

# Genereer seller leads met schattingen op je eigen website

En win het vertrouwen van je prospecten  
met ImmoParse Web!

# Inhoudsopgave



①	Inleiding	05
②	Leads genereren met de schattingswidget	06
③	Leads converteren naar prospecten met ImmoParse Web	22
④	Slot	28



# Inleiding

**Met de ImmoParse schattingswidget kun je seller leads verzamelen en je omzet als makelaar verhogen.**

Een seller lead is iemand die overweegt zijn of haar huis te verkopen en vaak begint die verkoopintentie met een schatting. Deze potentiële klant toont interesse in de verwachte verkoopopbrengst van zijn woning.

Met de schattingswidget verzamel je eenvoudig seller leads. Door de widget op je eigen website te plaatsen, kunnen potentiële nieuwe klanten in slechts 3 stappen een prijsvork voor hun woning genereren. Door de prijsvork blijf jij de expert voor een exacte schatting als startpunt voor je gesprekken met toekomstige verkopers.

Via een dashboard kan je de kwaliteit van seller leads beoordelen. Je kunt zien welke contactgegevens beschikbaar zijn, of er een verkoopintentie is, en hoe de interactie met de schattingswidget op je website verliep, of deze kort of uitgebreid was. Zo herken je de rijpheid van een lead, want het is belangrijk niet te vroeg, maar ook niet te laat te reageren!

De schattingswidget is inbegrepen in de formules PRO en ENTERPRISE van ImmoParse Web. Haal het maximale uit de schattingswidget voor jouw makelaarskantoor! Lees dit E-book en ontdek hoe je deze krachtige tool optimaal kunt benutten.



# Leads genereren met de schattingswidget

Het genereren van leads met behulp van de schattingswidget begint met de integratie ervan op je eigen website. Zodra je jouw marketingcampagne hebt opgestart, zal het succes van de schattingswidget duidelijk worden. Ontdek hier hoe je dit het beste kan aanpakken.

## De widget integreren op je eigen website

Je kunt de schattingswidget aanpassen aan de huisstijl van je makelaarskantoor, zoals lettertype en kleur. Bovendien kan je ook de hoeveelheid aan contactgegevens en de vragen die aan de gebruiker worden gesteld aanpassen.

## Leads genereren met een campagne

Het integreren van de schattingswidget op je website is niet voldoende om seller leads te genereren en je omzet te verhogen. De volgende stap omvat het opzetten van een doordachte marketingcampagne om een stroom van leads naar de schattingswidget op je website te leiden. Dit bereik je door authentieke content te delen via het juiste mediakanaal, gericht op je specifieke doelgroep.





## Authentieke content

Bezoekers van je website trek je aan met sterke, relevante en authentieke content. Deze strategie wordt ook 'inbound marketing' genoemd waarbij je potentiële klanten op een natuurlijke manier aantrekt met je authentieke content.

Authentieke content is interessante, educatieve of entertainmentgerichte inhoud die gecreëerd wordt om de aandacht en de interesse bij je potentiële klanten te wekken. Je opdracht bestaat er dus in om content te (laten) schrijven die interessant is voor je doelgroep.

Dit kan bijvoorbeeld een tekst zijn over de prijsevolutie van de huizenmarkt in jouw regio als vastgoedmakelaar. Maak het onderscheid met je concurrenten door je persoonlijkheid, je kennis, je expertise en lokale verankering op te nemen in de tekst.

**TIP:** Geen tijd om een content idee uit te schrijven? Schrijf beknopt in een nota neer: het idee, de belangrijkste inhoud, je expertise en kennis, je lokale verankering en je persoonlijke ervaring. Geef de opdracht aan een contentschrijver om jouw content idee vorm te geven in een tekst.

# Persona's en niche leads

Voordat je nadenkt over content ideeën, is het verstandig je potentiële klanten op te delen in persona's en niche leads. Als gevolg kan je content ideeën ontwikkelen die gericht zijn op deze specifieke doelgroepen. Hieronder vind je enkele voorbeelden van persona's en niche leads met ideeën om content te creëren.

