

WIL JE MET ME TROUWEN?

3 STAPPEN OM ALS MAKELAAR MEER KLANTEN TE BINDEN VIA SOCIAL MEDIA

“Trouwen? Nu al? We kennen elkaar nog niet eens!”
In eerste instantie zie je niet direct het verband tussen het huwelijk, social media en meer klanten. Maar we zien dat veel makelaars toch echt het “daten” op social media overslaan en direct doorgaan naar het echte werk. Om ook op lange termijn meer opdrachtgevers aan te trekken, is echter meer nodig dan alleen woningaanbod op social media posten. Ook alleen je volgers aansporen om jouw diensten af te nemen zonder dat ze je kennen, heeft een lagere slagingskans. Daarom hieronder drie stappen: van de eerste date naar een succesvol huwelijk. Zo werk je aan duurzame relaties en haal je uiteindelijk meer klanten binnen.

Stap 1: Hoi, ik ben...

Via social media zijn mensen niet snel geneigd om contact met jou op te nemen of om hun contactgegevens achter te laten als ze jou nog niet kennen. Tijd voor een eerste kennismaking dus! Stel jezelf eenvoudig via een social media-advertentie voor. Via bijvoorbeeld een Facebook-advertentie kun je eenvoudig je eigen doelgroep samenstellen. Richt jij je op een bepaalde leeftijdsgroep? Stel deze leeftijden dan in als doelgroep in je advertentie. Woningeigenaren kiezen hun verkoopmakelaar onder andere op basis van locatie. Kies dus ook de locatie bij het samenstellen van je advertentie. Het is namelijk zonde om geld uit te geven aan consumenten in Tilburg als je actief bent in Den Haag.

VBO-leden kunnen gebruik maken van de Facebook advertentietool. Hiermee wordt het samenstellen van een advertentie nog makkelijker.

TIP!

In plaats van een tekstje met foto, wordt een video als advertentie aangeraden. Bewegend beeld valt meer op, waardoor de kans groter is dat de doelgroep bij je advertentie blijft hangen.

Bovendien kun je via Facebook terugzien wie jouw video langer dan drie seconden heeft bekeken. Deze doelgroep toont dus interesse in jouw advertentie (en dus in jou). Gebruik deze groep in de volgende stap als doelgroep!

TIP!

Bij je advertentie kun je een link toevoegen. Zorg dat als de doelgroep klikt op deze link in je advertentie, dat ze op een aantrekkelijke landingspagina terecht komen. Op deze landingspagina kun je iets aanbieden (bijvoorbeeld een folder met tien verhuurtips) waarvoor bezoekers hun e-mail en/of telefoonnummers kunnen achterlaten.

Reviews van voorgaande klanten zijn cruciaal op deze pagina; het is veel sterker als iemand over jou zegt dat je heel betrokken bent, dan dat je dit zelf zegt.



VBO

Vereniging van
makelaars en taxateurs

Stap 2: Wat is jouw USP?

USP staat voor unique selling point; dit zijn de kwaliteiten die jou uniek maken. Ben jij bijvoorbeeld de makelaar die diensten voor lage kosten aanbiedt, omdat verkopers zelf bezichtigingen regelen? Of ben jij juist de makelaar die klanten van A tot Z ontzorgt?

Ook aangesloten zijn bij een branchevereniging is een USP, hiermee kun je ook online laten zien dat je staat voor kwaliteit en veiligheid. Nadat je je via social media een paar weken hebt voorgesteld aan je doelgroep (zoals in stap 1), kun je de doelgroep vervolgens een advertentie (of meerdere) aanbieden, waarin je je USP's naar voren laat komen. Hierdoor weet de doelgroep niet alleen wie je bent, maar ook wat je voor ze betekent.

Zorg dat in deze advertentie de klant centraal staat en dat je hen aanspreekt: dus niet "Ik ontzorg klanten volledig", maar "Wil jij ook volledig ontzorgd worden bij de verkoop van een woning?" Wederom gaat de voorkeur uit naar een video of GIFje.



“

Ben jij bijvoorbeeld de makelaar die diensten voor lage kosten aanbiedt, omdat verhuurders zelf bezichtigingen regelen? Of ben jij juist de makelaar die klanten van A tot Z ontzorgt?

Stap 3: Tijd voor het huwelijk

De doelgroep weet wie je bent (check) en wat jij aanbiedt (check). Dan is het nu tijd voor de laatste stap: een relatie aangaan. Tijdens deze stap bied je de doelgroep een advertentie aan met bijvoorbeeld "zoek jij een makelaar?" of een advertentie van een specifieke woning. De doelgroep kent je en is veel eerder geneigd om op de advertentie te klikken. Bovendien is die klant eerder geneigd om bij een volgende woonstap wederom voor jou te kiezen als makelaar. Of je te vragen voor hem of haar op te treden als aankoopmakelaar.

Adverteren via sociale media is een proces en neemt zeker een paar maanden in beslag. Dit proces zal zich blijven herhalen. Daarom is het aan te raden om het hele jaar door te adverteren en de stappen naast elkaar te laten verlopen. Gelukkig is adverteren via bijvoorbeeld Facebook niet duur en kun je zelf een maand- of daglimiet instellen. Uiteindelijk levert dit proces je meer klanten op en zijn klanten eerder geneigd om na de

eerste keer wederom gebruik te maken van je diensten. Trouwen met iemand die je goed kent, is namelijk wel zo prettig.

WIJ ZIJN VBO

Als lid van VBO ben je direct onderdeel van een groot netwerk van ruim 1.200 leden. Via onze evenementen ontmoet je collega's uit de branche en word je door deskundige sprekers op de hoogte gehouden van relevante thema's en trends. Met elkaar hebben we een sterke positie richting de politiek. Zo bouwen wij samen met én voor jou aan een goed functionerende woning- en vastgoedmarkt. Want daar profiteert iedereen van.

Meer info? Neem dan contact met ons op via vbo@vbo.nl of 070 345 87 03.