

Meer Online Bezichtigingen & Sneller Verkopen



WWW.HUISPROMOTIE.NL

Praktische tips om je huis te verkopen



www.Huispromotie.nl

Inleiding

De kennis die wij bij Huispromotie in de jaren vergaard hebben, hebben onze ogen geopend. Want wat kwamen we veel huizen tegen die al maandenlang te koop stonden.

We kwamen er achter dat dit vaak huisverkopers zijn die:

- Al maanden een dubbele hypotheek en dus dubbele maandlasten hebben;
- Een nieuwe baan hebben en nu dagelijks meer dan 200km moeten reizen;
- Hun hypotheek niet meer kunnen betalen en elke maand dieper in de schulden raken;
- Heel graag hun droomhuis willen kopen maar domweg niet kunnen verhuizen.

We hebben in de afgelopen jaren meer dan 400 makelaars en huiseigenaren met de online promotie mogen helpen. We ontdekten in deze contacten dat:

- Makelaars NIET gespecialiseerd zijn in promotie;
- De huidige verkoopmethode PASSIEF is;
- Snelle verkoop voor de juiste prijs ACTIEVE promotie vereist;
- Je ZELF actie zult moeten ondernemen voor maximaal rendement;
- Je expertise nodig hebt om een huis EFFECTIEF op het internet te promoten.

Ontbrekende promotie-specialisatie bij makelaars

Je zult misschien denken dat makelaars gespecialiseerd zijn in het promoten van huizen, maar niets is minder waar. Waar makelaars wél heel goed in zijn is het begeleiden van de koop of verkoop van een huis. Zij hebben veel kennis van de waardebeoordeling van een huis, ze weten waar je om moet denken als je een huis koopt of verkoopt en kunnen goed bemiddelen bij de overdracht.

Wij zagen dat zij veel minder goed zijn in de promotie van huizen - en in de meeste gevallen helemaal niet. Dit gebeurt namelijk nog altijd door de huizen simpelweg in hun eigen etalage onder de aandacht te brengen – fysiek of online – en Funda.nl in te schakelen.

De huidige verkoopmethode is passief

We konden maar één ding concluderen; de huidige verkoopmethode is passief. Wat de meeste verkopers en makelaars in feite doen is wachten totdat de koper zich meldt. Dit is passieve huizenmarketing. De verkoper laat de koper naar hem zoeken.

De transformatie naar actieve promotie maken

Stel je nou eens voor dat je het omdraait. Dat je als verkoper op zoek gaat naar de koper. Wat je dan doet is het proces van verkopen versnellen. Je past actieve huizenmarketing toe.

Doordat makelaars veel huizen te koop hebben staan, zullen zij niet snel – specifiek voor jouw huis – extra promotie gaan doen om op zoek te gaan naar

een koper. Makelaars hebben het druk genoeg met de eerder genoemde taken, waar zij wél goed in zijn...

Zelf actie ondernemen

Het komt er dus op neer dat als je je huis sneller wilt verkopen, je zelf actie moet gaan ondernemen om op zoek te gaan naar de koper.

Maar waar moet je beginnen?

Je zult de eerste niet zijn die zijn huis al meerdere keren op Facebook of Twitter heeft gedeeld met vrienden en bekenden. Je moet echter veel geluk hebben wil een potentiële koper zich juist in die groep mensen bevinden.

Je hebt promotie expertise nodig

Met het lezen van dit boek leer je hoe je zelf je huis sneller en voor de juiste prijs kunt verkopen. Daardoor wordt je minder afhankelijk van je makelaar. Of je kiest er zelfs voor om alles in eigen handen te nemen. Vergeet dan niet dat dit boek uitsluitend over de promotie gaat, en dat je de taken waar een makelaar wél goed in is, op een andere manier ondervangt.

Veel succes met de verkoop van jouw huis!

Team Huispromotie.

Inhoudsopgave

1. De juiste makelaar kiezen 5

1.1 In 6 (lastige?) stappen je huis zelf verkopen	5
1.2 Wel een makelaar? Dit kan hij voor je doen	8
1.3 De keuze voor een online makelaar	9
1.4 De keuze voor een fysieke makelaar	11
1.5 Hoe is je makelaar tijdens een bezichtiging?	13
1.6 Als je voor een lokale makelaar kiest	14

2. Zorg voor een goede eerste indruk 16

2.1 Een afbeelding zegt meer dan duizend woorden	16
2.2 Wat verkoopstyling met je huis kan doen	22
2.3 Een verleidelijke advertentietekst opzetten	24
2.4 Wij mensen zijn gek op bewegende beelden	25
2.5 Laat potentiële kopers het huis alvast inrichten	27
2.6 Alles draait om geld (of toch niet?)	29
2.7 Waar moet je de makelaar op controleren	31

3. Zo haal je het maximale uit Funda 34

3.1 Wordt vaker gevonden in de Funda zoekresultaten	34
3.2 Trucjes om op te vallen tussen duizenden huizen	36
3.3 Er is meer dan Funda	38

4. De Open Huizen Dag – en elke andere bezichtiging 41

4.1 Hoe krijg je potentiële kopers op de Open Huizen Dag?	41
4.2 Hoe zorg je dat bezichtigingen ook resulteren in biedingen?	42
4.3 Het begeleiden van kijkers	44
4.4 De informatieplicht die je als huisverkoper hebt	45
4.5 Deze 9 checklisten gebruikt de kijker van je huis	46

5. Zet social media effectief in ter promotie van jouw huis 50

5.1 Gratis promoten via Facebook	50
5.2 Een Facebook-handigheid die je veel tijd bespaart	53
5.3 Betaald promoten op Facebook	55
5.4 Inspiratie voor berichten op social media	64

6. Hoe je de grootste zoekmachine ter wereld inzet 68

6.1 Promoten via Google	68
6.2 De daadwerkelijke advertentie maken	71

7. Bedankt 74

Bonus 1: Huispromotie Video Trainingen 75

Bijlage 1: Koopovereenkomst woning 76

1. De juiste makelaar kiezen

Aangezien de keuze voor een makelaar vaak allesbepalend is bij de verkoop van een woning, hebben wij besloten om met dit onderwerp te beginnen. De vraag die meteen al naar voren komt is hoeveel jij zelf wilt gaan doen tijdens het verkoopproces. Door zaken zelf te regelen kun je namelijk veel kosten besparen, maar daartegenover staat wel dat je bereid moet zijn om veel tijd en energie in de verkoop te steken. Daarnaast moet je ook over bepaalde vaardigheden beschikken om dit zelf te kunnen doen.

In dit hoofdstuk lees je waar je rekening mee moet houden bij het uitzoeken van een makelaar. In feite heb je de keuze uit drie opties, namelijk:

1. Zelf als makelaar optreden

Er zijn mensen die helemaal op eigen houtje hun huis verkopen. Natuurlijk moet je dan wel precies weten wat je moet doen en welke regels van toepassing zijn. Het maken van een fout kan immers je hele leven blijven achtervolgen, aangezien de financiële gevolgen erg groot kunnen zijn. Daartegenover staat echter dat je veel kosten kan besparen als je weet wat je doet.

2. Online makelaar

Als je zelf je huis wilt verkopen maar toch professionele ondersteuning wilt, dan is de online makelaar een geschikte optie. Online makelaars nemen de zaken uit handen die je zelf niet kan regelen. Tegenwoordig kiezen steeds meer mensen voor deze methode.

3. Fysieke makelaar

Naast de online makelaar kan men ook terecht bij traditionele makelaar. Het geeft veel mensen nog altijd een prettig gevoel om fysiek contact te hebben met een deskundige. Een belangrijk verschil echter is het prijskaartje dat aan een makelaarskantoor hangt. De kosten van een makelaarskantoor vallen vaak een stuk hoger uit dan de kosten van een online makelaar.

1.1 In 6 (lastige?) stappen je huis zelf verkopen

Net als een boekhouder kan een makelaar jou veel geld gaan kosten. Maar in het geval van een goede boekhouder verdient hij zichzelf vaak terug. Geldt dat ook voor een makelaar? Of kan je het toch beter zelf gaan doen als je er toch de tijd voor hebt?

Als je van plan bent je huis zelf te verkopen, dan spaar je daar nogal wat geld mee uit. Tenminste, dat is de gedachte. Maar is het gevaar dat je er juist geld bij inschiet niet levensgroot aanwezig? Onze conclusie is dat als je er voldoende tijd en aandacht aan besteedt, het wel te doen is. Mits je het zelf ook ziet zitten natuurlijk, want er komt nogal wat bij kijken.

Even vlug-vlug is er zeker niet bij. Je mist de jarenlange ervaring van een makelaar, dus alles gaat gewoon langzamer dan wanneer een makelaar dit voor

jou zou doen. En mocht het wel snel gaan met de verkoop, dan gaat het weer langzamer met de zaken die geregeld moeten worden. Je zult soms bedenken- en overlegtijd moeten hebben.

Eén ding: Een notaris heb je altijd nodig. Hoe dan ook.

1. Wat is je huis waard?

De eerste stap die je moet nemen om je huis zelf te verkopen is het bepalen van de waarde van je woning. Dit kun je eenvoudig doen door te kijken naar soortgelijke huizen in de buurt. Indien je woning unieke eigenschappen heeft doormiddel van een verbouwing of een lap grond, dan is het verstandig om een taxateur in the schakelen.

Wanneer de waarde van je woning is vastgesteld, dan reken je ongeveer 10% van de prijs erbij op voor de kosten koper. Verder is het goed om een onderhandelings-marge van 5% te reserveren. Het is nou eenmaal zo dat hoe groter de bedragen zijn, hoe meer er van de vraagprijs eraf gaat bij een bod. Verhoog de onderhandelings-marge daarom niet meer dan met 5 procent, want anders kan de prijs geïnteresseerden afschrikken.

2. Welke promotie middelen?

De tweede stap is het bedenken van hoe je jouw huis gaat verkopen. Het eerste wat veel potentiële kopers doen is een kijkje nemen op internet. Wees daarin dan ook actief. Je kunt op verschillende websites advertenties aanmaken (Google maar eens). Verder kun je natuurlijk social media inzetten zoals Facebook en twitter.



Zet social media in om je huis te promoten

Je kunt ook overwegen om offline in een dagblad of huizenkrant te adverteren. Of een advertentie op te hangen in de supermarkt om de hoek.