## Gepensioneerden

Gepensioneerde eigenaars kiezen er vaak voor om kleiner te wonen nadat de kinderen het huis hebben verlaten. Ze hebben hun woning waarschijnlijk volledig afbetaald en gebruiken de opbrengst voor de aankoop van een comfortabele, onderhoudsvriendelijke en kleinere woning met een slaapkamer op de begane grond. Dit resulteert voor u als makelaar in een potentieel van twee vastgoedtransacties: de verkoop van de huidige woning en de aankoop van de kleinere woning. Om deze belangrijke levensovergang mee te helpen vorm geven zijn deze 'downsizers' vaak op zoek naar een makelaar met expertise.

## Hier zijn enkele voorbeelden van content ideeën voor gepensioneerde eigenaars:

- Hoe maak je je huis zo aantrekkelijk mogelijk voor verkoop?
- Pensioen in stijl: woon compact in de stad nabij diensten en voorzieningen.
- Hoe kan een makelaar je helpen bij het vinden van een huis dat bij je past?
- Kleiner wonen: wat doe ik met al mijn spullen?
- Je woning verkopen om een nieuwe woning aan te kopen.

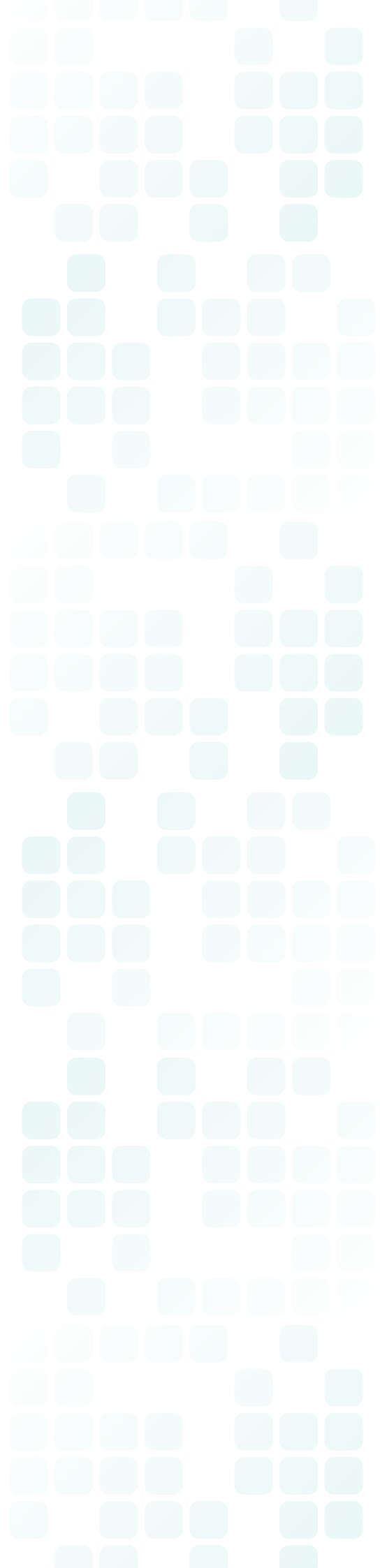


## Echtscheiding

Ongeacht het sentiment van de vastgoedmarkt en de rentetarieven zullen mensen nog steeds scheiden. De afgelopen 5 jaar waren er jaarlijks zo'n 19.000 à 23.000 echtscheidingen in België. Dit biedt mogelijkheden voor u als makelaar omdat het scheidend echtpaar vaak de gezamenlijke woning wil verkopen en een nieuwe woning wil kopen. Er is dus een potentieel van drie vastgoedtransacties (één verkoop- en twee kooptransacties)!

### Hier zijn enkele voorbeelden van content ideeën voor een echtscheiding:

- Je huis verkopen bij een echtscheiding, wat zijn de opties?
- Tips om de waarde van een huis te schatten bij een echtscheiding.
- Hoeveel miserietaks moet je betalen bij een echtscheiding?
- Hoe verloopt een schatting bij een echtscheiding?
- Verkopen met een vastgoedmakelaar bij een echtscheiding?



