

Netwerken kan op allerlei manieren. Op zoek naar inspiratie, hebben Marco Gerritsma en Jonas Rubrech, auteurs van *Slim & simpel netwerken*, een aantal mensen geïnterviewd met elk een eigen kijk op netwerken.

Deze keer: Johan Haast, aan- en ondernemer.

Johan Haast

“Uw probleem wordt ons probleem”

Hoe is het mogelijk.....Geen website, geen reclame, maar toch een goed gevulde orderportefeuille hebben? Het kan! Het bewijs komt uit de mond van Johan Haast, directeur van Bouwbedrijf Kooi uit Groningen.

Stel je wordt tijdens een receptie voorgesteld aan een potentiële klant. Je gesprekspartner vraagt wat je doet. Hoe introduceer je jezelf in één minuut?

“Ik ben Johan Haast van Bouwbedrijf Kooi uit Groningen. Wij houden ons voornamelijk bezig met aanbouw, verbouw en renovatie voor de particuliere en zakelijke markt. Ik ben mede-eigenaar en ons personeelsbestand bestaat uit 15 medewerkers. Onze slogan is: uw probleem wordt ons probleem. Wij gaan door tot het probleem is opgelost. Onze kracht ligt in het bedenken van praktische en creatieve oplossingen, het werken met korte lijnen en het nakomen van afspraken.”

Kun je jouw slogan “uw probleem wordt ons probleem” toelichten?

Een opdrachtgever die een acuut probleem heeft helpen wij direct. Een opdrachtgever had bijvoorbeeld een grote lekkage in een pand dat te koop stond. Wij hebben het probleem direct opgelost. Zo hebben wij afgelopen winter tijdens de kerstdagen diverse lekkageproblemen verholpen. Of bijvoorbeeld een klant die zijn winkelpand afsluit en hierbij de sleutel breekt waardoor hij zijn pand niet meer kan afsluiten. We stappen dan direct in de auto en zorgen voor een oplossing.

Hoe kom je aan nieuwe opdrachten?

“Ik ben geen actieve netwerker en ik strooi zeker niet met visitekaartjes. We maken alleen via onze bedrijfsauto's reclame. Nieuwe klanten krijgen wij via mond-tot-mond reclame. Wij doen voor elke klant ons uiterste best. Het leuke is dat een kleine klus op termijn kan leiden tot een grote opdracht. Een opdrachtgever gunt je een opdracht. Een website hebben wij niet. Het is er simpelweg nog niet van gekomen en wij hebben het nog niet echt nodig.”

Ben je ook lid van een netwerkorganisatie?

“Wij zijn alleen aangesloten bij Bouwgarant. Dit is een werkgeversorganisatie. Bouwgarant is een keurmerk waarmee wij ons kunnen onderscheiden. Wij krijgen voldoende opdrachten via mond-op-mondreclame. Ik zie geen toegevoegde waarde om lid te worden van andere netwerkorganisaties.”

Wat doe je terug voor je netwerk?

Als ik privé of zakelijk iets moet aanschaffen dan doe ik dit bij voorkeur bij één van onze opdrachtgevers. Duurder of goedkoper is niet van belang, dit is een kwestie van gunnen.

Stel een klant beveelt je aan bij een ander. Wat wil je graag dat hij over je vertelt?

“Johan Haast is een aannemer die zijn afspraken nakomt, die meedenkt met de klant en die problemen echt oplost.”

Je achternaam is Haast. Schept je naam ook verwachtingen bij de klant?

“Mijn naam leidt vaak tot allerlei woordgrappen. Als de opdrachtgever zegt dat er geen haast bij is, is mijn antwoord: dat is niet waar, Haast staat voor je. Ik krijg ook wel eens te horen dat ik mijn naam eer aan doe. En soms wordt het tegen mij gebruikt als ik een deadline niet heb gehaald.”

Wat is het grootste zakelijk succes dat je via netwerken hebt behaald?

“Een bouwadviseur, waarmee wij samenwerken, heeft ons geïntroduceerd bij een opdrachtgever met een bijzondere opdracht. In een voormalige sporthal moesten wij een nieuwe verdieping aanbrengen. Het was echt een megaklus. Ik heb een speciaal vervoermiddel moeten maken om de 16 meter lange stalen balken te vervoeren in het pand. Soms werd ik midden in de nacht wakker van de problemen die ik moest oplossen. Uiteindelijk is het project afgerond en de opdrachtgever was zeer tevreden.”

Heb je ook negatieve ervaringen met netwerken?

“Ik word regelmatig gevraagd of ik iemand weet die een bepaald probleem kan oplossen. Ik ben zeer voorzichtig met het aanbevelen van anderen en doe dit alleen als ik zeker weet dat mijn relatie geholpen is met een doorverwijzing.”

Wat is de laatste netwerkbijeenkomst die je bezocht hebt?

“Onlangs heb ik, op uitnodiging van een relatie, een netwerkbijeenkomst bijgewoond met andere ondernemers. Er was een gezamenlijk ontbijt en hierna kon ieder zichzelf presenteren. Na afloop was ik in het bezit van een stapel visitekaartjes waar ik verder niets mee doe. Ik zou een dergelijke bijeenkomst niet weer bezoeken .”

Hoe ga je om met visitekaartjes?

“Ik geef ze aan nieuwe klanten en andere relaties waarvan ik denk dat zij klant kunnen worden. Ik kwam een keer bij een dokter met knieklachten en ik vertelde dat ik aannemer ben. De arts keek bedenkelijk en gaf aan dat zij privé slechte ervaringen had met aannemers. Ik vertelde haar dat zij de verkeerde aannemer was tegengekomen en ik gaf mijn visitekaartje met de mededeling: uw probleem wordt ons probleem. Jaren later werd ik gebeld voor een verbouwingsklus waarna nog vele opdrachten volgden bij deze relatie en haar burens.”

Waarom staat er geen 06-nummer op je visitekaartje?

“Ik wil niet op elk moment van de dag gebeld kunnen worden. Belangrijke klanten hebben mijn mobiele nummer en maken hier verstandig gebruik van.”

Heb je nog tips voor andere ondernemers?

“Blijf tot de laatste spijker/kitnaad betrokken bij de opdracht of het project en zorg dat je je afspraken nakomt.”