3. Welk promotie materiaal gebruik je?

Om jouw woning zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor potentiële kopers, zal het gepromoot moeten worden. En dat brengt ons bij de derde stap, namelijk welke promotiemateriaal te gebruiken? Kopers hechten veel waarde aan foto's van de interieur en exterieur van een woning. Als je van plan bent om zelf foto's te maken, zorg er dan voor dat je huis goed uit de verf komt. Foto's van een opgeruimde en ruimtelijke kamer, hal, keuken of tuin doen het beter dan rommelige foto's. Je kan eventueel ook een filmpje maken van je woning als je

goed bent met een camera. Is dat niet het geval, overweeg dan om een professionele fotograaf/filmer in te huren.

Verder is het van groot belang om een goede verkooptekst te (laten) schrijven. Bestudeer andere verkoopteksten om te zien welke stijlen er zijn en zorg dat jouw tekst een volledige beschrijving is. Laat je tekst altijd door iemand checken op spelling en grammatica.

Ben je er nog bij? Niemand zei dat je huis zelf verkopen makkelijk was!

4. Geïnteresseerden te woord staan

Stap 4. Als je dan goed gepromoot hebt met je huis en je reacties ontvangt van geïnteresseerden, is het de zaak om hen te woord te staan. Beantwoord vragen via de telefoon, via de mail en nodig ze uit om te komen kijken.

Bij een bezichtiging is het belangrijk dat het huis er netjes en opgeruimd bij staat. Zorg er eventueel voor dat de kinderen en huisdieren tijdelijk even ergens anders verblijven, zodat geïnteresseerden het huis op hun gemak kunnen bezichtigen. Wees je zelf en beantwoord rustig alle vragen. Als je iets niet weet, belooft dat je het uit zal zoeken wat je ook daadwerkelijk doet!

Laat de bezoekers ook even op hun gemak het huis alleen bekijken, zit ze niet constant dicht op de huid.

5. Hoe te onderhandelen?

Als er iemand een bod gedaan heeft op het huis dan zijn we beland bij stap 5, oftewel het onderhandelen. Er zijn tal van tactieken te bedenken om onderhandelingen te voeren. Het belangrijkste hierbij is dat jij voor jezelf een bodemprijs in gedachten hebt.

Biedt er iemand boven je bodemprijs? Het is gebruikelijk om nog een tegenbod te doen, maar dan moet het wel om meer dan duizend euro verschil gaan. Anders is het risico te groot om de bieder te verliezen.

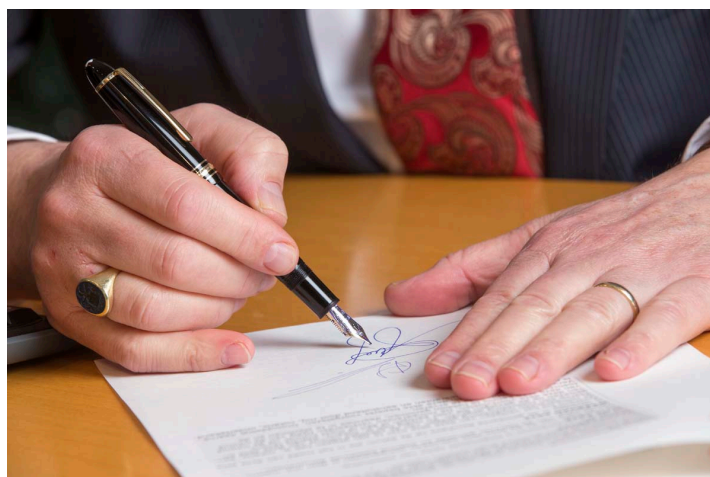
Let op! Een (slimme) bieder zal nooit gelijk het achterste van zijn tong laten zien. Dus meestal is er nog best wat onderhandelingsruimte.

Besprek de bedragen altijd met anderen die niet emotioneel betrokken zijn bij je huis. Dit kan je helpen om rationeel te onderhandelen.

6. Hoe werk je samen met een notaris?

Als je het over een prijs eens bent geworden volgt uiteindelijk stap 6. Het is nu tijd voor de onontkoombare notaris. De kosten hiervoor zitten verwerkt in de kosten koper. Als je zeker wilt weten dat dit goed is geregeld, doe het dan zelf en laat het niet over aan de tegenpartij.

De notaris handelt de juridische zaken van de verkoop af. Ook zal in de bijzijn van de notaris de koopovereenkomst en akte van levering ondertekend worden door beide partijen.



Een notaris heb je in alle gevallen nodig

Deze koopovereenkomst kun je trouwens ook zelf opstellen in plaats van de notaris. Er zijn hiervoor templates te vinden op internet. Zie in bijlage 1 de koopovereenkomst die Vereniging Eigen huis op het internet heeft staan. Echter moet de kopende partij het hier wel mee eens zijn. Jullie zullen het beiden moeten ondertekenen en dan naar de notaris versturen.

De acte van levering kan alleen door een notaris opgesteld worden. Hij zorgt er daarmee voor dat de overdracht van het eigendom van de woning juridisch afgehandeld is.

Je kunt voor dit officiële gedeelte van de overdracht van het huis ook een bureau inschakelen. Dan weet je zeker dat dit gedeelte goed gaat en je er achteraf geen gedoe mee krijgt. Dit is nog steeds altijd goedkoper dan een makelaar.

Je huis zelf verkopen nog steeds een goed idee?

Tot aan de laatste stap (stap 6) is er niet veel wat er mis kan gaan. Je kunt altijd nog zeggen dat de hele verkoop niet door kan gaan. Er is nog niets getekend.

Aan de laatste stap zijn de meeste risico's verbonden. De vraag is of je voor een paar honderd euro dat risico wilt lopen. Wij zouden het vermijden...

Tenslotte is het verstandig een kostenraming op te vragen bij verschillende makelaars en de kosten van het zelf doen tegen elkaar af te zetten. Baseer de keuze om het zelf te doen op feiten, niet op gevoel.

1.2 Wel een makelaar? Dit kan hij voor je doen

Of je voor een online makelaar kiest of voor een fysieke makelaar, als je een makelaar inschakelt is het belangrijk om van tevoren te bedenken waar jij ondersteuning bij nodig hebt. Op deze manier wordt het kiezen van een makelaar al een stuk eenvoudiger.

De diensten die een makelaar voor je kan doen bestaan in grote lijnen uit de volgende onderdelen:

- De juiste vraagprijs bepalen
- De promotie van het huis
- Onderhandelingen
- Verkoopcontract opstellen
- Ondersteuning bij de notaris

Uit dit rijtje zou je al een begin kunnen maken met de keuze of je gedeelten eventueel zelf gaat doen of juist niet. Daarom gaan we nu snel verder met de verschillen tussen een online makelaar en een fysieke makelaar, om de keuze nog beter onderbouwd te kunnen gaan maken.

1.3 De keuze voor een online makelaar

Het inschakelen van een online makelaar is steeds populairder aan het worden op de woningmarkt vanwege de verschillende voordelen die een online makelaar heeft ten opzichte van een fysieke makelaarskantoor. Het grootste voordeel is misschien wel het kostenplaatje, aangezien een online makelaar jou duizenden euro's kan besparen. Hierdoor kiezen steeds meer mensen voor een online makelaar.

Dit zijn de grootste voordelen die je van een online makelaar hebt:

- Scherp tarief
- Alleen ondersteuning waar nodig
- Flexibele dienstverlening
- Afspraken over de bezichtigingen
- Promotiemateriaal wordt geregeld
- Makelaar van deze tijd
- Onderhandelingen worden voor je gedaan
- Verzorgen van het papierwerk voor de notaris

Kosten van een online makelaar

Misschien is het grootste voordeel van een online makelaar de aantrekkelijke tarieven. De afgelopen jaren zijn er steeds meer online makelaars op de markt gekomen, waardoor er onderling steeds meer concurrentie is ontstaan. Voor huisverkopers is dat alleen maar gunstig, aangezien de prijzen hierdoor steeds verder omlaag gaan.

Er zijn online makelaars die al vanaf €350,- de belangrijkste makelaars activiteiten voor jou uit handen neemt, waaronder het huis online te koop aanbieden. De kosten variëren per online makelaarskantoor, maar liggen gemiddeld tussen de €350,- en de €1200,-. Je kunt online heel gemakkelijk de verschillende online makelaars met elkaar vergelijken.



Eerst goed vergelijken voordat je geld aan een online makelaar uitgeeft

Hoe kies je de juiste online makelaar

Het kiezen van een online makelaar is een lastige keuze. Vaak heb je met een online makelaarskantoor geen fysiek contact. Dit betekent dat je niet blindelings moet afgaan op de tarieven, maar eerst op onderzoek uit moet gaan. Je wilt voorkomen dat je een verkeerde makelaarskantoor kiest met de risico dat jouw woning over twee jaar nog te koop staat.

Een aantal zaken waar je rekening mee dient te houden voordat je een keuze gaat maken voor een online makelaar zijn:

- Bekijk de website van de makelaar
- Hoe ziet de website eruit?
- Worden de huizen goed gepresenteerd en komt de online makelaar professioneel over?
- Bekijk wat voor huizen de makelaar in zijn portefeuille heeft
- Past jouw huis in het portefeuille van de desbetreffende online makelaar?
- Komt de vraagprijs gemiddeld overeen met de huizen in de portefeuille?
- Hoeveel woningen heeft de makelaar op dit moment in zijn portefeuille?
- Bekijk hoeveel huizen er op dit moment in de portefeuille staan en wat de gemiddelde verkoopsnelheid van de huizen is.
- Kijk kritisch naar de wijze waarop de huidige huizen worden aangeboden en of je dit goed vindt
- Hoe actief is de online makelaar op de lokale markt?
- Hebben ze ook ervaring in jouw omgeving? Kennis van de lokale markt kan helpen om het huis sneller te verkopen.
- Hoeveel huizen heeft het makelaarskantoor verkocht?

Veel van deze zaken kun je op funda.nl bij het betreffende kantoor zien of je kan het vragen aan het makelaarskantoor zelf.

Nadat je meerdere online makelaars met elkaar hebt vergeleken, maak je een lijst van online makelaars waar je een goed gevoel bij hebt. Je kan een online makelaar vaak bellen of per e-mail bereiken.

Je zult ongetwijfeld ook vragen hebben voor het online makelaarskantoor. Schrijf deze vragen op en stel ze tijdens het gesprek. Het kiezen van een makelaarskantoor is een belangrijke keuze. Neem hier de tijd voor en laat je

goed informeren. Het internet kan je een eind op weg helpen om veel relevante informatie over het online makelaarskantoor te vinden.