## Multibezitters

Multibezitters zijn eigenaren die één of meerdere woningen bezitten, maar er niet permanent in wonen als hoofdverblijf. Ze kunnen investeerders zijn met verhuurwoningen, eigenaren van woningen voor toeristisch verblijf of ze hebben een woning geërfd. Prijswijzigingen in de vastgoedmarkt, frustraties over het vastgoedbeheer, de onderhoudskosten, de fiscale lasten en geen emotionele binding met de woning zijn vaak de motieven van een multibezitter om te verkopen.

## Hier zijn enkele voorbeelden van content ideeën voor multibezitters:

- Vastgoedbeheer: zelf doen of uitbesteden?
- Hoe investeren in vastgoed?
- Hoeveel belasting op leegstand betaal je in je gemeente?
- Hoe je vastgoed portefeuille optimaliseren?
- Wat kost het om een woning te erven?

**TIP:** Multibezitters leads kan je gemakkelijk terugvinden met ImmoParse Web ENTERPRISE!





## Verlopen advertenties

Een verlopen advertentie is een pand dat niet verkocht is geraakt binnen de 6 maanden exclusieve bemiddelingsperiode van een makelaar. Verlopen advertenties kunnen het gevolg zijn van een te hoge prijszetting, een overaanbod van concurrerende panden, een ontoereikende marketingcampagne,... Doorgaans is de eigenaar van een verlopen advertentie een gemotiveerde verkoper zodat ze gemakkelijker een samenwerking met een nieuwe makelaar beginnen.

## Hier zijn enkele voorbeelden van content ideeën voor verlopen advertenties:

- Waarom wil mijn pand niet verkocht geraken?
- Hoe weet ik of mijn woning correct geprijsd is?
- Hoe kies ik een vastgoedmakelaar?
- Waarom je woning gratis laten schatten door een vastgoedmakelaar?
- Wanneer zet je best je woning te koop?
- Wat kost een makelaar?

**TIP:** Verlopen advertenties kan je gemakkelijk terugvinden met ImmoParse Web PRO & ENTERPRISE.



## Te koop door de eigenaar

Dit zijn panden die te koop worden geplaatst zonder een bemiddelingsopdracht van een makelaar.

Sommige verkopers kiezen voor deze optie om te voorkomen dat ze de makelaar een commissie moeten betalen. Als echter blijkt dat een pand langer dan gemiddeld te koop staat, wordt de verkoper toch meer geneigd beroep te doen op de expertise van een makelaar.

## Hier zijn enkele voorbeelden van content ideeën voor panden te koop door de eigenaar:

- Tips om zelf je huis te verkopen zonder makelaar.
- Hoe je woning laten bezichtigen?
- Hoe verhoog je de waarde van je woning?
- Wat schrijf je in een vastgoedzoekertje?
- Tips voor ideale vastgoedfoto's.

**TIP:** Panden die te koop staan door de eigenaar kan je gemakkelijk terugvinden met ImmoParse Web PRO en ENTERPRISE.



## Call to action

Aangezien je content boeiend is voor de beoogde doelgroep zullen potentiële klanten hoogstwaarschijnlijk reageren op een oproep tot actie, ofwel call to action (CTA). Binnen het kader van leadgeneratie fungeert deze CTA als een uitnodiging om jouw landingspagina met de schattingswidget te bezoeken. Het is van cruciaal belang om in jouw content voldoende nadruk te leggen op het waardevolle aspect van het verkrijgen van een schatting, dit zal potentiële klanten aanmoedigen om daadwerkelijk stappen te ondernemen en een schatting te genereren met behulp van de widget op jouw eigen website.



Hierna volgen enkele voorbeelden van een call to action.

## **Hoe verhoog je de waarde van je woning?**

Lezers van deze content begrijpen dat het uitvoeren van verbeteringen aan een woning de verkoopwaarde positief kan beïnvloeden. Toch is het vaak lastig om de kosten van deze verbeteringen af te wegen tegenover de verwachte meeropbrengst bij verkoop.

