

P E R S B E R I C H T

Nieuwegein, 12 december 2012

AM speelt met volgende fase focusstrategie in op veranderende markt

Gebieds- en vastgoedontwikkelaar AM start met de volgende fase van haar focusstrategie, die zij begin 2012 heeft ingevoerd. Daarbij ligt het accent op de verdere ontwikkeling tot marketinggerichte organisatie. Door vroegtijdige betrokkenheid van beleggers en particulieren richt AM zich op het aanbieden van onderscheidende producten met een kortere voorbereidingstijd en tegen lagere kosten. Zij anticipeert hiermee ook op de vooruitzichten in de woningmarkt, die in 2013 zal worden gekenmerkt door lagere prijzen en volumes.

Na een intensief traject waarin gebruik is gemaakt van waardevolle ideeën zowel binnen als buiten het bedrijf, wordt de laatste hand gelegd aan het AM Nieuw Business Model. Deze is gericht op een maximale klantoriëntatie, waaronder het exact identificeren van de wensen en eisen, het innoveren naar betere en duurzame producten, efficiënte levering en excellente communicatie met de klant.

Om deze nieuwe procesaanpak versneld te implementeren, voert AM in het voorjaar van 2013 'het slimme werken' in, met één kantoor in het midden van het land van waaruit regioteams en centrale disciplines actief zijn, en decentrale flexibele werkplekken verspreid over het land. Deze worden benut voor regionale en lokale samenwerking met de klant. De centralisering van activiteiten brengt met zich mee dat functies op de huidige regionale kantoren worden ont dubbeld en dat de formatie wordt teruggebracht naar een niveau van circa 115 FTE.

Noot voor de redactie, niet voor publicatie:

Meer informatie: Michel Westbeek, telefoon 030 6097369. Zie ook www.AM.nl.