Wat doet een online makelaar?

Een online makelaar doet eigenlijk niet veel anders dan een fysieke makelaarskantoor. In de afgelopen jaren zijn de online makelaars erg populair geworden. Dit komt mede door het feit dat het oriëntatieproces begint op het internet. Het is niet meer nodig om naar een fysiek makelaarskantoor te gaan om huizen te bekijken. Dit gebeurt op het internet en internetmakelaars hebben hier op ingespeeld.

De diensten van een online makelaarskantoor bestaan vaak uit:

- Plaatsing van het huis op sites zoals Funda.nl en Jaap.nl
- Bepaling van de verkoopprijs
- Te koop bord maken voor op het raam
- Afspraken maken voor de bezichtigingen
- Onderhandelingen
- Opstellen koopovereenkomst
- Verzorgen papierwerk voor de notaris

Waar moet ik opletten bij een online makelaar?

Vaak is het verstandig om te kiezen voor een online makelaar die is aangesloten bij een brancheorganisatie, zoals de NVM, VastgoedPro of VBO. De branches hanteren scherpe regels voor de makelaars. Op deze wijze heb je een stuk meer zekerheid.

Hiernaast dien je nog te letten op de volgende punten:

- Zijn de genoemde bedragen inclusief of exclusief BTW?
- Zijn er ook opstartkosten?
- Welke werkzaamheden worden er verricht voor de courtage?
- Welke marketingactiviteiten worden verricht?
- Zijn er ook intrekkingkosten?
- Heb je alle kosten inzichtelijk?

1.4 De keuze voor een fysieke makelaar

Met jouw gekozen makelaar moet je als het ware een team gaan vormen. Dit verhoogt simpelweg je verkoopkansen. Het gaat niet om kleingeld, dus wees hier erg kritisch in. Kies dus niet een makelaar enkel op basis van de hoogste geadviseerde vraagprijs of omdat hij toevallig om de hoek zit. Kijk vooral naar wat zijn of haar werkwijze is.

Maar hoe?

Nu denk je misschien; ja, maar ik ben toch geen makelaar? Hoe weet ik nu wat de beste werkwijze is? Hier kun je achter komen door de juiste vragen te stellen en positief kritisch te zijn. We hebben 10 vragen voor je op een rijtje gezet met zaken waarop je zou moeten letten:

1. Onderscheidend

Hoe onderscheidt de makelaar zich van andere makelaars? En kan hij daarin een paar concrete voorbeelden van geven?

2. Verkoopplan

Wat is het verkoopplan van de makelaar? (Er vanuit gaande dat hij er een heeft, want een makelaar zonder verkoopplan raden wij ten zeerste af) Kan de makelaar jou stap voor stap uitleggen wat de strategie wordt? Komt er alleen een verkoopbord voor het raam en een vermelding op Funda of kijkt hij verder?

3. Marketingplan

Heeft de makelaar een marketingplan? Denkt hij na over de doelgroep van je huis om deze vervolgens heel gericht te banderen?

4. Social media

Is hij van plan social media kanalen in te zetten en zo ja, welk en hoe?

5. Vooronderzoek

Heeft de makelaar een goed vooronderzoek gedaan voor jouw woning? Denk daarbij aan vergelijkbare woningen die te koop staan en hoe de prijzen de afgelopen jaren in jullie omgeving zijn gestegen, gedaald of gelijk gebleven.



Zet jouw makelaar zich voor de volle 100% in?

6. Sterke punten

Kan hij de sterke punten van jouw huis benoemen en verwerkt hij die ook in zijn promotie materiaal, zoals op Funda, in brochures en op zijn eigen website? Kan hij jouw huis als een pareltje presenteren?

7. Presentatie

Hoe presenteert de makelaar de huizen in zijn huidige portfolio? Zijn de foto's van deze woningen van hoge kwaliteit, en presenteert hij ze met wervende teksten die uitnodigen en uitgebreid zijn? Maakt hij ook gebruik van 360 graden foto's, plattegronden en video's?

8. Aandacht

Neemt hij alle tijd voor je? Je kunt er rustig vanuit gaan dat een goed intake gesprek toch al snel zo'n 1,5 tot 2 uur duurt.

9. Jouw gevoel

Hoe is jouw gevoel bij deze makelaar? Je zult vaker contact met hem moeten hebben en je moet op hem kunnen vertrouwen. Dat hij vooral in jouw voordeel denkt in niet in zijn eigen. Ook is het handig dat de makelaar prettig in de omgang is.

10. Communicatie

Hoe communiceert hij? Komt hij zijn afspraken na, houdt hij jou goed op de hoogte en is hij op tijd bij afspraken? Vooral het laatste is een goede indicator, want als hij te laat komt heb je grote kans dat hij tijdens een verkoop ook te laat komt of pas laat wat van zich laat horen.

1.5 Hoe is je makelaar tijdens een bezichtiging?

Als laatste willen we je nog adviseren om er achter te komen hoe een makelaar zich presenteert bij een bezichtiging. Een bezichtiging is namelijk een belangrijk punt in de verkoop. Op dat punt heeft een kijker namelijk al de moeite genomen om vanachter Funda weg te komen en tijd te investeren in jouw woning.

Plan een afspraak in met twee of drie verschillende makelaars, die jij wel als makelaar zou willen hebben, om een huis uit hun portfolio te bezichtigen. Observeer de aanpak van de verschillende makelaars tijdens de rondleiding door de woning.

Deze aanpak zal hoogstwaarschijnlijk dezelfde aanpak zijn waarop de makelaar straks jouw kijkers zal rondleiden door jouw woning. Je kunt dan zelf ondervinden of je een goed gevoel krijgt bij elke specifieke makelaar.

Is hij bijvoorbeeld:

- Goed geïnformeerd over de woning? Wist hij op veel vragen een duidelijk antwoord te geven?
- Prettig aanwezig tijdens de rondleiding?
- Heel erg nonchalant of juist opdringerig?

Zomaar een aantal zaken die er voor kunnen zorgen dat de verkoop wel of niet doorgaat.

Vaak is het verstandig om te kiezen voor een makelaarskantoor dat is aangesloten bij een brancheorganisatie, zoals de NVM, VastgoedPro of VBO. Deze branches hanteren scherpe regels voor de makelaars. Op deze wijze heb je een stuk meer zekerheid. Hiernaast dien je nog te letten op de volgende punten:

- Zijn de genoemde bedragen inclusief of exclusief BTW?
- Zijn er ook opstartkosten?
- Welke werkzaamheden worden er verricht voor de courtage?

- Welke marketingactiviteiten worden verricht?
- Zijn er ook intrekkingskosten?
- Heb je alle kosten inzichtelijk?

De reden dat wij de bovengenoemde punten benoemen is omdat fysieke makelaars niet altijd een overzichtelijke website hebben waarin dit helder naar voren komt. En als het niet wordt benoemd, is het voor jou als non-specialist niet makkelijk om te bedenken wat er allemaal voor makelaarskosten bijkomen. Zorg er dus voor dat je achteraf niet voor verrassingen komt te staan.



Is jouw makelaar online ook optimaal aanwezig?

1.6 Als je voor een lokale makelaar kiest

De meeste huisverkopers kiezen voor een lokale verkoopmakelaar. Vaak is het aan te raden om een makelaarskantoor in te schakelen die bekend is met de locatie. Een lokale makelaar kent de markt en weet vaak goed wat er speelt in omgeving. Deze aspecten zijn van belang om de juiste vraagprijs te bepalen. Een bijkomend voordeel is dat de lokale verkoopmakelaar al bekend is met andere kopers en verkopers. Een lokale verkoopmakelaar heeft dus al een portfolio van potentiële kopers.

Voordat je op een lokale makelaar afstapt is het handig om online even wat vooronderzoek te doen. Dit kan je een hoop tijd schelen. Als hierbij een bepaalde makelaar dan al afvalt, hoeft je die niet meer te benaderen.

Aandachtspunten bij het online zoeken naar een fysieke makelaar:

- Bekijk de website van de makelaar
- Bekijk wat voor huizen de makelaar in het portefeuille heeft

- Bekijk of jouw huis hier ook tussen past
- Hoeveel huizen heeft de makelaar op dit moment in zijn portefeuille
- Hoe actief is de makelaar in jouw buurt
- Doet de makelaar alles zelf of doet iemand anders de bezichtigingen?
- Hoeveel huizen heeft het makelaarskantoor verkocht? (Dit kan je op Funda.nl bij het betreffende kantoor zien)
- Vergelijk de tarieven met andere makelaarskantoren

Welke makelaar je ook kiest, het is altijd een goed idee om online wat vooronderzoek te doen. Ook is het verstandig met meerdere makelaars een praatje te maken om te zien wat voor vlees je in de kuip hebt. Vergeet niet dat de juiste makelaar het verschil kan maken in duizenden euro's en een snellere verkoop.

2. Zorg voor een goede eerste indruk

Voor zowel de online advertentie als voor een bezichtiging geldt dat de eerste indruk het belangrijkste is. Jij hebt voor een groot deel in de hand wat de eerste indruk voor potentiële kopers zal zijn. Hoe jij een goede eerste indruk maakt, vertellen we jou in dit hoofdstuk. Foto's spelen hierbij een belangrijke rol, want zoals het spreekwoord luidt: Een afbeelding zegt meer dan duizend woorden.

2.1 Een afbeelding zegt meer dan duizend woorden

We trappen af met het maken van foto's, aangezien goede foto's veel invloed hebben op een advertentie. Maar wat zijn nou goede foto's? Is het een kwestie van smaak? Als dat zo was, dan zouden er geen goede en slechte foto's bestaan. Gelukkig zijn er bewezen technieken die ervoor kunnen zorgen dat een foto beter tot zijn recht komt. Om dit te bereiken gaan we een aantal stappen doornemen om overtuigende foto's te maken die de kijker als het ware het huis 'in trekt'.

Stap 1: Het huis voorbereiden op fotograferen

Je zou kunnen zeggen dat als je het huis klaar maakt voor goede foto's, je het huis ook gelijk klaar maakt voor een bezichtiging. In feite doe je dezelfde dingen, namelijk je ruimt op en maakt het huis toonbaar. Je wilt het huis zo presenteren dat hij er op zijn mooist bij staat. Dit kun je doen door een grondige schoonmaakbeurt te houden en goed op te ruimen. Het is verstandig om dit te doen voordat je huis te koop komt te staan.

