

Succes Jones Lang LaSalle als teamprestatie

In de jaren 80 maakte Hugo Jonkman, national director en Partner bij Jones Lang LaSalle, deel uit van een groep zeer succesvolle hockeyers. Namen als Ties Kruize, Jan Hidde Kruize en Ron Steens zeggen ook vandaag de dag nog wel wat. Als clubspeler bij HCKZ en A-international boekte Jonkman de ene overwinning na de andere. De groep was in die jaren onverslaanbaar.

‘Het waren echt gouden tijden’, stelt Hugo Jonkman. ‘We werkten keihard. We gingen er echt voor. Het is ons niet komen aanwaaien. Pittige trainingen, teambuilding-sessies. Het was echt een prestatie van de hele groep. Joost Bellaart, onze coach destijds, had een team gesmeed dat alles voor elkaar over had. Samenwerken was echt het motto. Ik denk dat we vooral door dat groepsgevoel en die ultieme samenwerking zo succesvol zijn geweest. Daarnaast was ook elke speler overtuigd van de missie. De uitdaging was voor iedereen hetzelfde, namelijk, succesvol zijn. We waren echt scherp, ongelooflijk scherp.’

De parallellen met Jonkmans huidige positie zijn eenvoudig te trekken: ‘In mijn functie ben ik verantwoordelijk voor de Haagse vestiging van Jones Lang LaSalle, is één van de internationale marktleiders op het gebied van vastgoed services en geef ik leiding aan een team van vijf commerciële medewerkers en een aantal medewerkers in de back-office. De team-spirit is hierbij essentieel. Als we effectief willen omgaan met de aan/verkoop en aan/verhuur voor onze opdrachtgevers, moet ik er boven op zitten. Ik probeer dan ook altijd de interne discussie op gang te houden. Doen we het wel op de best mogelijke manier?’

Jonkman stelt verder: ‘Opdrachtgevers als institutionele beleggers, pensioenfondsen, overheden en de grotere bedrijven letten echt wel op de lange termijnvisie die je als partner hebt. Je kunt alleen succesvol zijn als je vanuit één visie werkt. Helder en duidelijk. Iedereen moet gewoon hetzelfde doel voor ogen hebben. Mijn persoonlijke uitdaging bij Jones Lang LaSalle ligt dan ook in de teamprestatie.’

Scherp

Als national director voor de regio Haaglanden is Jonkman opereert Jonkman in een branche die conjunctuurgevoelig is: ‘Den Haag is een stad waarin relatief weinig transacties voldoende volume geven. Het is een stabiele markt. Het is opvallend dat wij niet alleen in de goede tijden kunnen groeien, ook in de slechtere tijden komen we er goed uit. Het is een kwestie van steeds efficiënter omgaan met de kansen die je voor je opdrachtgever ziet.’

‘We halen er uit wat er in zit,’ stelt Jonkman. ‘De uitdaging om scherp te blijven is groot. Informatie is er om gedeeld te worden. De bedrijfsruimte markt staat als vastgoedsegment meer en meer in de schijnwerpers. Dit komt enerzijds voort uit de continu veranderende eisen die zowel gebruikers als beleggers stellen aan bedrijfsruimte als respectievelijk bedrijfsmiddel dan wel investeringsobject. Anderzijds zorgen externe ontwikkelingen ervoor dat er op een andere manier naar bedrijfsruimte wordt gekeken. Zo heeft bijvoorbeeld de tegenvalende marktdynamiek op de kantorenmarkt belangrijke gevolgen voor het bedrijfsruimtesegment als beleggingscategorie.’

