



Businessplan samenvatting verkorte versie

Inhoudsopgave

1. **INLEIDING,**
2. **VMS VISIE MISSIE STRATEGIE.....**
3. **STRATEGIE EN AANPAK.....**
 - 3.1 VERTALING NAAR CONCRETE DOELSTELLINGEN EN BUDGET
4. **BUSINESSMODEL CANVAS.....**
 - 4.1 Klantsegmenten/doelgroepen bepalen wie is de klant?.
 - 4.2 Waardeproposities waarom kiezen klanten/gelijkgestemden voor Bouw United?
 - 4.3 Kanalen ; Hoe vinden klanten je organisatie? Communicatieplan
 - 4.4 Klantrelaties online of offline of beide?
 - 4.5 Inkomstenstromen, waarmee ga je geld verdienen, wat is het verdienmodel
 - 4.6 Wat heb je nodig om verder te komen?
 - 4.7 Wat gaat je organisatie Bouw United doen?
 - 4.8 Met wie werk je samen, wie zijn je belangrijkste partners
 - 4.9 Hoe ziet het er financieel uit?



1. Inleiding en visie

De bouwsector ontwikkelt zich, de markt verandert, het bouwen verandert en tevens veranderen de voorwaarden in een rap tempo. Verandering in de bouwsector is ook broodnodig en aspecten als klimaat, duurzaamheid, circulariteit, CO2 footprint en stikstofuitstoot zijn inmiddels belangrijke thema's geworden die opgepakt moeten worden. Samenwerking in een bouwsector die steeds meer versnipperd is, is cruciaal om te overleven. De bouwsector is een conservatieve sector waarin de opgaves die er liggen alleen kunnen worden aangepakt door samen te werken, toegevoegde waarde zal niet alleen beleden maar ook bewezen moeten worden de komende jaren. Hier is visie, strategie en het maken van plannen voor nodig. Dergelijke plannen realiseer je niet door louter mee te deinen op de waan van de dag. Daar heb je inzicht en overzicht voor nodig. Maatschappelijke trends en innovaties moeten opgepikt en gedeeld worden, evenals, economische en politieke ontwikkelingen in de diverse regio's. Van volger naar initiator, van product naar klant en marktgericht handelen. **Ondernemen** binnen een speelveld met diverse stakeholders en een DMU die bijna niet meer is te doorgronden. Ga er maar aan staan, wat een uitdaging is dat! Feitelijk zijn er drie transities in de bouwsector nodig te weten de **energietransitie**, de **materiaaltransitie** en de **sociale cultuurtransitie**. Een enorme opgave die, waarin samenwerking in de keten, nog belangrijker is geworden. De bouwsector zal ook meer aandacht voor de klant moeten krijgen en de klant, de gebruiker ook echt centraal moeten zetten. Daar is ook nog een hele wereld in te winnen. In plaats van naar elkaar te wijzen naast elkaar gaan staan en te verenigen, alleen dan kunnen de enorme uitdagingen die we hebben worden aangepakt.

De markt verandert van productgericht naar klant en marktgericht denken, van een afwachtende houding naar een actieve houding. Immers, zonder verandering kun je niet bestaan, zeker niet in een dynamische tijd als deze. Wat een geweldige opgave ligt er voor de bouwsector en om in de titel van het boek van Jan Rotmans, Professor van de Erasmus Universiteit Rotterdam, te blijven "Omarm de chaos".

Onze kracht

Toegevoegde waarde en onderscheidend vermogen kan juist nu gezocht worden in samenwerking. Samenwerking in kennisdeling, samenwerking in projecten, samenwerking in expertise, samenwerking in communicatie en samenwerken aan bouwkwiteit. De kracht van gelijkgestemde is om daadwerkelijk het verschil te maken waarbij je ook je eigen belang en ego aan de kant kunt zetten. Dat is een belangrijke voorwaarde!. Door synergie te creëren tussen mensen, kennis, ervaringen en oplossingsrichtingen zijn we in staat op vraagstukken die op ons af komen op te lossen. Mensen die met en voor elkaar willen werken met de klant centraal, daar is behoefte aan. Aanpakkers en delers van kennis dat is waar we voor staan.

Doen wat je zegt en zeg wat je doet.! Toegevoegde waarde lever je vooral om samen met de klant naar oplossingen te zoeken voor zijn "uitdaging" maar ook om aandacht te geven aan alle partijen in de bouwketen en gezamenlijk tot nieuwe initiatieven te komen en daarmee innovaties stimuleren. Niet telkens opnieuw het wiel uitvinden want vaak is het al uitgevonden alleen weten we dat niet van elkaar.