Je kunt wel stellen dat als je de voorbereiding voor de foto's grondig doet, je én mooie foto's krijgt én gelijk veel minder werk hoeft te doen voor een bezichtiging. Er van uitgaande dat de eerste bezichtiging op korte termijn plaatsvindt, is dat toch wel een hele geruststellende gedachte.



Met een opgeruimd huis krijg je echt mooiere foto's!

Stap 2: Het draait allemaal om details, details en details.

Een goed opgeruimd en schoongemaakt huis geeft meer garantie op het maken van geschikte foto's. Het is niet erg dat men kan zien dat er in het huis geleefd wordt. Je hoeft er dus niet voor te zorgen dat al jouw persoonlijke bezittingen verwijderd zijn. Toch is er wel een grens in aan te geven.

Wij zouden bijvoorbeeld al onze persoonlijke bezittingen niet op Funda willen laten zien als het gaat om foto's van kinderen en andere familieleden. Bovendien gaat het anderen niks aan wat voor 'zooi' de kinderen maken tijdens het spelen.

Zo zijn er nog meer punten te noemen. We hebben dit overzichtelijk voor jou op een rij gezet:

Opruimen van het huis

- Verwijder persoonlijke spullen zoals foto's van mensen
- Ruim rondslingerend vuile was op
- Bekijk alle ruimtes kritisch en verwijder alle 'prullaria'

Huis schoonmaken

- Alle ruimtes schoonmaken – Hal, Toilet, Woonkamer, Keuken, Slaapkamer, Douche, Zolder etc.
- Vergeet ook niet alle ramen te lappen
- Zorg dat alle bedden zijn opgemaakt

Zorg voor voldoende licht

- Zet alle gordijnen, luiken en vitrages open voor zo veel mogelijk daglicht
- Ook tussendeuren openzetten
- Zorg dat alle planten in huis er fris uitzien en koop zo nodig verse bloemen
- Zet ook de deur naar buiten open als de foto gemaakt wordt

Stap 3 Zoek de ruimte op

Soms kunnen de kleinste huizen zo worden getoond, waardoor het toch ruimtelijk lijkt. Want wat mensen in feite kopen is ruimte om in te leven. Waar je dus voor moet zorgen is dat elke ruimte in de woning groot lijkt. En je hoeft hier echt geen fotoshop trucjes voor uit te halen. Het enige wat je moet doen is zo veel mogelijk van de vloeroppervlakte laten zien.



Laat veel vloeroppervlak zien

En dit gaat natuurlijk makkelijker als het huis al opgeruimd is. Je gaat dan kansen zien om zo veel mogelijk ruimte te maken die er voorheen niet waren. We willen je dit nog duidelijker maken aan de hand van de volgende twee foto's. Je ziet in één oogopslag welke foto ruimtelijker oogt, terwijl er slechts met meubilair is geschoven. Zo simpel kan het dus zijn.

Het grappige is dat het misschien niet de meest praktische indeling is. Misschien kijk je wel veel liever vanaf de bank naar buiten omdat je daar zo van houdt. Het gaat er echter om dat de potentiële koper een beeld krijgt van hoe groot de ruimte is. Door er toch meubilair in te zetten kan hij beter inschatten hoeveel ruimte hij over houdt. De praktische indeling kan hij dan zelf in zijn hoofd maken, want die is voor iedereen immers weer anders?

Stap 4 Zoek nóg meer ruimte op!

Veel mensen hebben hun huis best vol staan met meubilair. Dit is ook niet zo gek, want vaak wordt het daar net even wat gezelliger van. Of we vinden sommige meubels zo leuk dat we er gewoonweg geen afstand van willen doen. Wat je niet moet vergeten is dat je in dit geval een ander doel voor ogen hebt en dat is om je huis zo snel mogelijk voor de juiste prijs te verkopen.

Daarbij is bijvoorbeeld de factor 'gezelligheid' een hele ongrijpbare vanwege de vele meningen die daarover kunnen ontstaan. Ga dus voor een factor die wel te beïnvloeden is: ruimtelijkheid. Zorg er dus voor dat als je weinig van de vloer kunt zien je wat meubels weghaalt. Er zijn ook hobby's die veel ruimte innemen, maar geen toegevoegde waarde hebben voor de foto's. Je kan objecten die in de weg staan het best tijdelijk verplaatsen naar de garage of zolder. Wellicht kan je ook een deel van je inboedel bij familie of kennissen stallen. Indien dat niet mogelijk is kan je eventueel overwegen om een opslagruimte te huren.



Verwijder meubels om meer vloeroppervlak te laten zien

Een andere factor is 'huisdieren'. Niet iedereen is gecharmeerd van huisdieren, dus neem het zekere voor het onzekere en haal alles wat met huisdieren te maken heeft uit het zicht. Denk hierbij aan hondenmanden, kooien van vogels, kattenbakken, krabpalen etc.

Stap 5 Gebruik de juiste techniek bij het fotograferen

Licht is een belangrijke onderdeel bij het maken van foto's en bij woningfoto's in het bijzonder. Licht kan het verschil maken tussen een geïnteresseerde potentiële koper die contact opneemt of een huizenzoeker die snel een advertentie verder klikt.

Daglicht is hierbij een goede ondersteuning, maar ook het sfeerlicht dat aanwezig is in elke ruimte kan hier aan bijdragen. Doe dit licht dus allemaal zo veel mogelijk aan. Het gebruik van een goede camera is hierbij aan te raden, het liefst met een flitser die je aan en uit kunt zetten. Er is altijd wel iemand die je kent met een goede camera, je hoeft er dus niet perse zelf een te hebben. Vaak is de eigenaar van de camera ook nog wel bereid om je te helpen. Dat is erg handig als het een camera betreft met veel mogelijkheden. De eigenaar zal ongetwijfeld verstand hebben van zijn eigen apparatuur en de bijbehorende instellingen. Schroom dus niet om zijn hulp te vragen!

Het is echt een wereld van verschil wat je met de juiste belichting kunt doen. We hebben hieronder een voorbeeld geplaatst van foto's met verschillende belichting. Oordeel zelf:



1. Onderbelicht

2. Normaal licht

3. Overbelicht

Een andere techniek die je kunt gebruiken is om zo veel mogelijk vloeroppervlak in beeld te brengen. Zoals eerder gezegd verkoopt ruimte. Ga daarom eens door de knieën of op een laag krukje zitten om te zien wat het verschil maakt. Je kunt ook meer vloeroppervlak op de gevoelige plaat krijgen door gebruik te maken van doorkijkjes. Zo kun je bijvoorbeeld vanuit de woonkamer een foto maken van de open keuken. Of kruip helemaal in de hoek van de kamer om zo diagonaal een foto van de kamer te kunnen maken.

Stap 6 Fotografeer binnenshuis op het juiste moment

We gaven in een eerdere stap al aan dat zo veel mogelijk licht wenselijk is voor een goede foto. Je kan je foto's positief beïnvloeden door te fotograferen op een zonnige dag. Voordat je een dag uitkiest om te gaan fotograferen is het aan te raden om de weersvoorspelling in de gaten te houden.. Een goede website die je daarvoor kunt gebruiken is www.knmi.nl.



Maak foto's als het buiten ook lekker licht is

Het meeste licht is er al tussen 10:00 uur en 14:00 uur. Mocht het allemaal erg slecht uitkomen, dan kun je er altijd nog voor kiezen om gebruik te maken van

bouwlampen of de foto's na bewerken op je computer. Vergeet niet dat dit een veel moeilijker combinatie zal zijn dan wanneer de natuur dit werk voor je doet.

Stap 7 Buitenom fotograferen

Als je de binnenzijde van de woning hebt gehad is nu de buitenzijde aan de beurt. Deze is minstens zo belangrijk, aangezien de buitenkant ook het eerste te zien zijn bij een bezichtiging. Kijk daarom even kritisch naar hoe de buitenkant van het huis er uit ziet. Is de gevel schoon en bladert er geen verf van de kozijnen of dakgoten af? Hoe ligt de tuin en eventueel het balkon erbij? Hier geldt hetzelfde principe als binnen, ruim daar waar nodig is op, maak alles mooi schoon en maak de tuin toonbaar.

Hieronder hebben we enkele tips op een rij gezet waarom gedacht moet worden bij het fotograferen van de buitenkant van de woning:

- Maak ramen, kozijnen en deuren goed schoon
- Bekijk het verfwerk, bladert dit af? Dan bijwerken.
- Maak foto's met zo min mogelijk obstakels
- Zorg er daarom voor dat de auto niet op de oprit staat
- Zorg voor foto's waarop de hele woning staat

Als je foto's maakt van je tuin of balkon, kan het vaak een hele andere (lees betere) indruk geven als je de tegels of stenen even schoonmaakt met een hogedrukreiniger. Deze kun je in elke bouwmarkt huren, maar misschien heeft de buurman er ook wel een staan die je kunt lenen. Voor de mooiste foto's van de buitenkant zul je ook aan het seizoen moeten denken. Zo krijg je de mooiste foto's in de lente en in de zomer. Als er een tuin aanwezig is, maak dan foto's vanuit verschillende hoeken. Ga bijvoorbeeld eerst achterin de tuin staan om een foto te nemen van de tuin samen met het huis en vervolgens vanuit de achterdeur de tuin in. Maak altijd meerdere foto's, want op het kleine schermje van je camera is het niet altijd goed te zien hoe het eindresultaat eruit zal zien.

Als laatste tip voor de buitenfotografie willen we je meegeven dat groen verkoopt. Dat wil zeggen, een levendige tuin met veel bloemen en een stukje gras geeft vaak een frissere indruk dan een tuin die helemaal vol ligt met alleen maar tegelwerk. Ook een balkon is vaak wat minder sfeervol met alleen maar beton in het zicht. Het is daarom aan te raden een paar tientjes uit te geven aan groene planten, bloeiende bloemen of bijvoorbeeld wat kunstgras.

Stap 8 Selecteer de beste foto's

Wij adviseren om zo veel mogelijk foto's te maken. Eenmaal geüpload naar de computer zie je meer details en vaak blijken de foto's er dan net even anders uit te zien dan op het camerascherm. Het is dan erg handig om wel keuze te hebben. Verder is het goed om minimaal 10 foto's bij de advertentie te zetten. Meer mag natuurlijk altijd als het iets toevoegt, maar minder eigenlijk niet.