Interesse

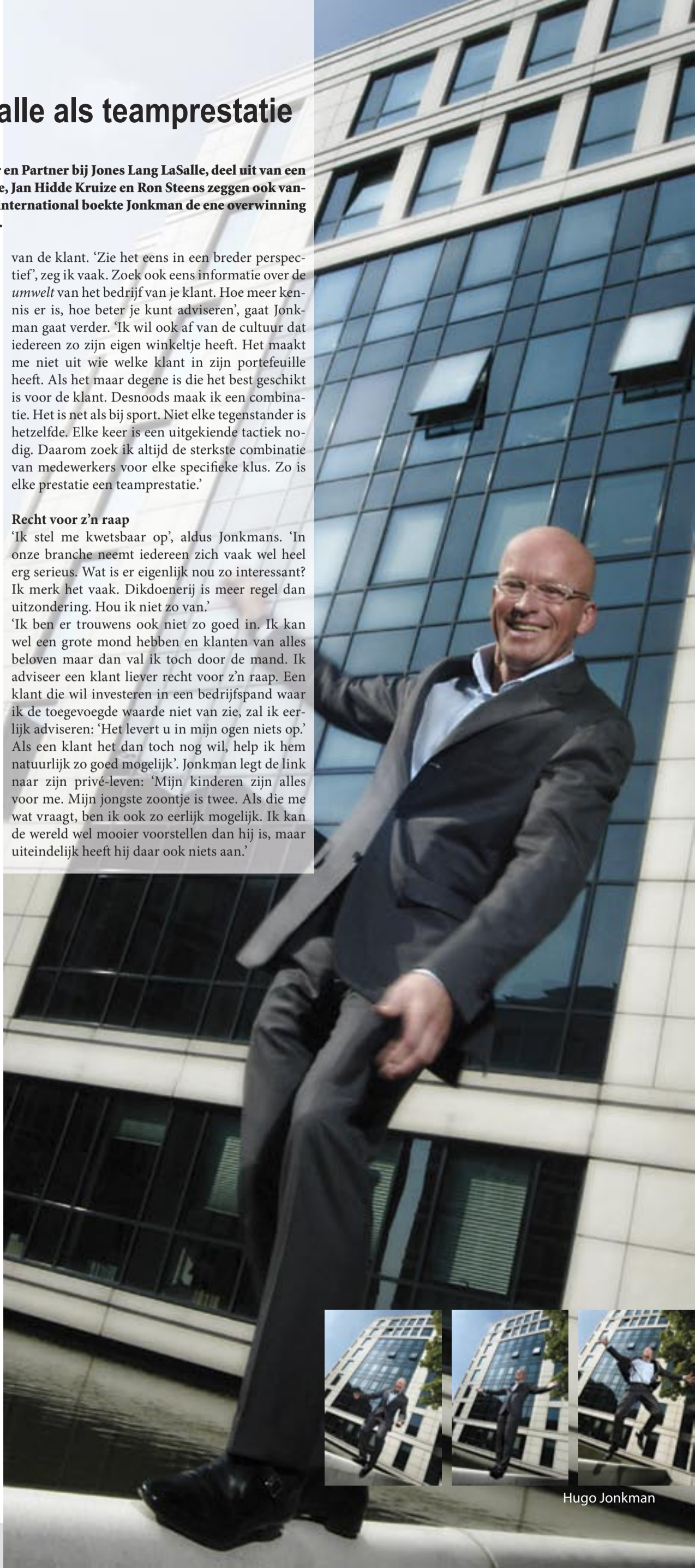
‘Het belang van de persoonlijke relatie richting de klant hangt af van de nuance. Geen koetjes en kalfjes, wat mij betreft.’ Jonkman: ‘Zoek naar gerichte informatie. Hierdoor toon je aan persoonlijk geïnteresseerd te zijn. Ik merk sterk dat opdrachtgevers het waarderen dat je meer doet dan standaard. Ik coach mijn mensen altijd sterk in het verbreden van de kennis. In het algemeen en van het bedrijf

van de klant. ‘Zie het eens in een breder perspectief’, zeg ik vaak. Zoek ook eens informatie over de *umwelt* van het bedrijf van je klant. Hoe meer kennis er is, hoe beter je kunt adviseren’, gaat Jonkman verder. ‘Ik wil ook af van de cultuur dat iedereen zo zijn eigen winkeltje heeft. Het maakt me niet uit wie welke klant in zijn portefeuille heeft. Als het maar degene is die het best geschikt is voor de klant. Desnoods maak ik een combinatie. Het is net als bij sport. Niet elke tegenstander is hetzelfde. Elke keer is een uitgeknipte tactiek nodig. Daarom zoek ik altijd de sterkste combinatie van medewerkers voor elke specifieke klus. Zo is elke prestatie een teamprestatie.’

Recht voor z'n raap

‘Ik stel me kwetsbaar op’, aldus Jonkmans. ‘In onze branche neemt iedereen zich vaak wel heel erg serieus. Wat is er eigenlijk nou zo interessant? Ik merk het vaak. Dikdoenerij is meer regel dan uitzondering. Hou ik niet zo van.’

‘Ik ben er trouwens ook niet zo goed in. Ik kan wel een grote mond hebben en klanten van alles beloven maar dan val ik toch door de mand. Ik adviseer een klant liever recht voor z'n raap. Een klant die wil investeren in een bedrijfspand waar ik de toegevoegde waarde niet van zie, zal ik eerlijk adviseren: ‘Het levert u in mijn ogen niets op.’ Als een klant het dan toch nog wil, help ik hem natuurlijk zo goed mogelijk’. Jonkman legt de link naar zijn privé-leven: ‘Mijn kinderen zijn alles voor me. Mijn jongste zoontje is twee. Als die me wat vraagt, ben ik ook zo eerlijk mogelijk. Ik kan de wereld wel mooier voorstellen dan hij is, maar uiteindelijk heeft hij daar ook niets aan.’



Hugo Jonkman