*“Met onze schattingswidget kun je eenvoudig de geschatte verkoopwaarde na renovaties simuleren. Aarzel niet en neem actie: bereken hier de geschatte verkoopwaarde na renovatie!”*

## **Verkopen met een vastgoedmakelaar bij een echtscheiding?**

Lezers van deze content hebben vragen over het proces van het verkopen van een woning tijdens een echtscheiding. Een cruciaal aspect hierbij is de waardebepaling van de woning.

*“Onze schattingstool biedt de mogelijkheid om de geschatte marktwaarde vast te stellen, zonder het bezoek van een expert! Waar wacht je nog op? Ontdek de geschatte waarde hier!”*

## **Hoe weet ik of mijn woning correct geprijsd is?**

Lezers van deze content hebben twijfels over de juiste vraagprijs van hun huis of appartement. Na het lezen van uw content begrijpen ze welke factoren van belang zijn bij het vaststellen van een vraagprijs.

*“Onze schattingswidget maakt het mogelijk om de geschatte verkoopwaarde binnen een bepaald prijsbereik te bepalen. Doe de test en ontdek het nu: schat uw woning hier en bepaal je vraagprijs!”*

De call to action kan verschillende vormen aannemen, zoals:

- een tekstlink of knop op een webpagina, social media post, e-mail, blogpost,...
- een QR code op een flyer, brief, brochure,...
- een banner in een e-mail, een e-mailhandtekening,...



# Je authentieke content delen

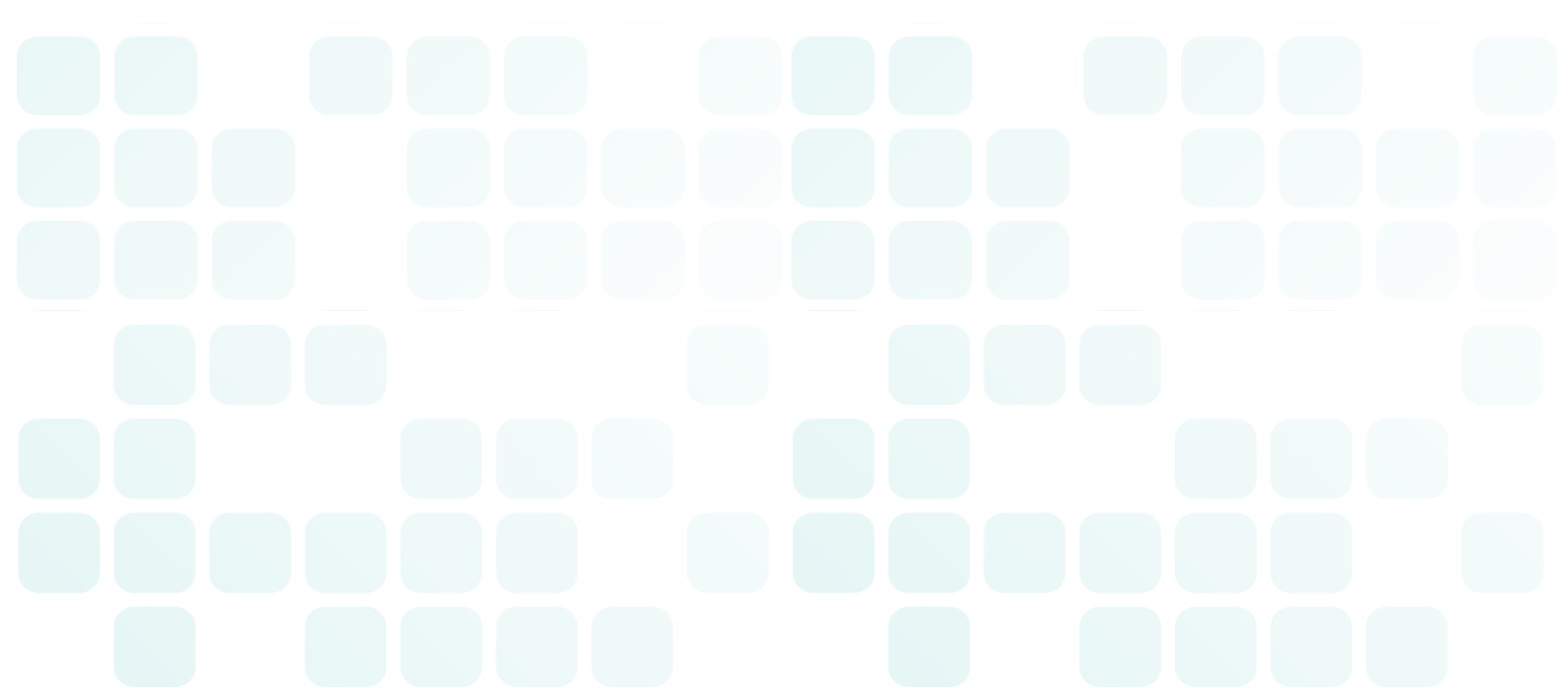
Wanneer je jouw authentieke content deelt met het publiek stimuleer je potentiële klanten om de schattingswadget op jouw website te gebruiken, wat uiteindelijk resulteert in het genereren van leads.