Dit zijn de ruimtes die niet mogen ontbreken in de foto serie bij de online advertentie:

- De voorkant van de woning

- De woonkamer vanuit minimaal 2 hoeken
- De keuken
- De badkamer
- Minimaal 1 slaapkamer
- Eventuele buitenruimtes (Balkon, tuin, binnenplaats)

Het belangrijkste is dat de mooiste zaken van het huis in ieder geval getoond worden. Daarbij kun je denken aan een net nieuwe aanbouw, authentieke balken in de woonkamer of een grote tuin.

2.2 Wat verkoopstyling met je huis kan doen

Wel of geen verkoopstyling nodig om je huis te verkopen? Het blijft een lastige keus. Heb ik wel een verkoopstyling nodig? Hoe weet ik of ik een verkoopstyling nodig heb? Mijn vrienden vinden mijn huis allemaal prachtig en bovendien is verkoopstyling is hartstikke duur. Dit zijn een aantal vragen en bezwaren die een rol spelen voor de meeste huiseigenaren bij hun besluit om wel of geen verkoopstyling toe te passen. Voordat je een keus gaat maken kunnen de onderstaande tips je misschien wel op weg helpen.

De voordelen van een verkoopstyling

- Je krijgt een objectieve mening
- Je zet een expert aan het werk
- Het huis wordt verkoop klaar gemaakt
- Ook de buitenruimtes worden verkoop klaar gemaakt

Als huis verkoper heb je maar één doel en dat is het verkopen van je huis voor een goede verkoopprijs. Een verkoopstylist inschakelen is een middel om je doel werkelijkheid te maken. Het biedt echter geen garanties, maar een goede verkoopstylist zal je aanvullen en de styling zo uitvoeren zodat het in de smaak van potentiële kopers valt.

Waarom kiezen voor een verkoopstyling

Zowel huisverkopers als makelaars schakelen steeds vaker een verkoopstylist in voor een optimale woningpresentatie. Waarom? omdat verkoopstyling ervoor zorgt dat jouw huis een thuisgevoel kan creëren bij de potentiële kopers. Het komt er op neer dat het huis zo wordt ingericht, dat het aantrekkelijk is voor een breed publiek. Je geeft de potentiële kopers hiermee een goed gevoel over jouw huis, waardoor ze eerder geneigd zijn om jouw huis te kopen.



Rechts is ná verkoopstyling. Soms zie je zelf niet meer hoe het anders zou kunnen...

Een woning verkoop klaar maken

Goede promotie van jouw woning is van essentieel belang, om tot een aanvaardbare verkoopprijs te komen. Hierbij spelen goede foto's en een woningfilm een belangrijke rol. Maar wanneer de potentiële kopers al in het huis zijn is het van belang dat de woning verkoopklaar is.

Tips om je woning verkoop klaar te maken:

- Maak een overzicht van belangrijke kenmerken die de potentiële koper niet direct ziet
- Zorg ervoor dat er een goede lichtinval is en dat er vrij uitzicht naar buiten is
- Zorg voor een opgeruimd huis
- Luister goed naar de verkoopstyliste

Hoe kies je een goede verkoopstyliste

Vaak werkt een makelaarsbureau al samen met een verkoopstyliste. Je kan je makelaar altijd vragen naar advies over een verkoopstyliste. Daarnaast kan je ook altijd even Google inzetten en zelf op zoek gaan. Voordat je daadwerkelijk een keuze maakt is het aan te raden altijd een aantal verkoopstylisten met elkaar te vergelijken. Bekijk hun website met online portfolio en vraag naar de resultaten. Volg daarnaast ook altijd je eigen gevoel. Hoe komt hij/zij over? Is het iemand die echt jouw belang voorop zet? Doet het bureau wat het beloofd?

Wel of niet kiezen voor een woning styling?

Als je al verhuisd bent en je meubels staan al in je nieuwe huis, dan is het zeker aan te raden om te kiezen voor een styling. Een ingericht huis verkoopt vaak sneller dan een huis zonder meubels. Wel of geen verkoopstyling nodig om je huis te verkopen? Het blijft een lastige keus. Vaak is het wel een investering die zich uitbetaald.

2.3 Een verleidelijke advertentietekst opzetten

Een goede advertentietekst helpt potentiële kopers te motiveren om de woning te komen bekijken. Veel teksten van woningen op bijvoorbeeld Funda verschillen weinig van elkaar. Het is daarom van belang dat je een unieke tekst schrijft over je huis. Ben je hier zelf niet zo goed in? Dat maakt helemaal niet uit. Je kan altijd iemand uit jouw omgeving of de makelaar vragen om dit voor jou te doen. Als je makelaar een tekst heeft geschreven, vraag dan zelf ook even of je deze mag zien voordat hij online gaat.

Waarom een unieke tekst

Vandaag de dag staan er zoveel huizen te koop, waardoor het van belang is om op te vallen. De lezer moet weten waarom hij jouw huis moet kopen. Naast dat je er altijd voor moet zorgen dat je kwalitatief goede foto's hebt en een promotiefilm hebt laten maken, moet je er voor zorgen dat je de potentiële kopers meer gaat vertellen dan alleen de standaard tekstvermelding. In deze unieke tekst vermeld je zaken die niet in de standaard tekst zijn opgenomen.

Voorbeelden hiervan zijn:

- Nieuwe ontwikkelingen in de buurt
- Bijzonderheden van het huis
- Ligging van het huis
- Waarom heb jij het huis gekocht
- Waarom het huis te koop staat

Probeer het verhaal persoonlijk te vertellen. Om je hier een eind mee op weg te helpen hebben wij hieronder een voorbeeld voor je opgesteld die je kan gaan gebruiken. Probeer het voorbeeld te gebruiken voor je persoonlijke verkooptekst.

[START VOORBEELDTKST]

U wilt een goed onderhouden huis?

Deze RUIME EENGEZINSWONING met dakterras EN TUIN op het westen is recent volledig nieuw afgewerkt. Het huis is op loopafstand van de sporthal, het recreatiemeer en het centrum van Almere.

(Maak het persoonlijk)

Wij hebben hier ruim X aantal jaren met veel plezier gewoond. De reden dat we gaan verhuizen is, omdat onze kinderen het huis uit zijn en mijn man en ik dichterbij Amsterdam willen gaan wonen. Wij hebben een klein appartementje op het oog in de binnenstad van Amsterdam.

(Gebruik hierbij minstens 10 bijzonderheden waar je makelaar nog niet aan heeft gedacht)

De bijzonderheden van ons huis zijn:

- Twee jaar geleden hebben wij een bijkeuken laten aanbouwen
- Vernieuwde groepenkast voor een veilige elektrische installatie
- De woning is voorzien van het Politiekeurmerk veilig wonen
- Elektrische rolluiken aan achtergevel
- HR CV ketel Bosch uit 2012
- Super gezellige burens
- Gelegen in een buurt met veel gezinnen met basisschoolkindern

(Betrekt de buurt in de advertentietekst)

Je loopt zo naar de markt of de bruisende binnenstad. Binnen een minuut zit je met de auto op de Ringweg. Dit huis ligt heel erg centraal in de mooie vooroorlogse stadswijk, grenzend aan het meer en verschillende fietsroutes.

[EINDE VOORBEELDTKST]

Vergeet niet over de buurt(bewoners) te vertellen:

- Zijn er buurt activiteiten?
- Zijn er activiteiten voor de kinderen?
- Kan je goed opschieten met de burens?
- Zijn er activiteiten voor de ouders?
- Zijn er bijzondere voorzieningen in de buurt?
- Wat ga je doen met deze unieke verkoopstekst?

Gebruik de tekst ook voor bezichtigingen

In de verkoopstekst heb je de belangrijkste USP's (Unieke Verkoop Punten) van het huis opgenomen. Ook heb je de belangrijkste zaken rondom het huis verteld. Je eigen persoonlijke verhaal is erin verwerkt, dus eigenlijk staat alles erin wat een potentiële koper leuk zal vinden om te horen. Deze informatie deel je dan ook met de potentiële kopers die een bezichtiging komen doen. Je hoeft de verkoopstekst natuurlijk niet op te lezen, maar je gebruikt de tekst wel als een soort van checklist.

2.4 Wij mensen zijn gek op bewegende beelden

Naast het schrijven van een goede advertentietekst doen bewegende beelden het ook goed bij mensen die op het internet op zoek zijn naar een huis. Over het algemeen is er een verschuiving gaande van de hoeveelheid teksten die gelezen worden en de hoeveelheid filmpjes die bekeken worden. De filmpjes beginnen steeds meer terrein te winnen.

Het maken van een woningfilm

Waar we het met je over willen hebben is een woningfilm. Een filmpje waarin je huis wordt gepresenteerd aan de mensen die op jouw advertentie hebben geklikt. Of aan mensen die op Facebook en Twitter zitten. Je merkt het al, een woningfilm is op veel meer plaatsen inzetbaar dan alleen bij de advertentie op Funda.



Een woningfilm kun je op veel online plaatsen inzetten

Voorals je liever niet zelf in beeld komt is dit toch een goede oplossing om een filmpje te kunnen delen op Facebook, maar ook op andere Social Media. Door het filmpje van je huis online te zetten, geef je als het ware 24 uur per dag een digitale tour. Bezoekers kunnen daardoor op elk gewenst moment van de dag en zonder afspraak, binnen kijken.

Misschien wist je het nog niet, maar op internet zijn mensen erg lui. Daar komt bij dat er altijd een groep mensen is die liever een film bekijken dan zelf door foto's te moeten scrollen. Met een promotiefilm stel je ook die mensen tevreden.

Voordelen woningfilm

Dit zijn de voordelen van een woningfilm:

- 90% van de huizenverkopers zet dit (nog) niet in
- Je krijgt meer vertoningen op Funda.nl
- Kijkers krijgen een beter beeld van het huis
- Het is leuker om te bekijken
- Het huis valt meer op
- Het huis is ALTIJD te bezichtigen
- Het is erg simpel om zelf te verspreiden via verschillende Social Media
- Vergroot de kans op verkoop

Daar komt bij dat een huis mét een woningfilm hoger scoort in de zoekresultaten op Funda.nl, dan een huis zonder een woningfilm. Dit leidt automatisch tot meer (online) bezichtigingen en wellicht tot een snellere verkoop. Het zorgt er ook voor dat kijkers een beter beeld van het huis krijgen. Een filmpje wordt over het algemeen beter bekeken dan foto's, omdat men dan niet constant hoeft te scrollen.