De bouwsector die roerige tijden meemaakt en niet bij de pakken neerzit. Een bouwsector die oplossingen verzint en aandraagt. Een bouw die anderen helpt. Een bouw die om de omgeving geeft. Opgewekt is, valt en opstaat zonder naar de ander te wijzen. Een bouw die het klimaat omarmt en de natuur respecteert en **niet** roept "hij" vraagt dus wij draaien, zelfs als hij of zij de verkeerde dingen roept. Een bouw die kansen ziet als het dreigt mis te gaan, in plaats van zichzelf de put in praet. Zelfbewust is, zichzelf beloont en daarmee dus ook de ander. Een bouw die zegt: Stikstof? Geen probleem dat lossen we samen op, komt goed. Dat is de bouw waar wij van houden. Een netwerk bouwen van mensen die gelijk gestemd zijn, elkaar vertrouwen en willen delen, dat kan de kracht zijn. Dat is waar Bouw United voor staat.



2. Missie en Strategie

Onze basis

In de opzet staan de deelnemers en projecten centraal. We worden gemotiveerd en geïnspireerd om onze krachten te bundelen en de momenten te zoeken om samen te werken met de klanten in samenhang met onze netwerken. Kennis is en blijft een sterk wapen. We kennen en erkennen onze eigen en elkaars vaardigheden, kennis en expertise en respecteren elkaar daarin. We delen onze kennis en de resultaten en voeren het debat binnen onze gelederen.

De grootste stap zetten we zelf

De bouwsector bevindt zich in een zeer bewogen periode. De noodzakelijke transformatie kan alleen succesvol zijn als de wil tot samenwerking ook daadwerkelijk wordt beleden en als de organisatie zichzelf in alle openheid begrijpt als een organisatie die gedreven moet zijn om haar aangescherpte rol waar te kunnen maken. Het creëren van dit zelfbewustzijn, deze houding, is van directe invloed op een succesvolle toekomst. Bouw United kan van zich laten horen. Trekt de voortrekkersrol naar zich toe via een netwerk wat bereid is elkaar te ondersteunen, kennis te delen en het vraagstuk/project van de klant centraal stelt. Een duidelijke boodschap, dat is een voorwaarde voor zichtbaarheid. Die boodschap gaat over ons en hoe het concreet bijdraagt aan een betere en duurzamere toegevoegde waarde voor onze klanten waardoor wij ons onderscheidend kunnen manifesteren.

Stelling:

Kennis en innovaties zijn van groot belang voor de ontwikkeling van een organisatie, echter de sleutel van succes is het samenwerken en een open communicatie met elkaar. Teamwerk betekent immers het samenvoegen van mensen met uiteenlopende, complementaire talenten. Het is een manier om tot synergie te komen: een geheel dat meer is als de som der delen of anders vermeld $1+1=3$. De samenwerking in de keten is van zeer groot belang voor onze toekomst en biedt ons ongekende mogelijkheden. Kortom Bouw United!

