

Gert-Jan Olsthoorn in gesprek met: Harmen van Dam, directeur van NieuwWonen Nederland.

Begin februari wordt de vernieuwde website www.nieuwwonennederland.nl gelanceerd; het landelijke platform waar alle nieuwbouwprojecten worden gepresenteerd door lokale NVM Nieuwbouwspecialisten. Door de expertise van de makelaar te combineren met de slimme techniek van het NieuwWonen Platform, krijgen ontwikkelaars, gemeenten en bouwers inzicht in de wensen en eisen van de lokale woonconsument.

Kun je een korte introductie geven over wat het platform van NieuwWonen uniek maakt in de nieuwbouwsector?

Harmen: Er is in de nieuwbouwsector nu een aantal websites waar de consument zich kan inschrijven, maar er is nergens een website waar het totaaloverzicht te vinden is. Het nieuwbouwaanbod is nu gefragmenteerd, waardoor een consument veel tijd kwijt is aan struinen op internet om al het passende aanbod te vinden. Wij gaan ervoor zorgen dat je op onze website alle projecten vindt die er in Nederland zijn. Dat geldt voor de projecten die al aangeboden worden via NVM makelaars, maar we beschikken ook over data die in kaart brengt op welke plaatsen er nieuwbouw verwacht wordt. Dat maakt dat we echt een totaalaanbod laten zien en we zijn het enige platform in de nieuwbouwmarkt die dat heeft.

Gert-Jan: Wat deze website ook uniek maakt, is dat het geen platte tabel is met informatie, maar nuttige instrumenten biedt voor de makelaar. Zo wordt de interactie tussen consument en makelaar gefaciliteerd, en dat is het grote verschil met bijvoorbeeld funda.nl of nieuwbouw.nl.

Harmen: Klopt. Ons doel is om het voor de makelaar makkelijk te maken om in iedere fase van de klantreis contact te houden met de consument. Dit is noodzakelijk bij nieuwbouw, omdat het traject van oriëntatiefase tot oplevering een lange periode beslaat. We bieden instrumenten als nieuwbrieven of enquêtes om de interactie te behouden.



Hoe zorgt de website voor een optimale gebruikerservaring voor potentiële kopers?

Harmen: Het is goed om je te realiseren dat er verschillende typen consumenten zijn, met ieder hun eigen zoekgedrag. Er zijn mensen die graag beginnen bij een overzicht op een kaart, maar ook mensen die liever impressies bekijken of die eerst een vragenlijst doorlopen waarna ze gericht aanbod te zien krijgen. Dit zijn drie ingangen die wij nu faciliteren. Dat betekent dat de drie typen consumenten een funnel beginnen op de manier die bij hen past, om de woning te vinden die voldoet aan hun wensen.

Gert-Jan: We zien bij ons op kantoor ook dat de jongere generatie hele andere wensen en eisen heeft dan de mensen die al drie keer in hun leven een huis hebben gekocht. Deze laatste groep zit veel meer op de juridische details, zoals waar de erfgrens loopt. De jongere mensen focussen vooral op hoe het huis eruitziet, waar ze het openbaar vervoer kunnen vinden, of de scholen en de winkels.

Harmen: Precies, je ziet een informatiebehoefte die per persoon anders is en wat ook leidt tot ander zoekgedrag.

Gert-Jan: En dat kun je ophangen aan verschillende prijsklassen, maar ook aan verschillende locaties. Zo hebben we woningen verkocht in Transvaalkwartier, een wijk met een kwetsbare sociaaleconomische positie. Hier stelden de kopers weer hele andere vragen en overheerste vooral de dankbaarheid voor heldere informatie en de blijdschap dat ze een huis konden kopen. Bij een wijk met woningen in hogere prijsklassen zoals het Haagse Vroondaal, ligt de nadruk weer veel meer op de punten en komma's en de mitsen en maren. Als dan het totaalplaatje niet klopt, dan haken deze kopers af.