Behalve beelden ook gesproken tekst

Een voice-over is een stem die over het filmpje heen praat. Wanneer eenmaal het filmpje is gemonteerd op je computer en alle beelden mooi in volgorde

staan, kan je vervolgens iemand iets over het huis laten inspreken via de computer.

Je kunt dit natuurlijk ook zelf inspreken. Of je het nou zelf doet of door iemand laat doen, het is belangrijk dat het een heldere stem is en dat die persoon een goede articulatie heeft. Hier staat een voorbeeld van een filmpje met voice-over zoals wij die gemaakt hebben:

>>> <https://youtu.be/QKK1Pvqucgl> <<<

Een woningfilm ingewikkeld?

We kunnen ons voorstellen dat als je nog nooit een film hebt bewerkt op een computer, het de eerste keer best ingewikkeld is. Het kan ook zo zijn dat je het wel kan, maar er gewoonweg de tijd er niet voor hebt. In dat geval kan de volgende optie jou uit de brand helpen.

Voor jou als lezer van dit boek hebben wij een leuke aanbieding, namelijk aantrekkelijke korting bij het bestellen van een compleet filmpje (inclusief voice-over). Hiermee heb je gegarandeerd uniek promotiemateriaal, waarmee jouw advertentie nog specialer wordt.

Daarnaast is het misschien ook leuk om een dergelijk filmpje als aandenken van je huis te bewaren.

Klik op de volgende link om van jouw aanbieding gebruik te kunnen maken:

>>> <http://huispromotie.nl/woningfilm-speciale-aanbieding/> <<<

Of je het nou zelf doet of door ons laat doen, wij zijn er van overtuigd dat filmpjes een gouden combinatie zijn met Social Media. En ook in combinatie met de huidige advertentie van je huis zal je zeker meer kans maken op bezichtigingen en hoger scoren in de zoekfuncties van zowel Funda als Google.

2.5 Laat potentiële kopers het huis alvast inrichten

Dit kun je doen door een plattegrond toe te voegen aan je advertentie. Een plattegrond zorgt er namelijk voor dat de indeling van het huis in een oogopslag duidelijk is. Wanneer je enkel foto's gebruikt van de binnenzijde van het huis, zal de kijker zelf een beeld moeten vormen. Maar niet iedereen beschikt over deze ruimtelijk inzicht. Maak het de kijker dus zo makkelijk mogelijk door een plattegrond te (laten) maken.

Een ander voordeel is dat anderen met behulp van een plattegrond zich kunnen oriënteren op de mogelijkheden dat het huis biedt. De sterke punten van het huis komen zo goed naar voren. Men kan zo sneller zien hoe de verhoudingen liggen tussen de verschillende kamers. Dit is vooral handig als de potentiële koper van plan is om te gaan verbouwen en van meerdere kamers een grote ruimte te maken.



Een goede plattegrond toont de mogelijkheden van een huis

Hoe aan plattegronden komen

Veel verkopers hebben niet standaard een plattegrond van hun woning liggen. Gelukkig is dit geen probleem, je kunt ze heel makkelijk bij de gemeente waar je in woonachtig bent opvragen. Vaak kan dit digitaal via de website van jouw gemeente. Wat zij dan doen is dat ze je een kopie geven van de originele plattegrond. Vervolgens scan je deze in om hem digitaal te maken. Zo kun je hem gebruiken voor je online advertentie. Hoewel deze plattegronden erg informatief zijn, zien ze er nooit bepaald mooi uit. Er zijn genoeg bedrijven te vinden die van een dergelijke plattegrond een veel mooier exemplaar kunnen maken.

Kosten van een plattegrond laten maken

Wij zijn verschillende bedrijven op internet tegengekomen die plattegronden voor huizen maken. Dit varieert van 2d plattegronden tot 3d plattegronden die ook nog eens helemaal ingericht zijn om te laten zien wat de verhoudingen van bijvoorbeeld een slaapkamer zijn t.o.v. een bed.

De prijzen voor een plattegrond variëren tussen de €30,- per woonlaag tot €95 voor een complete tekening. Het loont dus om even te gaan shoppen online. De kosten zijn echter niet zo hoog dat je er van af moet zien. Een plattegrond voegt zo veel toe bij het inzichtelijk maken van de potentie van het huis.

Aandachtspunten voor een plattegrond op Funda

Op de plattegrond moet duidelijk te zien zijn hoeveel vierkante meter elke ruimte is. De afmetingen van de muren moeten dus duidelijk te zien zijn. Bij veel aanbieders van plattegronden is het mogelijk om de plattegrond in te delen met

virtueel meubilair. Dit is natuurlijk altijd een afweging die je zelf moet maken, aangezien een ingedeelde ruimte de kijker beperkt om zelf een indeling te maken met zijn eigen meubels.

Aan de andere kant, beschikt lang niet iedereen over ruimtelijk inzicht. Wij adviseren altijd om enkele meubels er in te zetten, maar het niet te overdrijven. Vooral als je een plattegrond laat maken is het verstandig je te laten informeren wat de beste indeling voor meubilair is door de makers van de plattegrond, zij hebben er vaak al veel meer ervaring mee.

Verder geeft een goede plattegrond inzicht in waar de verschillende kamers zich bevinden, zoals de badkamer, een toilet, de slaapkamers en de woonkamer. Daarnaast is het van belang dat een plattegrond laat zien hoe groot de tuin ten opzichte van het huis is, waar de ramen, deuren en trappen zitten en uit hoeveel verdiepingen het huis bestaat.

Extra plattegrond tip

Inmiddels is gebleken dat een plattegrond een handig hulpmiddel is voor een potentiële koper. Maar deze meneer of mevrouw heeft er na het bekijken van de digitale advertentie niets meer aan. Je kunt jouw potentiële kopers een handje helpen door de plattegrond een aantal keren uit te printen en deze bij bezichtigingen uit te delen.

Beschouw het als een visitekaartje, waarmee jij jouw kijkers voorziet van een tastbare herinnering van jouw woning.

2.6 Alles draait om geld (of toch niet?)

Wanneer je het huis gaat verkopen is het van belang om de juiste vraagprijs te bepalen. Als je gebruik maakt van de diensten van een makelaarskantoor, dan zal het makelaarskantoor je ondersteunen bij het bepalen van de juiste vraagprijs. Kies je ervoor om het huis te verkopen zonder een makelaar, dan zal je ook de vraagprijs zelf moeten bepalen.

Hoe bepaal je de juiste vraagprijs van je huis

Het bepalen van de juiste vraagprijs is een belangrijk onderdeel. Onthoudt goed dat het een vraagprijs is. Ga daarom nooit te laag zitten met de vraagprijs, dan hou je geen onderhandelingsruimte meer over. Het is ook van belang om niet te hoog te zitten met de vraagprijs, dat schrikt de potentiële kopers af.

Tip: Kijk op Funda.nl naar soortgelijke huizen in de buurt. Probeer zo objectief mogelijk je eigen huis te vergelijken met de soortgelijke huizen in de buurt. Het is helemaal niet erg om met de vraagprijs net boven het gemiddelde te zitten, maar wees wel objectief.

Twijfel je toch om de juiste vraagprijs te bepalen? Je kan ook altijd gebruik van een taxateur.



De vraagprijs van je huis bepalen kan soms nog best lastig zijn

Een taxatie laten uitvoeren

Om een goed beeld van de waarde van je huis te krijgen dien je het huis te laten taxeren. Een taxatierapport is niet alleen belangrijk om de juiste verkoopprijs te bepalen ook is het voor een koper van belang. Veel hypotheekverstrekkers vragen om een taxatierapport om een hypotheek goed te keuren.

Wat is een taxatierapport?

Een taxatierapport geeft een objectieve waardebepaling van het huis. In de meeste gevallen is het taxatierapport van belang voor de geldlening. Op basis van het taxatierapport is goed inzichtelijk of het een verantwoordelijke aankoop is.

Dit komt allemaal naar voren in een taxatierapport:

- De soort woning wordt in het rapport opgenomen
- De grootte, aard en indeling van de woning
- Grootte, aard en indeling van het perceel
- De ligging, uitzicht, eventuele overlast, voorzieningen in de nabije omgeving etc.
- Bouwkundige kwaliteit en staat van onderhoud van de woning en de installaties
- Het niveau van afwerking
- Esthetische en architectonische kwaliteit

Verschillende taxatie doelen

Er zijn verschillende redenen om een taxatierapport uit te laten voeren, namelijk voor de aanvraag van een hypotheek, om de waarde van het huis te bepalen of voor het afsluiten van een opstalverzekering. Maak jouw reden van te voren duidelijk kenbaar.

Wat kost een taxatie van een huis

De bedragen voor een huis taxatie variëren. Hoewel de kosten verschillen per taxateur, kan je al gauw rekenen op een slordige €300 euro. Er zijn verschillende websites waar je een taxateur kan inschakelen, maar vaak werkt een makelaarskantoor ook samen met een taxateur. Als je gebruik maakt van een makelaar laat je hier dan over informeren.

Twee soorten taxatierapporten

Er zijn twee soorten taxaties mogelijk. Een gevalideerde taxatie en een niet gevalideerde taxatie. Voor een hypotheek aanvraag heb je een gevalideerde taxatie nodig. Bij een waarde vaststelling is een niet gevalideerde taxatie voldoende.

Een niet gevalideerde taxatie kan je bij de volgende situaties gebruiken:

- Je wilt de marktwaarde van de woning weten
- Bij een echtscheiding
- Je bent eigenaar van een object geworden en wilt de waarde weten
- Je wilt bezwaar maken tegen een WOZ- beschikking

Een niet gevalideerde taxatie is vaak goedkoper. Een gevalideerde taxatie wordt uitgevoerd door een onafhankelijk partij en de hypotheek verstrekker zal hier naar vragen.

Gratis waardebepaling van het huis

De meeste makelaarskantoren voeren een gratis waardebepaling uit. De waarde van het huis wordt vaak vastgesteld op basis van kennis, ervaring, marktkennis en marktgegevens. Het is vaak verstandig om een aantal makelaars uit te nodigen voor een waardebepaling van het huis. Op deze manier kan je een goede verkoopprijs vaststellen. Een waardbepaling is niet hetzelfde als een taxatierapport, maar het geeft jou wel een kader waarin je de verkoopprijs vast kan stellen.

