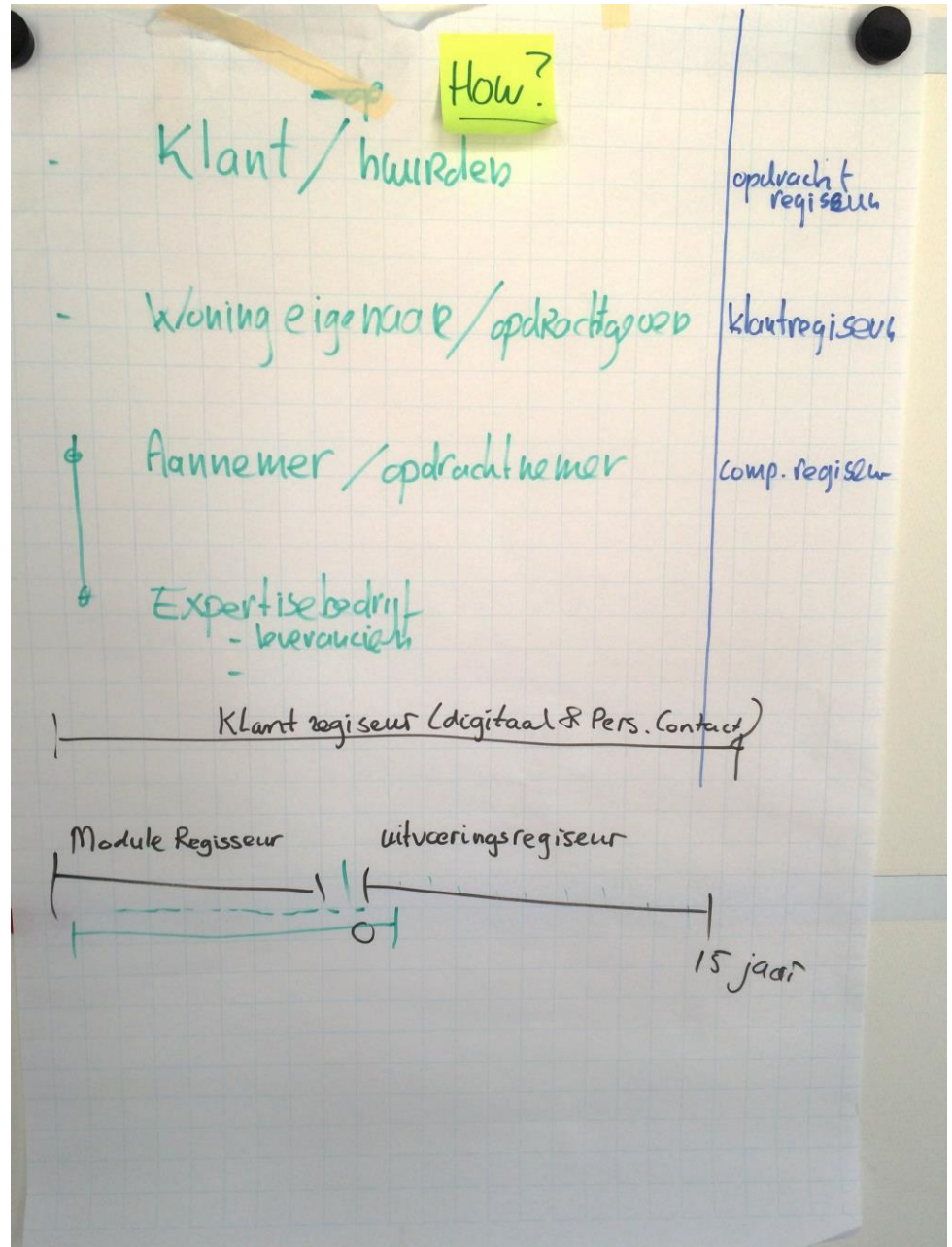
* wie is opdr.g. uitv. regisseur: klantregisseur

