



WOONGELUK DANKZIJ ANDERS DENKEN EN DOEN

Vastgoedconcepten moeten recht doen aan de plek en de mensen die er gaan wonen, werken of winkelen. Dat wordt optimaal bereikt wanneer alle betrokkenen een stem hebben in het proces. Dat dit leidt tot gewilde, waardevolle projecten en veel positieve energie, bewijst Blauwhoed.

Verbinden, verbeelden, ontzorgen, verduurzamen en plezier; het zijn niet direct woorden die je verwacht van een projectontwikkelaar. Toch gebruikt Phillip Smits, Algemeen Directeur van Blauwhoed, ze met net zoveel gemak als (her)ontwikkeling, verkoop en realisatie van woningen. Deze combinatie van harde en zachte waarden is waar het bij Blauwhoed over gaat. Ze maken de organisatie én vastgoedprojecten bewezen succesvoller.

“Wij realiseren projecten, transformaties, eigen concepten en initiatieven altijd vanuit cocreatie. We betrekken onze klanten en partners vroegtijdig bij het proces en willen ook latente behoeften boven tafel krijgen. Om vervolgens samen verrassende leefomgevingen te creëren waar het een goed thuis is.”

KWALITEIT

De geschiedenis van Blauwhoed gaat terug naar 1616. “We gaan voor de inhoud”, ontch-

‘We creëren samen verrassende leefomgevingen, waar het goed wonen, werken en recreëren is’

tert Phillip dit indrukwekkende jaartal. “Aan de andere kant weerspiegelt het onze kracht. Ook nu anticiperen we op ontwikkelingen om ons verdienmodel gezond te houden en succesvol te blijven.”

Big data bijvoorbeeld, is essentieel om het juiste product op het adequate moment op de juiste plek met de passende kwaliteit en prijs te ontwikkelen. “Vanuit onze doelgroeponderzoeken beschikken we over veel data, die we vervolgens kunnen testen tijdens onze cocrea-

tiesessies. Daarmee stijgt de kwaliteit van ons product. Uiteindelijk ontwikkel je precies wat de markt vraagt.”

SUCCES

De markt waardeert de maatschappelijke, duurzame rol van Blauwhoed, getuige de mooie positie onder vastgoedbedrijven in de MT-top 500. “Voor de oplossing van morgen moeten we anders durven denken en doen. Onze kernwaarden van waaruit we dit doen – passie, verbindend, waardevol, slim en lef – zijn een belofte naar onze klanten én onszelf.”

De medewerkers vormen een belangrijke basis voor het succes van Blauwhoed. Een aantal jaren geleden besloot Phillip de HRM-strategie te kantelen en zachte waarden voorop te stellen. “Als mensen hun competenties optimaal ontwikkelen, kunnen ze maximaal accelereren. We zien nu dat we die harde KPI's met meer plezier halen.” ■