2.7 Waar moet je de makelaar op controleren

Tegenwoordig kan je kiezen uit verschillende soorten makelaars. Er zijn zelfs online makelaars die op afstand alles voor je kunnen regelen. De kosten van deze makelaars zijn vaak een stuk lager dan fysieke makelaars. Bekende voorbeelden hiervan zijn Makelaarsland en Zelfverkopen.nl.

Wat ons opvalt aan online makelaars, is dat zij fanatiek bezig zijn op het internet. Vaak hebben ze een Facebookpagina, een YouTube- kanaal en een goede website. Dit ziet er goed uit. We adviseren je wel om altijd te letten op de online positionering van een makelaar. Waarom? Omdat het oriëntatieproces van de potentiële koper begint op het internet! We kunnen het niet vaak genoeg herhalen!



Is jouw makelaar online ook goed bezig? Check het!

Waar moet je dan op letten?

Het is natuurlijk niet zo dat als een makelaar geen goede online positionering heeft, het dan ook geen goede makelaar is. Dat is niet wat we hier willen beweren. Misschien is die makelaar wel zo goed dat hij alle online mogelijkheden helemaal niet nodig heeft.

Hieronder een aantal interessante vraagstukken om rekening mee te houden.

Stel jezelf deze vragen over je makelaar;

- Zijn de foto's van mijn advertentie van hoge kwaliteit?
- Kan ik mijn woningfilm vermelden op de website van de makelaar?
- Hoeveel bezoekers komen er op de website van de makelaar zelf?
- Is mijn huis goed te bekijken op de website van de makelaar?
- Welke online marketing instrumenten zet mijn makelaar in?
- Plaatst de makelaar een promotiefilm van mijn woning op Funda.nl?
- Zet mijn makelaar de woning ook op Jaap.nl en andere bekende woningsites?

Behalve deze overwegingen kun je nog best kritisch zijn op je makelaar. Krijgt jouw huis bijvoorbeeld wel de aandacht die het verdient?

Je hebt gelezen dat je op Funda een Tophuis vermelding kan krijgen, waarmee je gegarandeerd bent van een verhoging van het aantal online bezichtigingen. Alleen je makelaar kan dit voor je regelen. Is dit al gebeurt? Check dit vooral als het één van de beloften waren toen je met deze makelaar in zee ging!

"Het is niet de sterkste van een soort die overleeft, ook niet de intelligentste. Wel degene die zich het beste aan veranderingen kan aanpassen." - Charles Darwin

We leven in tijd van het internet. De potentiële kopers bevinden zich op het internet. Zorg ervoor dat je makelaar het huis goed presenteert op het internet. Doe er alles aan om te voorkomen dat je huis over twee jaar nog steeds te koop staat!

3. Zo haal je het maximale uit Funda

Funda is zonder twijfel de nummer één huizensite van Nederland. Het is de grootste huizensite van Nederland. Met 27 miljoen bezoeken per maand is het zeer aantrekkelijk om je huis te vermelden op Funda.nl. Het is daarom aan te raden dat je huis op Funda wordt aangeboden.

Daarnaast is het van belang dat jouw huis op de *juiste manier* wordt gepresenteerd op Funda. De prijzen om dit te laten doen variëren enorm. Bij de meeste makelaarskantoren zit een vermelding op Funda.nl standaard in het pakket.

Hoe haal je het maximale uit Funda?

Met maar liefst 394 miljoen bekeken pagina's per maand is het wel van belang dat jouw huis goed wordt gevonden op Funda.nl. Om het maximale uit Funda te halen zijn er verschillende mogelijkheden. Het is vaak niet voldoende om jouw huis alleen op Funda te plaatsen en dan maar af te wachten. Om meer op te vallen zijn er verschillende mogelijkheden.

3.1 Wordt vaker gevonden in de Funda zoekresultaten

Uit onderzoek van Funda blijkt dat huizen met een plattegrond, 360 graden foto's en een woningfilm ervoor zorgen dat huizen gemiddeld twee keer langer worden bekeken. Sterker nog, er wordt twee keer zo vaak contact opgenomen met de makelaar. Zorg er daarom voor dat de makelaar dit goed voor elkaar heeft. Veel makelaarskantoren benutten namelijk nog niet alle mogelijkheden. Het is van belang dat jij dit zelf gaat checken en je makelaar vraagt/wijst op de mogelijkheden.

Zorg voor een goed begin

Wanneer het huis net online verschijnt krijgt het huis enorm veel vertoningen. Het is van belang dat je meteen beschikt over een knallende advertentietekst, goede afbeeldingen en de juiste omschrijvingen. Als het huis net online komt, stuurt Funda een mail van jouw huis naar potentiële huizenkopers. Zorg er daarom altijd voor dat het huis pas online gaat wanneer alle gegevens optimaal zijn.

7x vaker worden bekeken op Funda.nl

Het is mogelijk om te adverteren op Funda met de zogenoemde Funda Tophuis. Met een Funda Tophuis wordt het huis 30 dagen lang hoog in de zoekresultaten getoond. Het huis wordt op deze manier zeven keer vaker bekeken. Je kunt zelf geen Tophuis op Funda.nl aanvragen. Vraag jouw makelaar naar de mogelijkheden van tophuizen op Funda.nl.

Tip. Voordat je in zee gaat met een makelaarskantoor kun je onderhandelen over een Tophuis op Funda.nl.

3D plattegrond op Funda

Op Funda.nl is het mogelijk om een 3D plattegrond van de woning toe te voegen. Dit is een belangrijke optie om gebruik van te maken. Als je een plattegrond toevoegt op Funda krijg je een hogere ranking in de zoekresultaten en een extra tab bij de advertentie. Een bijkomend voordeel van een 3D plattegrond is dat kopers de woning online kunnen inrichten.

Op deze manier krijgen de potentiële kopers een nog beter beeld van het huis en de indeling.



Door een plattegrond toe te voegen wordt je beter gevonden

Zorg voor een woningfilm op Funda

Een huis mét een promotiefilm scoort hoger in de zoekresultaten op Funda.nl dan een huis zonder een promotiefilm. Dit leidt automatisch tot meer (online) bezichtigingen en wellicht tot een snellere verkoop. Het zorgt er ook voor dat kijkers een beter beeld van het huis krijgen. Voordat jouw huis wordt geplaatst op Funda is het dus van belang om te beschikken over een woningfilm.

360graden foto's op Funda

Ooit gehoord van de 360 graden foto? De 360 graden foto is een nieuwe methode waarmee je potentiële kopers een online inkijk kan geven in de interieur van jouw woning. De online kijker kan als het ware een virtuele tour maken door de woning zonder dat hij daadwerkelijk aanwezig hoeft te zijn. Een 360 graden foto geeft online kijkers de mogelijkheid om, wanneer het hen uitkomt, in te zoomen om details van de woning te bekijken. Een 360 graden foto vergroot daardoor de kans dat jij jouw woning sneller verkoopt.

Voordelen van 360° foto's zijn:

- **Hogere ranking op Funda.nl**
Een toevoeging van 360 graden foto's zorgt voor een hogere positie in de resultatenlijst van Funda en dus meer online bezichtigingen waarmee de verkoop kans vergroot wordt.

- **Het huis wordt langer bekeken**
Door de toevoeging van 360° foto's, wordt het huis gemiddeld twee keer zo lang bekeken.
- **Goed beeld van het huis**
Een 360 graden foto helpt de interesse van potentiële kopers te concretiseren, omdat zij online al een veel beter beeld van het huis hebben kunnen krijgen.

3.2 Trucjes om op te vallen tussen duizenden huizen

Zorg voor een Open Huizen Dag vermelding op Funda

Als je meedoet met de Open Huizen Dag is het van belang om dit kenbaar te maken op Funda. Er verschijnt een icoontje bij de advertentie dat aangeeft dat het huis te bezichtigen is tijdens de Open Huizen Dag. Hiermee vergroot je de kans op bezichtigingen tijdens de Open Huizen Dag. Let op dat je makelaar dit wel vroegtijdig aangeeft op Funda.

110 m² • 3 kamers
Alders Makelaars Groningen

Jan Goeverneurstraat 2
9724 LL Groningen
€ 219.000 k.k.
95 m² / 76 m² • 4 kamers sinds 5 dagen
Ons is wel eens verteld dat de architect van deze straat ons huis eind 19e eeuw heeft ontworpen om..
makelaardij van der Houwen

B.S.F. von Suttnerstraat 17
9728 WZ Groningen
€ 364.500 k.k.
172 m² / 265 m² • 7 kamers

AVOND OPEN HUIS MET PROSECCO

Open Huis

Een kleine detail kan er voor zorgen dat je wordt aangeklikt

Zorg voor de juiste hoofdfoto

Het is van belang dat je een juiste hoofdfoto hebt. Het is aan te raden om te kiezen voor een buitenfoto, waarbij het huis goed te zien is. De hoofdfoto is een belangrijke foto, omdat een potentiële koper hiermee overgehaald kan worden en de keus maakt om door te klikken naar jouw huis.

Zorg voor hoogtefoto's

Hoogtefoto's zijn tegenwoordig niet meer lastig om te maken. Steeds meer makelaarskantoren bieden hoogtefoto's standaard aan in het dienstenpakket. Hoogtefoto's zijn een goede toevoegingen om het maximale uit Funda te halen.



Een hoogtefoto kan je huis nog beter en mooier weergeven

De voordelen van hoogtefoto's op een rij:

- Onderscheidend van andere huis verkopers
- In één opslag de beste kant van het huis laten zien
- Omgeving kan je mooi in beeld brengen
- Het mooiste van jouw huis op één foto
- Tuin en/of garage goed in beeld brengen
- Potentiële kopers krijgen een beter beeld van het huis

Zelf hoogtefoto's maken

Er zijn tegenwoordig steeds meer mensen die in het bezit zijn van een drone die voorzien zijn van een camera. Een drone is een klein helikoptertje met vaak 4 propellers. Het wordt al meer een betaalbaar hebbeding waarmee het leuk spelen is. Vooral als het een camera bezit met HD functie zijn de beelden die je daarmee opneemt prima geschikt om screenshots van te maken en deze te gebruiken als hoogtefoto's. Vraag dus even in je omgeving of er iemand is die een dergelijk apparaat heeft staan en of hij een keer langs wil komen.