Je content dien je dus grafisch vorm te geven in een marketingcampagne. Hoewel contentmarketing vaak online plaatsvindt, is het belangrijk op te merken dat jouw content ook uitstekend offline kan worden ingezet.

Met designplatforms zoals Canva (<https://www.canva.com/>) kan je vlot een online en offline marketingcampagne vorm geven. Zoals eerder beschreven, moet je content bij voorkeur jouw persoonlijke ervaring, expertise en kennis weerspiegelen.

Bij het ontwerpen van je campagne is het tevens aan te raden om je persoonlijkheid tot uiting te brengen, bijvoorbeeld door authentieke foto's te gebruiken in plaats van stockfoto's. Vergeet ten slotte niet om je call to action op een passende manier te integreren!

**TIP:** Als je niet over de tijd, de expertise of de inspiratie beschikt om een marketingcampagne te creëren, schakel dan een specialist grafisch design en communicatie in.



Ter inspiratie volgen hierna nog enkele mediakanalen om je marketingcampagne zowel online als offline onder de aandacht te brengen bij het publiek. Het is cruciaal om ervoor te zorgen dat zowel je content als het gekozen mediakanaal nauw aansluiten bij de beoogde doelgroep die je wenst te bereiken.

## Online contentmarketing

- E-mail
- Blog
- Infographic of illustratieve afbeelding
- Ebook of whitepaper
- Sociale media bericht (tekst, foto, korte video of live video, ...)
- Podcast
- Webinar
- Vlog of video weblog
- ...

## Offline contentmarketing

- Printadvertentie in lokale krant
- Brief
- Flyer en brochure
- Magazine
- Boekje
- Wenskaart
- Billboard
- ...



# De kwaliteit van een lead beoordelen in het dashboard

Dankzij een succesvolle marketingcampagne verzamel je leads die je vervolgens kan evalueren in een dashboard. De rijpheid van een lead kunnen herkennen is immers essentieel: je mag niet te vroeg, maar ook niet te laat reageren!

## **Om de kwaliteit van een verkoperslead te beoordelen, kan je binnen het dashboard de lead evalueren op basis van:**

- de beschikbaarheid van verschillende contactgegevens;
- de interesse om te verkopen binnen een bepaalde termijn;
- de gemeten tijd waarbij de seller lead met de schattingswidget omgaat, was deze eerder kort en beknopt of juist uitgebreid en diepgaand;
- het aantal interacties van de seller lead met de schattingswidget;
- het aanklikken van de call to action knop 'contacteer me' door de seller lead.





# Leads converteren naar prospecten met ImmoParse Web

Detecteer je kwalitatieve seller leads in je dashboard? Welnu, het vergt snelheid, empathie en diepgaand begrip van de behoeften van potentiële klanten om de lead met succes om te zetten in een prospect. ImmoParse Web kan je hierbij helpen!

## 1. Ga aan de slag als een speurder.

Seller leads geven niet altijd direct alle benodigde informatie in de schattingswidget. Het is daarom verstandig om de lead te controleren op mogelijke afwijkingen en lacunes. Je kunt bijvoorbeeld de gegevens in het dashboard vergelijken met andere bronnen zoals ImmoParse Web, Google Maps, Geopunt, of informatie van een tipgever.

