

‘FEELING MET DE MARKT HOUDEN’

2023  VISIE PRESENTEERT



MENSENMAKENdeSTAD

Afgelopen november startte Jan Werkman als directeur verkoop en gebiedsmarketing bij BPD Bouwfonds. De vacature op de site van Dux Nova bereikte hem ‘via via’. ‘Echt iets voor jou’, werd hem verteld. Een functie met ambitie bij de grootste gebiedsontwikkelaar van Nederland. ‘Wie impact wil hebben, moet bij een marktleider werken.’

In het midden Jan Werkman, directeur verkoop en gebiedsmarketing BPD | Bouwfonds Gebiedsontwikkeling. Links Jurgen Pauwels en rechts Koen Vermulst (van Dux Nova)

Jan Werkman was tot 2019 commercieel directeur van Funda, de grootste huizensite van Nederland. Daarna werkte hij een aantal jaren als zelfstandig ondernemer. Maar zijn onrust groeide. ‘Overal zag ik kansen in de markt waar ik als kleine speler in de marge weinig mee kon. Bij grote organisaties ben je veel meer in de gelegenheid om noodzakelijke veranderingen in de woningmarkt door te voeren. Daarom sprak zowel de complexiteit van de functie als BPD mij bijzonder aan.’

Tekst: Christine Steenks
Beeld: Marcel Krijger

Digitaal verkoopproces

BPD verkocht afgelopen jaar ruim 5.000 nieuwbouwwoningen. Dat aantal moet de komende jaren hard omhoog. Hiervoor heeft de gebiedsontwikkelaar al flinke stappen gezet naar een volledig gedigitaliseerd verkoopproces dat Werkman verder moet professionaliseren en zo optimaal mogelijk moet organiseren. Hij maakt deel uit van het MT Nederland en is leidinggevende van de afdeling verkoop en gebiedsmarketing met meer dan vijftig medewerkers. Ook het verder ontwikkelen en implementeren van het online verkoopplatform behoort tot zijn verantwoordelijkheden, evenals het borgen en verder ontwikkelen van gebiedsmarketing. Dit brede takenpakket ligt Werkman wel. ‘Als het geen functie met ambitie zou zijn, was ik er niet aan begonnen.’

Duidelijke visie

De functie vereiste een stevige profielschets. Nog vóór de zomer gaan Koen Vermulst en Jurgen Pauwels van Dux Nova op zoek naar een resultaatgericht en ondernemend persoon met een duidelijke visie en strategisch vermogen. Commercieel, besluitvaardig en organisatiesensitief met management- en verkoopervaring binnen de woningbouw. Voor Dux Nova was Werkman een kansrijke kandidaat. ‘Zijn achtergrond als voormalig directeur van Funda speelt daarbij zeker een rol’, zegt Koen Vermulst. ‘Jan heeft veel kennis en ervaring in het digitaliseren van verkoopprocessen. Maar doorslaggevend is zijn krachtige persoonlijkheid. Hij straalt betrouwbaarheid, passie en bevologenheid uit en heeft een duidelijke visie.’

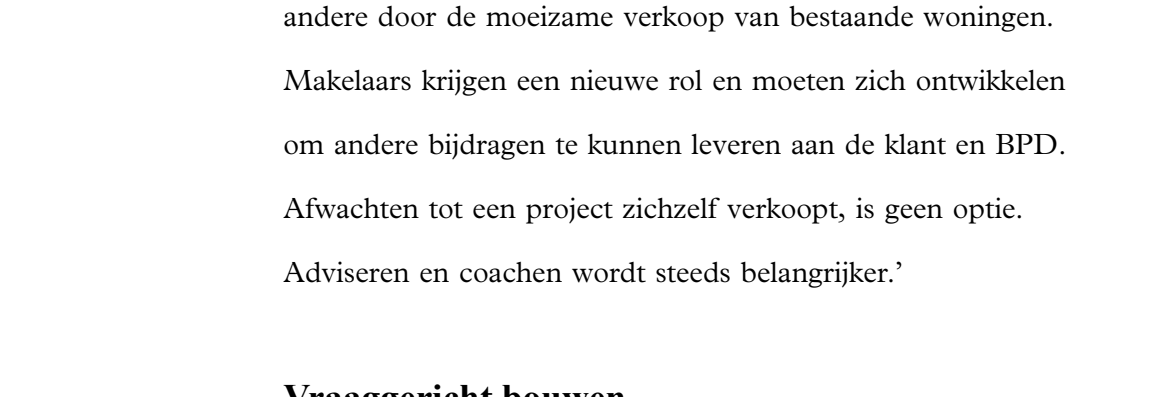
Werkman zelf vond zijn sollicitatie ‘spannend’. Maar de ontwikkeling en ambities van BPD naar meer uniformiteit en een volledig digitaal verkoopproces overtuigden hem ervan dat deze functie hem past. ‘Dux Nova heb ik in dit proces ervaren als een professionele partij met een persoonlijke benadering’, zegt hij. ‘Ik heb veel waardering voor de aandacht en betrokkenheid van deze bemiddelaar.’

