

”

We kijken verder dan de huidige indeling van het gebouw en denken toekomstgericht mee over het groeipotentieel van onze klant.

Ivo De Muynck van Activo Bedrijfsvastgoed: "Wij kennen de hele markt, voelen goed aan wat er leeft en hebben een grote databank met partijen die op zoek zijn."



5 REDENEN OM TE KIEZEN VOOR EEN DISCRETE VERKOOP

“WIJ KENNEN DE MARKT EN HEBBEN DE JUISTE CONTACTEN”

Om vastgoed te verkopen, trek je liefst zoveel mogelijk geïnteresseerde potentiële kopers aan. Je schakelt een makelaar in, die met grote borden aan de gevel en via advertenties op zoek gaat naar een koper. En toch zit de discrete verkoop van bedrijfsvastgoed in de lift. Er zijn volgens Ivo De Muynck van Activo Bedrijfsvastgoed vijf redenen waarom verkopers van bedrijfspanden steeds vaker kiezen voor deze formule.

Tekst | Anse Keisse beeld | Activo Bedrijfsvastgoed

De vastgoedmarkt voor bedrijven mag dan wat vertragen, er zijn nog altijd veel transacties. Sommige bedrijven breiden uit en zoeken een grotere locatie, anderen krimpen in. Makelaars blijven dus druk in de weer. "Ik stel vast dat in elke sector en ongeacht de grootte van het bedrijf vandaag de interesse in een discrete verkoop van het bedrijfspand toeneemt. Wij handelen al 30% van onze verkopen discreet af, op vraag van de verkoper", vertelt Ivo De Muynck, CEO van Activo Bedrijfsvastgoed.

Er zijn twee vormen van discrete verkoop. "Bij een volledig discrete verkoop is er geen enkele vorm van publiciteit. We hangen geen borden en je zal geen advertenties terugvinden. We werken dan puur op basis van onze eigen contacten. Bij beperkte discretie wordt het pand enkel op gespecialiseerde kanalen gepubliceerd, zonder op te vallen in het straatbeeld", legt Ivo uit. Bedrijven die hun vestiging te koop zetten, kiezen om verschillende redenen voor een verkoop zonder toeters en bellen.

EEN BEWUSTE KEUZE

Eigenaars van een bedrijfspand kiezen vaak uit commerciële overweging voor een discrete verkoop. De verkoop kan op die manier geen

invloed hebben op de omzet, omdat klanten en leveranciers er nog niet van op de hoogte zijn.

Het kan ook een strategische zet zijn, om de interne en externe rust te bewaren. "Bovendien geef je je kaarten nooit zomaar bloot aan je concurrenten, dus je hangt het nieuws zelf pas aan de grote klok wanneer de verkoop afgerond is", voegt Ivo toe.

Het kan ook gewoon een persoonlijke keuze zijn om je pand niet openlijk te koop te zetten, volgens het principe 'Vivons heureux, vivons cachés'. Bij zeer populair vastgoed wordt soms geen publiciteit aan het pand zelf voorzien om overlast te vermijden en geen toeloop van nieuwsgierigen aan te trekken.

De vijfde en laatste reden is de meerwaarde van de makelaar: "Bij Activo kunnen we een selectie maken van kandidaten die oprecht geïnteresseerd zijn. We filteren de aanvragen met weinig potentieel eruit en targetten specifieke contacten uit onze eigen, grote databank", legt Ivo uit.

VERBORGEN SCHAKEL

Activo Bedrijfsvastgoed heeft 25 jaar ervaring in het verhuren en verkopen van bedrijfs-

vastgoed. Het is gespecialiseerd in 'tailor-made' verkopen. "Wij kennen de hele markt, voelen goed aan wat er leeft en hebben een grote databank met partijen die op zoek zijn. We weten heel goed wat hun zoekcriteria zijn, waardoor we gemakkelijk panden aan nieuwe eigenaars kunnen koppelen. Hierdoor is zichtbare publiciteit niet bij elk pand nodig", vertelt Ivo.

Aan de hand van geanonimiseerde marketing en gecontroleerde informatieverbreiding, al dan niet met geheimhoudingsverklaringen, bereikt het bedrijf een grote doelgroep, waartoe enkel potentiële en oprecht geïnteresseerde kandidaten behoren.

Ondertussen bouwde Activo een goede reputatie uit. "We zijn gekend, worden herkend en erkend. Banken, investeringsmaatschappijen, accountants, advocaten, revisoren, enz. weten wie we zijn en schatten onze input hoog in", gaat Ivo verder. Zijn sleutel tot succes is ongetwijfeld ook het inzicht in de mogelijkheden van de site. "We kijken verder dan de huidige indeling van het gebouw en denken toekomstgericht mee over het groeipotentieel van onze klant en zijn (nieuwe) bedrijfspand. Zo kunnen we ook het juiste advies geven."