De beeldende notulen

WHAT

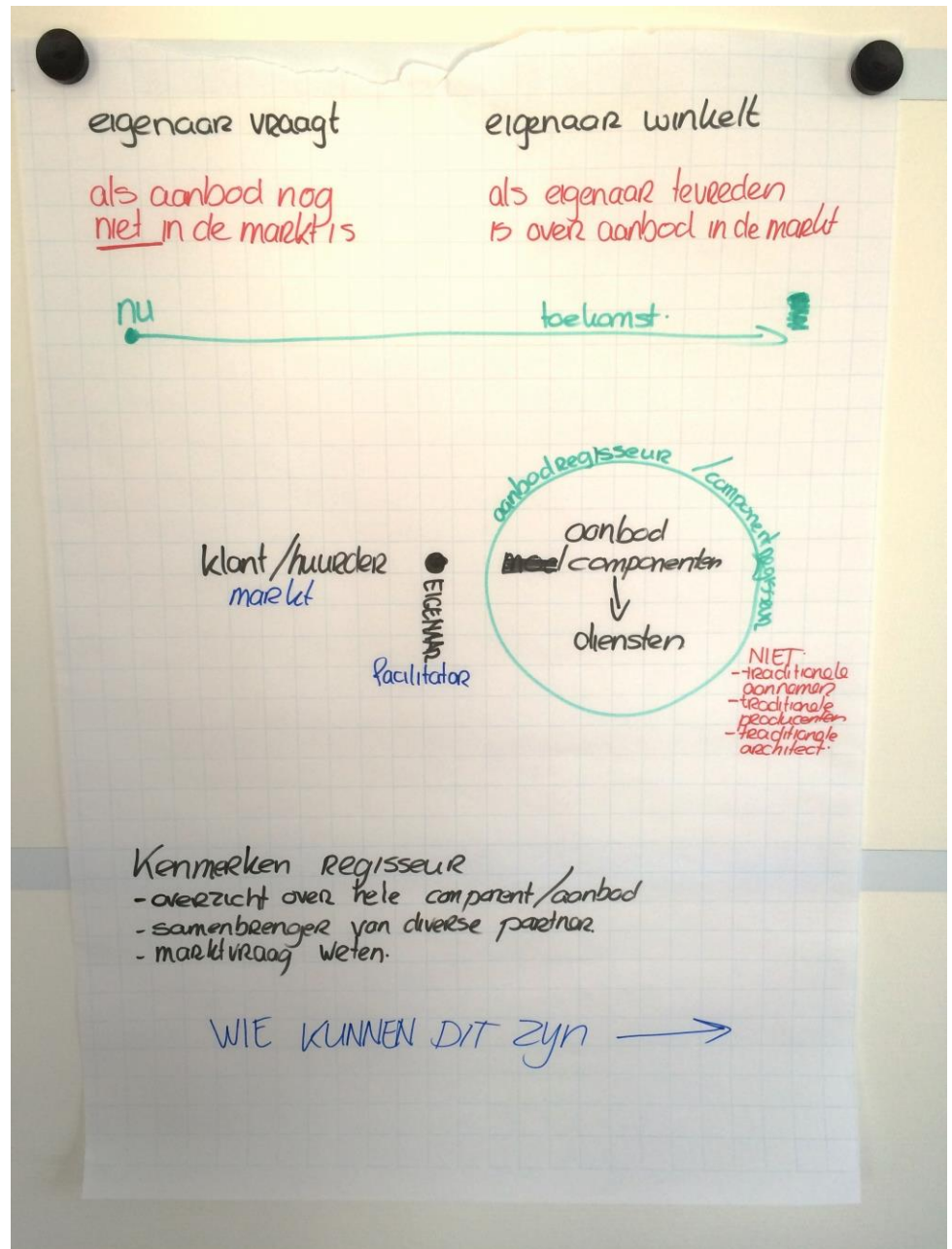


Wie heeft welke rol in het proces?






Van nu naar de toekomst.

Wie heeft welke rol en wat zijn de kenmerken?