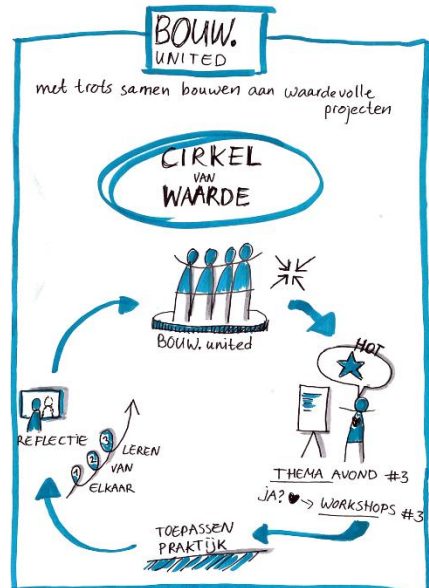
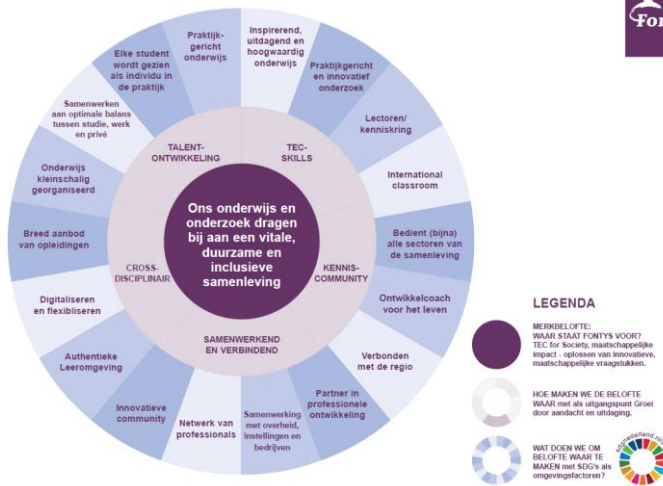
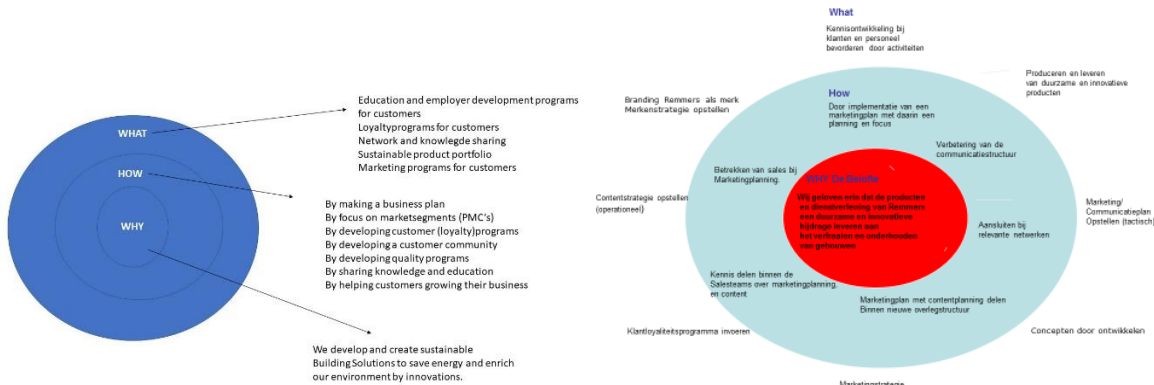
Ontwikkel een waarde propositie met een strategie. Vanuit het Bouw United netwerk wat er al is en vanuit de gehouden workshops kun je nu het net ophalen en een netwerk van gelijkgestemden gaan vormen. Een netwerk/community dien je op te bouwen door mensen te mobiliseren en hen daarbij een waarde propositie geven. Ontwikkel een platform waarin mensen zich veilig voelen, niet gehinderd voelen om te delen, best practices kunnen delen, bedrijfsorganisatie vraagstukken, denktank en leermomenten faciliteren en vervolgens ook samen laten werken bij mogelijke bedrijfsvraagstukken. Dat vergt openheid, transparantie en lef om te willen samenwerken en kennis te delen. Een denktank/klankbord platform creëren om elkaar verder te willen en kunnen helpen.



3. Strategie & Aanpak

Strategievorming en bepaling van de waardepropositie op basis van de Golden Circles van Sinek

Voorbeelden waarde proposities



De waarde propositie concreet maken:

- Wat levert deelname aan Bouw United op?
- Waar liggen klanten wakker van?
- Wat kan ik halen en wat kom ik brengen?
- Waar lopen we tegen aan en wie kan je helpen uit het netwerk?
- Hoe kan ik me verder ontwikkelen (opleiding)
- Wat heb ik nog nodig aan kennis en wie heeft dat wellicht in het netwerk?



- Wat zijn de investeringen en wat krijg ik daarvoor?
- Hoe kunnen we invulling geven aan vraagstukken over WKB, Energietransitie, Duurzaamheidsvraagstukken, materiaaltransitie en de sociaal cultuur transitie in de bouwsector.
- Welke nieuwe vaardigheden zijn nodig en hoe kunnen we dit invullen met elkaar.

De aanpak

Om de volgende stap te zetten kun je beginnen om het netwerk weer te informeren en bij elkaar te roepen middels een event. De inhoud kan dan gaan om samen de waarde propositie te maken van Bouw United door bijvoorbeeld een of meerdere Kookcreatie sessies. Dit is een kookworkshop gecombineerd met een inhoudelijk programma. De inhoud kan gaan om samen de waardepropositie van Bouw United te maken door verdieping te zoeken in de vraag naar de waarden en intenties van de deelnemers en tevens bepalen welke doelstellingen en resultaten de deelnemers willen halen. Vervolgens kun je samen door de methodiek van Golden Circles van Sinek de waarde propositie van Bouw United bepalen. Daarna ga je een kookworkshop doen op samenwerking (kookcreatie). Deze vorm kan ik verder organiseren, uitrollen en begeleiden. Zie het als een soort van terugkomdag van de eerder gehouden sessie waarbij je gezamenlijk invulling gaat geven aan een de waardepropositie van Bouw United.

