



Doeltreffende marketing loont

In het Limburgse Brunssum is GrausBouw gevestigd. Het bedrijf voert al jaren actief een doeltreffende marketingstrategie. Een bedrijfsvoering die zich, juist nu het economisch minder gaat, uitbetaalt. De GarantKrant sprak met directeur/eigenaar René Vanhommerig.

René Vanhommerig vertelt: "GrausBouw heb ik 4 jaar geleden, dus net voor de crisis, overgenomen middels een management buy in. Eén van mijn speerpunten was het professionaliseren van de marketingstrategie. Daar hebben we met het hele bedrijf veel energie in gestoken en het is nu ingebed in al onze activiteiten. Ik ben er van overtuigd dat dit een belangrijke reden is dat wij de crisis goed doorkomen."

"Ons bedrijf bestaat al ruim 100 jaar en is met 35 medewerkers voornamelijk actief in Zuid Limburg. De laatste decennia hebben we ons steeds meer toegelegd op onderhoud, renovatie en verbouw. Dat is nu een geluk, want ook in Limburg is de nieuwbouwmarkt aardig stilgevallen. Voor diverse vaste opdrachtgevers zoals woningcorporaties, zorginstellingen, scholen, kantoren, winkelketens en horecagelegenheden verzorgen wij het onderhoud. Deze vaste opdrachtgevers vormen een belangrijke basis voor ons bedrijf. Ook zijn we 2,5 jaar geleden met een nieuwe activiteit gestart, het na-isoleren van gebouwen middels buitengevelisolatie," vervolgt René Vanhommerig.

"Natuurlijk merken wij ook dat het crisis is. Maar omdat we vooral actief zijn in onderhoud en renovatie hebben wij er minder last van dan de in nieuwbouw gespecialiseerde bedrijven. Je merkt echter wel dat de prijzen behoorlijk onder druk staan en dat steeds meer bedrijven zich op een kleiner wordend deel van de markt richten".

Vanhommerig vervolgt: "Door nog meer te focussen op kwaliteit kunnen we

ons blijven onderscheiden. Kwaliteit is voor ons niet alleen de technische kwaliteit van het werk. Minstens zo belangrijk zijn bijkomende "zachtere" zaken als: afspraak is afspraak, vriendelijk personeel, even poetsen als de klus klaar is, etc. Een goed contact met de opdrachtgever betaalt zich terug. Met deze werkwijze proberen we ook weg te blijven van de prijsvechtersmarkt", aldus René Vanhommerig.

Naast het koesteren van de bestaande opdrachtgevers is GrausBouw ook actief op jacht naar nieuwe (vaste) opdrachtgevers. Vanhommerig: "De tijd dat de opdrachten vanzelf binnenstroomden is voorbij; je moet actief de markt op. Dit doen we onder andere door deel te nemen aan meerdere netwerkactiviteiten in de regio, maar vooral ook door potentiële opdrachtgevers direct te benaderen en proberen een afspraak te maken. Voortdurend onder de aandacht blijven is belangrijk. Onze 24 servicebussen zijn eigenlijk rijdende reclamezuilen en een bekende verschijning in de regio. En we proberen altijd op strategische plaatsen bouwboarden te plaatsen. Zo blijven we werken aan onze naamsbekendheid".

Ook deelname aan BouwGarant werkt mee aan de bekendheid van GrausBouw. "We merken dat opdrachtgevers steeds meer op zoek zijn naar zekerheid. Als je dan aangesloten bent bij een keurmerk is dat echt een pré. Bovendien is de garantie natuurlijk een sterk product. Iedereen leest de krant met daarin de slechte berichten over de bouw en niemand wil een faillissement meemaken. Zekerheid en garantie zijn de sleutelwoorden in de huidige markt. Onze goede reputatie plus het keurmerk van BouwGarant, dat werkt!", zo besluit René Vanhommerig.

Oproep

Is uw bedrijf ook actief op het gebied van PR en klanttevredenheid? Laat het ons weten, dan staat wellicht in de volgende GarantKrant uw bedrijf in de schijnwerpers. Mail naar rob@bouwgarant.nl.