Speurder

1



# Een kwalitatieve lead converteren naar een sales pitch

Als je merkt dat je een veelbelovende seller lead hebt, is een snelle opvolging van groot belang. Hiernaast vind je een stappenplan voor het effectief opvolgen van een rijpe lead.

## 2. Direct bellen!

Het eerste en meest directe contact met een seller lead is telefonisch. Neem direct contact op nadat je je spuurwerk hebt uitgevoerd. Als er geen antwoord is, spreek dan een voicemailbericht in en probeer later opnieuw te bellen. Schakel pas over op e-mailcommunicatie als telefonisch contact echt onmogelijk blijkt te zijn.

### Direct bellen

2

**TIP:** Via de 'tijdlijn' functionaliteit binnen ImmoParse Web PRO en ENTERRISE, kun je eenvoudig nagaan of de seller lead onlangs het pand verworven heeft, hoe lang het te koop of te huur heeft gestaan, en wat de staat van onderhoud was op dat specifieke moment.

## 3. Wees transparant en vermeld de bron van de lead.

Bij het eerste contact is het essentieel om de bron van de lead te vermelden. Dit creëert herkenning en vertrouwen bij de seller lead. Begin het gesprek bijvoorbeeld met: "Ik bel u omdat u een aanvraag hebt gedaan voor meer informatie op ...," of "Ik bel u omdat u een waardebeoordeling heeft aangevraagd op...".

### Wees transparant

3



#### 4. **Stel vragen om eventuele onduidelijkheden van je speurwerk te verhelderen.**

Tijdens het gesprek is het belangrijk om vragen te stellen over de woning. Vraag bijvoorbeeld naar de juistheid van het adres en informeer naar de verwachte verkoopopbrengst die de seller lead in gedachten heeft. Beluister of de staat van zijn of haar woning correct beoordeeld wordt. Dit kan helpen om eventuele onduidelijkheden uit je onderzoek op te helderen.

#### Stel vragen

4

#### 5. **Sluit af met je aanbod tot een vrijblijvend bezoek en een gratis schatting.**

Leg uit dat je graag vrijblijvend langs wil komen om de woning te bekijken voor een gratis schatting. Probeer een afspraak te maken in de woning zelf en benadruk nogmaals dat dit volledig vrijblijvend is. Dit vergroot de kans op conversie.

Het opvolgen van seller leads vereist snelheid, empathie en een goed begrip van de behoeften van je potentiële klanten. Door deze stappen te volgen vergroot je de kans om succesvol een lead om te zetten in een prospect met een geplande sales pitch in je agenda.

#### Gratis schatting

5



# Het vertrouwen van je prospect winnen met een professioneel schattingsverslag en jouw ervaring

In je sales pitch is het cruciaal om je kennis te tonen en het vertrouwen van je potentiële klant te winnen. De Immoparse Web tools ondersteunen je hierin. Dankzij onze enorme vastgoeddatabank aan vergelijkingspunten is geen wijk of buurt u nog onbekend en maak je het verschil met je concurrenten.

Een goede voorbereiding van je sales pitch is essentieel. Start met een vergelijkende marktanalyse uit te voeren, dit helpt je om een realistische vraagprijs te bepalen van het huis of het appartement.

De functionaliteit 'slim zoeken' in ImmoParse Web laat je toe snel vergelijkingspunten te vinden. De gevonden vergelijkingspunten kan je bewaren in een lijst of afdrukken om te presenteren aan je prospect. Het is bewezen dat deze vergelijkingspunten je prospect snel inzicht geven in wat een realistische prijs is.

Door een schattingsverslag na te laten bij je prospect, vergroot je ook je zichtbaarheid na je bezoek en sales pitch. Het schattingsverslag wordt namelijk vaak door je prospect bekeken alvorens de bemiddelingsopdracht je toevertrouwd wordt. Mogelijks wordt jouw schatting vergeleken met deze van je concurrenten.