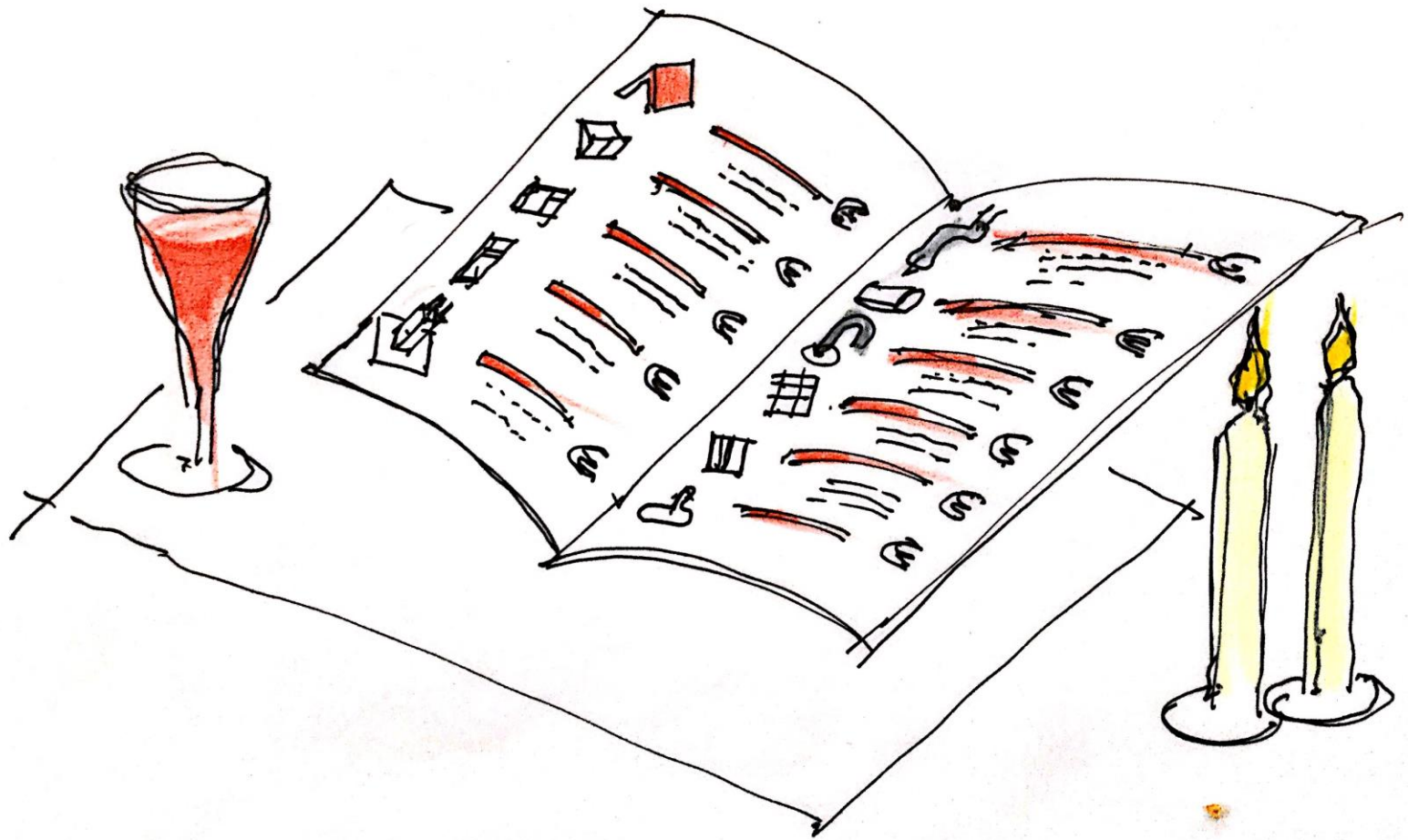
**Wie krijgt uiteindelijk welke rol en
wie pakt de uitdaging op?**

wat zijn consequenties voor

- corporatie facilitator
- uitvoerende bedrijven regisseur* 
- informatie hulpmiddel / info
- logistiek ~~regisseur~~ regisseur* 
- bewoners markt
- producenten regisseur* 

* aanbodregisseur / componentregisseur

Wie de schoen past
trekt hem aan.



Kijk voor de conclusie naar de eindpresentatie.

Zoveel energie in één week

Wij willen alle deelnemers bedanken voor hun deelname om dit onderwerp weer een stap verder te brengen!