Het concept Kookcreatie bestaat eigenlijk niet meer omdat ik daar de stekker heb uitgetrokken een paar jaar geleden en de website heb opgeheven. We kunnen dat als eventvorm onder Bouw United eenvoudig weer nieuw leven inblazen. Dit werkt echter vooral in groepen van max. 20 personen en start meestal rond 14.30 tot 21.00. Het is erg intensief maar wel leerzaam en leuk en je krijgt er veel goede ideeën uit.

KOOKCREATIE DE SMAAK VAN SAMENWERKEN

Kookcreatie is **de** tool voor teambuilding, co-creatietrajecten en lean management projecten in een unieke combinatie van leren, werken, koken en beleven!



- Wil je de onderlinge samenwerking verbeteren?
- De ideeën over een nieuw product of concept afstemmen binnen een klantenpanel?
- Heb je ideeën over co-creatie of ander vormen van samenwerking in de keten en zou je dit eigenlijk wel eens met andere partijen willen afstemmen?
- Is er een nieuw product of concept ontwikkeld en wil je dit sparren met de markt?
- Heb je een nieuw team en wil je de onderlinge samenwerking verbeteren?

Dan zijn de workshops van Kookcreatie iets voor jou!

Tijdens het gezellige en smakelijk bereiden van een mooi menu, onder begeleiding van een professionele kok, staat het samenwerken centraal. De opdracht heeft te maken met het afstemmen, plannen, voorbereiden en communicatie binnen het kookproces maar bovenal de onderlinge samenwerking wordt op de proef gesteld. Kookcreatie zorgt voor de juiste begeleiding, de kook sessie, nodigt de juiste relaties uit, begeleidt de middag en avond. Maar vooral, creëert de atmosfeer waarin mensen elkaar beter leren kennen en uiteindelijk met elkaar **willen** samenwerken.

Wil je meer weten? Bel ons even of kijk verder op onze website www.kookcreatie.nl

Of volg onze activiteiten



Investering hiervoor zal tussen de €85,- tot €100,- p.p zijn maar moet ik nog opnieuw gaan opvragen bij de kooklocatie in Waalwijk. Destijds had ik een deal en samenwerking met de eigenaar van de locatie echter er zitten twee nieuwe eigenaren in die ik uiteraard ook goed ken maar dit nog niet mee heb uitgevoerd. Moet ik dus weer even opnieuw opzetten en opvragen.



Vertaling van strategie naar operatie, in ontwikkeling en in voor financiering

Activiteiten Wat	Afd.	Wie	Datum Gereed	Investering Bedrag €	Strategic Plan		Resultaat , Voortgang % gereed
					N(u)	D(oel)	
Communicatieplan en contentplanning maken Vanuit een interactieve website en social media kanalen deelnemers gaan binden en boeien. Deelnemers ook gaan werven. Hoe een interactief netwerk te bouwen met gelijkgestemden.	Comm	GJP/WJ	On going	Tijd en kennis. Inzet Stage dochter WJ. Input kennis over applicaties GJP	Gelijkgestemden ontmoeten, boeien en binden met als doel samenwerken voor een beter en duurzamer (bouw) kwaliteitsresultaat		
Platform ontwikkelen met een goede website als basis inclusief inlog mogelijkheid voor leden - Website - Eventkalender - Bijeenkomsten/Eventbrite tool - App ontwikkelen voor deelnemers - Inlog omgeving deelnemers - kennisdelingsplatform voor projecten - Businessmodel voor deelnemers mbt fee aanbrengen nieuwe leden en kennis - Loyaltyprogramma/opleidingsprogramma vaardigheden - Contributie/lidmaatschap in €...	Comm.	GJP/WJ		€ 2500,- voorfinanciering Wat is momenteel beschikbaar? Licenties?			
Bijeenkomsten organiseren workshops				€			
Co-sponsor Bouwdiner Brabant				€			
Interventie meetings (online via Teams en fysiek)				€			
CRM pakket				€			
Pilots opzetten				€			
Verslaglegging en verwachtingsmanagement				€			

Maak een contentplanning met **wat**, **hoe** en **wie** dit dient onderdeel te zijn van het communicatieplan.

Voor wie in Bouw United van toegevoegde waarde:

- Personen die kennis willen delen en willen samenwerken.
- Bouw gerelateerd zijn dat kan van leverancier, bouwbedrijf, onderaannemer, adviesbureau, woningbouwcorporatie tot aan overheid enz. eigenlijk alle partijen die actief zijn in de bouwketen.
- Informatie wordt transparant en vertrouwelijk met elkaar gedeeld met de insteek om elkaar verder te brengen en te helpen.
- Er wordt een netwerk opgebouwd wat gericht is op kennis deling en samen.