Kansen pakken

Zijn aantreden bij BPD viel nagenoeg samen met de kentering op de huizenmarkt. Voor het eerst in jaren daalden de huizenprijzen. Hoe realistisch zijn de eerder vastgestelde ambities nog? ‘Het is onder deze marktomstandigheden een hele opgave om duizenden nieuwbouwwoningen te verkopen’, erkent hij. ‘2023 wordt op dat punt een lastig jaar. De oorlog in Oekraïne, stijgende rentes en enorme inflatie brengen onzekerheid. Dat is het grote euvel. Op die onzekerheid hebben wij geen invloed, maar wij kunnen wel de kansen pakken die er liggen en die zo goed mogelijk benutten. De afgelopen jaren was het op de woningmarkt meer uitdelen dan verkopen. Nu het tij keert, is het enorm belangrijk die omschakeling goed te maken.’

Adviseren en coachen

Nog even en het matchen van vraag en aanbod gebeurt buiten makelaars om volledig digitaal, voorspelt Werkman. ‘Nu al begint de zoektocht naar een woning voor de meeste mensen digitaal. Online wordt echt het vertrekpunt dus daar moet ons nieuwbouwaanbod tiptop in orde zijn. De beschikbare technologie voor digitale rondleidingen en realistische *artist impressions* maken steeds meer mogelijk. Hoe beter een woning gepresenteerd wordt, des te relevanter zijn de aanvragen. Dat is een van de dingen die ik bij Funda leerde.’



V.l.n.r. Koen Vermulst, Jan Werkman en Jurgen Pauwels

Ondanks de toenemende digitale woningverkoop ziet Werkman nog steeds een rol voor nieuwbouwmakelaars. ‘BPD houdt het verkoopproces in eigen hand, maar blijft daarbij graag samenwerken met nieuwbouwmakelaars die de lokale markt goed kennen. Het verkopen van nieuwbouw is een vak apart. De huidige marktomstandigheden hebben het nog complexer gemaakt, onder andere door de moeizame verkoop van bestaande woningen. Makelaars krijgen een nieuwe rol en moeten zich ontwikkelen om andere bijdragen te kunnen leveren aan de klant en BPD. Afwachten tot een project zichzelf verkoopt, is geen optie. Adviseren en coachen wordt steeds belangrijker.’

Vraaggericht bouwen

Nieuwe technologische ontwikkelingen boeien Jan Werkman buitengewoon. Hij ziet daarin vooral kansen, maar benadrukt wel het belang van tijdig aanpassen. Zijn vader is op dat punt een inspiratie voor hem. ‘Hij is altijd positief, ziet kansen geen bedreigingen en is steeds op zoek naar de volgende stap. In de huidige marktomstandigheden is het pure noodzaak om nieuwe technologie te omarmen. Te vaak kijken we als vastgoedbranche nog naar de cijfers uit het verleden. De ontwikkeling van de vraagzijde over vijf of tien jaar is veel relevanter. BPD trekt jaarlijks 200.000 mensen naar haar onlineplatforms. Uiteindelijk kopen slechts 5.000 van hen daadwerkelijk een woning bij ons. Waar en hoe wil de grote groep resterende belangstellenden in de toekomst wonen? Die informatie is van onschatbare waarde om trends te kunnen zien en feeling te houden met de markt. Door het enorme tekort zal er voorlopig vooral worden ingezet op een efficiënte productie van betaalbare woningen, maar dat zal veranderen naar vraaggericht bouwen.’

Verdiepingslag

‘Makelaars verzamelen veel data, maar doen er te weinig mee’, weet Werkman. Mijn appèl: breng je database op orde! Hoe relevant en up-to-date zijn de duizenden klanten in je bestand, als je hen nooit meer benadert? Wie zijn ze, waar wonen ze, wat willen ze, in welke fase van hun leven bevinden zij zich? Het interpreteren van data is de verdiepingsslag die we met elkaar moeten maken.’