Ook hier moet je dus het onderscheid kunnen maken door je expertise te demonsteren! Dankzij ImmoParse Web kan je in minder dan 10 minuten een professioneel schattingsverslag in jouw huisstijl opmaken. Zo toon je ook efficiënt jouw expertise in het schattingsverslag. Bovendien genereer je met onze schattingstool automatisch een geschatte waarde als een tweede mening over jouw expertise. Handig, nietwaar?

# Slot

Klaar om je succes in de vastgoedwereld naar nieuwe hoogten te tillen en je omzet te laten groeien? Het antwoord is simpel: integreer onze schattingswidget op jouw website! Potentiële klanten die hun huis of appartement willen verkopen, verlangen naar een eenvoudige, maar accurate schatting. Met onze schattingswidget kunnen ze dit in slechts 3 eenvoudige stappen bereiken!

Dankzij jouw doeltreffende marketingcampagne verzamel je zo hoogwaardige seller leads. Met jouw expertise en de ImmoParse Web vergelijkingspunten en schattingstool, overtuig je jouw prospects tijdens je salespitch. Het resultaat? Een aanzienlijke toename van je bemiddelingsopdrachten en omzet!

De schattingswidget is inbegrepen in de formules PRO en ENTERPRISE van ImmoParse Web. Het is tijd om jouw vastgoedambities verder waar te maken. Kies voor de ImmoParse schattingswidget en breng je makelaarskantoor naar het volgende niveau!





https://www.immoparse.be/estimate



# SCHAT JE HUIS IN 3 STAPPEN

Schat automatisch huizen en appartementen met een prijsvork



Locatie & type

Contact

Resultaat

Postcode en gemeente

9000 Gent

Straat en nummer

Hubert Frère-Orbanlaan 360

Bus

Type goed



Huis



Appartement

Subtype

appartement

Volgende

1

Locatie & type

2

Contact

3

Resultaat

Voornaam

Jan

Familienaam

Vercouter

Email

jan.vercouter@mailmail.com

Telefoon

0481 47 23 33

Bent u de eigenaar?



Ik ben eigenaar



Ik ben geen eigenaar

Wenst u te verkopen?

Ik plan te verkopen binnen het jaar

Ik ga akkoord met de algemene voorwaarden & privacyverklaring

Terug

Schatten

1

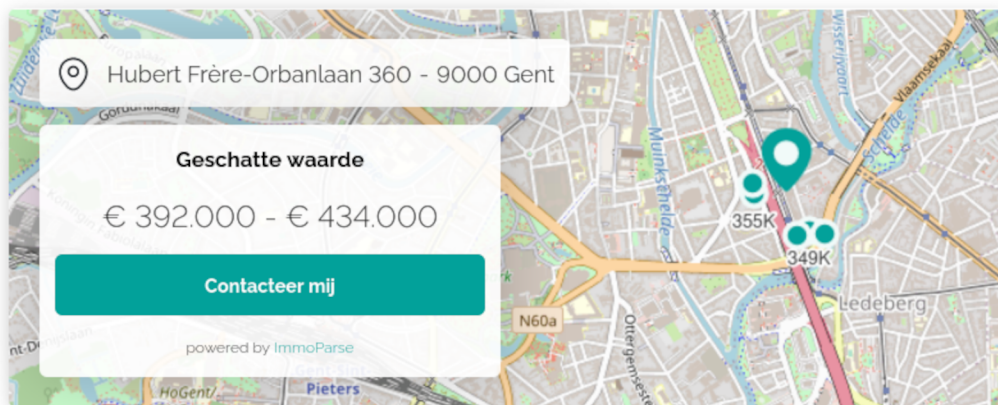
Locatie & type

2

Contact

3

Resultaat



Vloeroppervlakte ?

80 m<sup>2</sup>

Terrasoppervlakte

2 m<sup>2</sup>

Staat ?

uitstekende staat

Afwerking ?

kwalitatief

Terug

Herbereken





ImmoParse BV  
Kouterbaan 16B  
9830 Sint-Martens-Latem  
België

[www.immoparse.be](http://www.immoparse.be)  
BE 0675 742 877  
[info@immoparse.be](mailto:info@immoparse.be)