Harmen: En dat betekent voor de website ook dat het van belang is hoe je als makelaar de potentiële kopers benadert. Onze ambitie is dat we in de toekomst ook het klikgedrag van de websitebezoekers in kaart brengen, zodat we weten waar ze naar op zoek zijn en dat de informatie op de website zich daarop aanpast. We hebben nu een mooi begin door verschillende zoekingen aan te bieden.





Hoe faciliteer je de interactie tussen kopers en projectontwikkelaars?

Harmen: Zodra iemand zich aanmeldt voor een project, dus aangeeft interesse te hebben, dan worden de naw-gegevens zichtbaar voor de makelaar en kan de makelaar diegene gaan benaderen. Afhankelijk van de afspraken die de makelaar en projectontwikkelaar met elkaar maken, krijgt de projectontwikkelaar inzicht in dezelfde gegevens. We zien dat veel projectontwikkelaars hun eigen CRM-systeem hebben voor bijvoorbeeld nieuwsbrieven, enquêtes en verkoop van de woningen. Dan kan die interactie ook vanuit deze systemen gefaciliteerd worden, door de koppeling met Nieuw Wonen.

De makelaar is bij NieuwWonen altijd de tussenpersoon en dat is ook in het belang van de projectontwikkelaar. Kun je dit toelichten?

Harmen: De kracht van ons platform is de makelaar. De makelaar is permanent lokaal aanwezig, kent de mensen en kent de buurt. Bovendien is de makelaar ook actief in de bestaande bouw. Kortom: hij komt alle mensen tegen die straks nieuwbouw gaan kopen en brengt dan ook leads uit de bestaande bouw naar ons platform toe. Hierdoor krijg je als het ware een warm badje met leads, vol met geïnteresseerden voor diverse projecten in de regio. Zelfs gespecificeerd naar prijsklasse en type woning. En dat is interessant voor de projectontwikkelaar. Als hun project in dit warme badje valt, worden projecten sneller verkocht.

Gert-Jan: De mensen die bij een bepaald project dan niet gekocht hebben, blijven via de makelaar wel beschikbaar als potentiële koper voor een volgend project in de regio. De makelaar zorgt ervoor dat de leads ook warm blijven, door ze te voorzien van relevante informatie en ze continu het passende aanbod te presenteren. Ook kennen we een kwalificatie toe aan de leads van koud naar warm in de vorm van een leadscore. Dat kunnen we, omdat we de mensen volgen. Een ontwikkelaar verzamelt altijd nieuwe leads; makelaars hebben ook bestaande leads die continu aangevuld worden met nieuwe en die zetten wij graag in ten behoeve van de verkoop van de nieuwbouwprojecten.

Harmen: Mensen kopen huizen van mensen. Daar geloof ik in. Bij nieuwbouw komen er veel onzekerheden en vragen kijken; wat gaat de prijs van mijn eigen woning doen, waar gaan mijn kinderen straks naar school? Een makelaar gaat hierover met ze in gesprek en vertelt ook over zijn eigen ervaringen met de buurt en de ontwikkelingen op de lokale woningmarkt. De makelaar is de lokale expert en wordt daarin op ons platform optimaal gefaciliteerd. Hierdoor wordt de meerwaarde van die makelaar voor de consument en daarmee ook voor de ontwikkelaar sterk vergroot.

Wat zijn de kosten voor projectontwikkelaars om hun projecten op het NieuwWonen platform te plaatsen en welke return on investment kunnen zij verwachten?