Dat geldt zeker niet alleen voor de vastgoedsector. De stap van datarijk naar datagedreven moet in allerlei sectoren worden gemaakt. Ook een partij als Dux Nova - groot in persoonlijke aandacht, beperkt in de mogelijkheden om processen te digitaliseren - kan meer doen met de data die het in de loop der tijd verzamelde, is de overtuiging van Werkman. Wat bijvoorbeeld? ‘Benader na een paar maanden de mensen die je bemiddeld hebt. Zitten zij daar goed, waar lopen ze tegenaan en waar hebben ze behoefte aan? Dat geeft inzicht waar je wat mee kunt.’

BPD en Dux Nova zijn niet met elkaar te vergelijken, maar hebben één ding gemeen: vanuit een efficiënte structuur en strakke processen draait alles er om aandacht. Daarbij kenmerkt Dux Nova zich volgens Jurgen Pauwels als een boutique kantoor waar persoonlijke aandacht altijd het belangrijkste zal blijven.

Stijgende lijn

Werkman is verrast hoe goed BPD zijn data op orde heeft. ‘Er is veel informatie beschikbaar over verschillende woonconsumentprofielen en van wat de woningbehoefte in bepaalde gebieden is. Hier werken de toppers van de Nederlandse vastgoedmarkt met veel passie voor hun vak. Mooi om die gedrevenheid onder de medewerkers te zien. Er is enorm veel kennis en kunde binnen de verschillende specialismen van het bedrijf. Voor gebiedsontwikkeling vormen de verzamelde data een essentieel onderdeel in het proces. Ze zijn het uitgangspunt voor de uiteindelijke bouwactiviteiten.’

Of BPD de ambitie van sterke groei gaat waarmaken de komende jaren, kan Werkman moeilijk voorspellen. Maar hij gaat er wel van uit en juicht de uitgesproken ambitie toe. ‘De woningmarkt is een emotionele markt die niet gebaat is bij onrust in politiek en economie. Maar als we wat zaken achter ons kunnen laten, bijvoorbeeld doordat de oorlog eindigt, zullen we in de woningverkoop weer heel snel een stijgende lijn zien. De behoefte aan woningen blijft groot dus de vraag ook.’

Jan Werkman
directeur verkoop en gebiedsmarketing BPD | Bouwfonds Gebiedsontwikkeling

Waar kom je vandaan:
Ik ben geboren en getogen in Siddeburen provincie Groningen (midden op de Gasbel). Kom uit een ondernemersgezin en ben de jongste van 3. Ik heb twee oudere zussen.

Wat houd je bezig:
Ik heb een brede interesse, maar sport (actief en passief) vind ik leuk. Vooral voetbal, golf en formule1

Aan welk project werk je:
Ik zit nog volop in de kennismaking en ontdekking

Wat wil je bereiken:
Ik vind dat ik best trots kan zijn op mezelf. Met andere woorden de onrust

van wat wil ik bereiken is minder prominent, maar ik wil graag een bijdrage leveren aan het succes van BPD in de komende jaren

Hoe oud ben je:
51

Waar groeide je op:
Siddeburen

In welke stad/dorp ligt je hart:
Maastricht

Ben je geworden wat je wilde worden:
Ik had tot mijn eerste echte baan geen idee wat ik wilde worden

Waar ben je graag als je even tijd voor jezelf nodig hebt:
Op de golfbaan

Sporter of studiebol:
Sporter

Socialist of kapitalist:
Kapitalist

Risico's mijden of nemen:
Je kunt beter spijt hebben

van iets dat je hebt gedaan dan spijt van dingen die je niet hebt gedaan.....

Passie voor:
Technologie en innovatie

Grootste inspiratie:
Mijn vader, vanwege zijn

drive om altijd weer de positieve kant te zien

Favoriet vervoersmiddel:
Golf cart

Uitdaging ontspanning:
Een heerlijke dag golfen op een zonnige dag op een prachtige baan, liefst

ergens in Zuid Europa

Beste sportprestatie:
Het is me nog nooit gelukt, maar een hole in one slaan

Beste zakelijk advies:
Gelooft in je zelf en blijf bij jezelf en volg je gevoel

Voor wat in het leven ben je het meest dankbaar:
Mijn gezin en de gezondheid van mijn dierbaren