Harmen: plaatsing van een project en dus exposure op het NieuwWonen-platform kost eenmalig 1000 euro. Daarnaast is er nog de mogelijkheid om te kiezen voor extra producten, zoals een projectwebsite, een digitale inschrijving of de deelname aan nieuwsbrieven of enquêtes. De conversie op ons platform is hoog. De kosten van een projectplaatsing zijn vergelijkbaar met die van een eenmalige advertentie in de krant. De exposure in een dagblad is echter van korte duur en die van de projectplaatsing op het platform is blijvend. Bovendien bereik je via de krant wel een grote groep mensen, maar een groot deel hiervan is niet op zoek naar nieuwbouw. Ook merken we dat degenen die reageren koude leads zijn, met een kleine slagingskans tot kopen. Op het NieuwWonen-platform komen zoekers die specifiek in nieuwbouw geïnteresseerd zijn. Je kunt als projectontwikkelaar bij ons dus rekenen op een heel warme doelgroep.

Hoe speelt het platform in op de huidige trends en ontwikkelingen in de nieuwbouwmarkt?

Gert-Jan: Duurzaamheid is nog altijd een groot thema. Op de website is terug te vinden wat duurzaam wonen precies betekent en wat de voordelen zijn van nieuwbouw op dit gebied. Ook lees je op de site relevant nieuws over de woningmarkt: wat er lokaal speelt, maar ook financiële zaken, zoals de verhoogde leennormen voor duurzame woningen. Wat mensen ook belangrijk vinden, is dat ze alle informatie op één plek kunnen vinden.

Harmen: NieuwWonen is dan ook een one-stop-shop. Je vindt bij ons niet alleen het huis, maar ook alle antwoorden op de vragen die verderop in het proces naar voren komen. Weet je of je deze woning kunt betalen? Wat is je huidige woning waard? Waar kun je terecht voor een taxatie? Hoe ziet de buurt eruit? En deze gepresenteerde informatie is slechts een eerste stap, want de consumenten kunnen via de makelaar daadwerkelijk door een vertrouwde adviseur meegenomen worden in hun reis. In tegenstelling tot andere websites, word je op ons platform op weg geholpen door de hele klantreis heen.

Gert-Jan: In de huidige markt gaan huizen niet meer als zoete broodjes over de toonbank. Het is lastiger om een koper te vinden voor een nieuwbouwwoning, waardoor de rol van marketing en de rol van de lokaal betrokken makelaar groter wordt. Daarom is het veel logischer om als projectontwikkelaar te investeren in een plaatsing op deze site, dan in dure advertenties in lokale media. Niet alleen door de database met leads maar ook doordat deze website een goede SEO-strategie hanteert, bereik je direct een veel gerichtere doelgroep met potentiële kopers.



Welke rol speelt data-analyse op het platform en hoe kunnen projectontwikkelaars deze informatie gebruiken om hun strategieën te verbeteren?

Harmen: Dat werkt twee kanten op. Richting consument toon je data en content over de nieuwbouwprojecten en help je ze om een passende woning te vinden. En richting de ontwikkelaar breng je vervolgens dat zoekgedrag van de consument in kaart, zodat inzichtelijk wordt wat de vraag vanuit de markt is.

Gert-Jan: Wij volgen als nieuwbouwspecialist alle ontwikkelingen op de nieuwbouwmarkt, die analyseren we en uiteindelijk kunnen we daar als makelaar onze rapportages en nieuwbouwadviezen richting projectontwikkelaars op baseren.

Harmen: Mailadressen verzamelen is niet zo'n kunst, dat kan iedereen. Maar in kaart brengen voor een ontwikkelaar: wie worden nu die 20 kopers? Dat snapt de makelaar, want die kent die mensen. Ons platform kan een leadscore toekennen aan de gebruikers op basis van activiteit op de site. En heeft iemand aan tafel gezeten bij de makelaar, dan weet je exact waar je aan toe bent!

Sneak preview? De vernieuwde website www.nieuwwonennederland.nl gaat live op 6 februari en is dan te bekijken voor ontwikkelaars en makelaars. Voor de consument wordt het platform later gelanceerd. Ontvang je deze rapportage via de mail? Dan sturen we je een link als de site te bekijken is.