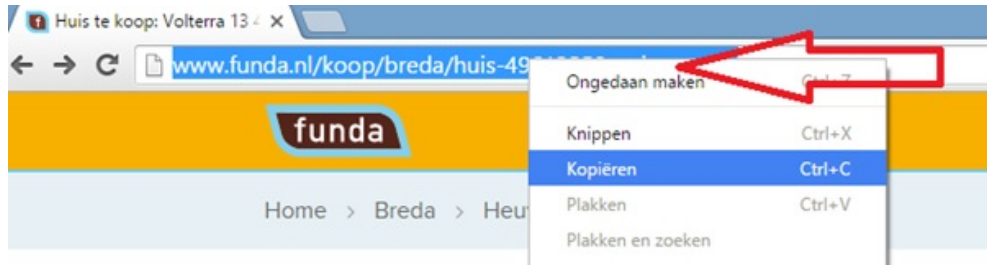


Steeds meer mensen hebben een drone – geschikt voor hoogtefoto's!

Deel je Funda advertentie op Social Media kanalen

De advertentie van je huis op Funda plaats je eenvoudig op verschillende Social Media. Op deze manier bereik je op een gerichte manier potentiële kopers.

Maak gebruik van Social Media om je huis sneller te verkopen. Weinig makelaarskantoren maken nog gebruik van de mogelijkheid om je huis sneller te verkopen door middel van Social Media. Wees een actieve huis verkoper en ga op deze manier ook zelf aan de slag met de huispromotie.



Kopieer eenvoudig de link van je advertentie om hem te delen op Social Media

Het voordeel van NVM makelaars op Funda

Voordat je voor een makelaarskantoor kiest, is het goed om te weten dat NVM makelaars meer voordelen hebben op Funda dan makelaars uit andere branches. NVM makelaars krijgen een betere plaatsing op Funda. En een betere plaats op Funda betekent meer online bezichtigingen.

3.3 Er is meer dan Funda

Zoals eerder vermeld is Funda de grootste huizenwebsite van Nederland. Er zijn echter meer grote huizenwebsites waar je gebruik van kunt maken om het huis sneller te verkopen. Op Funda.nl is het niet mogelijk als particulier je huis te vermelden. Op andere woningwebsites is dat wel mogelijk. Weinig makelaarskantoren kijken nog verder dan Funda.nl, terwijl ook andere huizenwebsites miljoenen potentiële kopers trekken. Wij raden jou, als actieve huisverkoper, aan om niet tevreden te zijn met slechts een vermelding op Funda.

Huis op Jaap.nl

De meeste makelaars plaatsen jouw huis alleen op Funda.nl, maar Jaap.nl wordt ook regelmatig bezocht door huizenzoekers, oftewel potentiële kopers. Deze huizensite bereikt miljoenen bezoekers per maand.

Zorg er dus voor dat je huis ook op deze website wordt vermeld. Aan het plaatsen van een huis op Jaap.nl zijn wel kosten verbonden. Het plaatsen van een huis op Jaap.nl kan al vanaf € 59,95,- en in tegenstelling tot Funda.nl, kunnen ook particulieren gebruik maken van deze dienst. Er zijn makelaarskantoren die een vermelding op Jaap.nl standaard in het dienstenpakket opnemen.

Haal het maximale uit Jaap.nl

Ook op Jaap.nl is het mogelijk om te adverteren met een Tophuis. Naast een Tophuis zijn er ook andere promotieactiviteiten mogelijk op de website. Net als bij Funda.nl is het niet voldoende om alleen jouw huis op Jaap.nl te plaatsen en

dan maar afwachten. Maak gebruik van de advertentiemogelijkheden om meer potentiële kopers te bereiken.

Huis op Huislijn.nl

Huislijn.nl behoort met maar liefst 950.000 bezoekers per maand tot de grootste huizensite van Nederland. De website van huislijn.nl scoort gemiddeld een 8.1. Behalve dat er gigantisch veel bezoekers op de website komen, is Huislijn.nl ook erg overzichtelijk. De website is zo opgezet dat een potentiële koper heel snel zijn droomhuis kan vinden. Je kunt op Huislijn.nl overzichtelijk zoeken op o.a. het jaartal van de woning, kindvriendelijkheid van de buurt, de gewenste locatie en andere relevante criteria die van belang zijn.

Zelf je huis verkopen op Huislijn.nl

In tegenstelling tot Funda.nl is het op Huislijn.nl wel mogelijk om je eigen huis te plaatsen. Je hoeft dus geen gebruik te maken van een makelaarskantoor, zoals bij Funda.nl. Voor een eenmalig bedrag van € 49,50,- verschijnt je huis op Huislijn.nl. Werk je niet samen met een makelaarskantoor? Dan is Huislijn.nl nog beter om in te zetten. Je kunt je huis dan namelijk niet op Funda.nl publiceren, dus een investering in Huislijn.nl is dan een goed alternatief.

Plaats het huis op Marktplaats.nl

Het plaatsen van je huis op marktplaats.nl kost geld. Vaak neemt het makelaarskantoor geen actie om je huis te plaatsen op marktplaats.nl. Een gemiste kans. Marktplaats.nl is één van de meest bekende websites van Nederland met dagelijks miljoenen bezoekers. Benut de kansen van Marktplaats.nl. Marktplaats is een onderschat kanaal om het huis op te promoten. Kijk maar eens hoe vaak de huizen zijn bekeken die hier staan vermeld.



Plaats je huis ook op andere websites voor maximaal bereik

Maak een aantrekkelijke advertentie met een goede verkooptekst en mooie foto's. Plaats hierbij altijd de link naar de website waarop het huis staat vermeld, zoals Funda.nl.

Vooraf dit laatste is belangrijk omdat Marktplaats vaak geassocieerd wordt met doe-het-zelfers en particulieren. Door te linken naar een professionele website geef je aan dat je te vertrouwen bent en met een professionele partij samenwerkt.

Het plaatsen van huizen op Marktplaats.nl is een betaalde rubriek. De kosten zijn afhankelijk van de duur en de advertentiemogelijkheden. Je kunt kiezen tussen het plaatsen van 2, 4 en 6 weken. Vervolgens is er de mogelijkheid om de advertenties te verlengen.

Een leuk detail: De advertenties op Marktplaats.nl zijn goed af te lezen op een mobiel.

De voordelen van je huis op Marktplaats.nl te vermelden

- Weinig huis verkopers zetten Marktplaats nog in
- Je bereikt al snel honderden potentiële kopers
- Je kan het direct inzetten
- Je kan Marktplaats adverteren in zetten

Al met al is het gewoon belangrijk dat je je niet blindstaart op Funda.nl. Er zijn meer online platforms en huizenzoekers zoeken in alle hoeken van het internet om hun droomhuis te vinden. Zorg dus dat je overal gevonden wordt.

4. De Open Huizen Dag – en elke andere bezichtiging

De Open Huizen Dag wordt georganiseerd door de NVM. Er wordt veel aandacht aan besteed en de cijfers liegen er niet om. Uit onderzoek van de NVM blijkt dat van de huizen die meedoen met de Open Huizen Dag (OHD), er 27 procent verkocht zijn in de eerste drie maanden.

Je kunt je afvragen of dit allemaal te danken is aan de OHD, maar zeker is dat je kansen vergroten. Het is daarom niet voor niets dat ongeveer 50.000 huisverkopers hier aan mee doen.

Hoe je mee kunt doen met de Open Huizen Dag

Om mee te doen met de OHD is het van belang dat j huis wordt aangemeld op Funda.nl en een 'open huis' kenmerk krijgt. Echter, om op Funda te staan zul je wel een NVM makelaar ingeschakeld moeten hebben.

Als je dat hebt gedaan dan kan een NVM makelaar ook campagnemateriaal aan je verstrekken. Zoals NVM- posters, een 'Te Koop' bord en een Open Huis bord. Vraag dit eenvoudig na bij je makelaar.



Doe mee met Open Huizen Dagen, het is een goede kans op verkoop!

Als het gelukt is om potentiële kopers naar je huis te laten komen voor een bezichtiging is het van belang om dit op de juiste manier te laten verlopen. En de juiste manier is de manier waarop je de grootste kans hebt dat kijkers een bod gaan uitbrengen op je huis.

Om je op weg te helpen hebben we hieronder tips voor je verzameld. Deze tips zijn ook uitermate geschikt voor de landelijke Open Huizen Dag (OHD).

4.1 Hoe krijg je potentiële kopers op de Open Huizen Dag?

Wat je te alle tijden wilt voorkomen is dat er niemand komt kijken tijdens jouw OHD. Er doen natuurlijk ook 50.000 andere fanatieke huisverkopers mee.

Het is daarom van belang dat je actie gaat ondernemen om zoveel mogelijk potentiële kopers te bereiken. Wij hebben een aantal tips voor je op een rij gezet die je direct kan toepassen om meer potentiële kopers te bereiken.

Dit kun je doen om meer mensen naar jouw Open Huizen Dag te krijgen:

1. Laat een woningfilm maken
2. Zorg dat je huis een Open Huis keurmerk op Funda.nl krijgt
3. Zorg dat je huis van tevoren te bekijken is op YouTube
4. Vermeld je woningfilm op Funda.nl
5. Deel je woningfilm op Facebook
6. Maak een plan van aanpak om je huis te delen op Facebook
7. Zorg dat je vrienden fanatiek mee promoten
8. Laat je makelaar je huis delen op Social Media kanalen
9. Check of je huis goed wordt vermeld op de website van de makelaar
10. Zorg voor een aantrekkelijke advertentietekst
11. Schrijf een verhaal over de buurt en deel dit verhaal op Social Media
12. Zet Facebook adverteren in
13. Deel je huis minimaal 4x per week op Facebook
14. Gebruik een Google Adwords campagne
15. Check op websites van de buurt en omgeving of je het huis kan vermelden
16. Laat je huis promoten door Huizentweets.nl
17. Benut Funda.nl maximaal (Check alle opties)
18. Laat je huis goed vindbaar zijn op Google
19. Zorg dat je woningfilm een unieke voice-over heeft
20. Vermeld je huis op Pinterest
21. Lees het gratis E- book van Huispromotie.nl
22. Deel je het huis op Instagram
23. Laat je omgeving het huis ook op Instagram te delen
24. Begin vandaag nog actie te ondernemen

Nu kun je gewoon je afwachten en hopen dat je makelaar het huis voldoende onder de aandacht brengt. Óf je kunt zelf direct beginnen met actie te ondernemen.

4.2 Hoe zorg je dat bezichtigingen ook resulteren in biedingen?

Het is verstandig om te zorgen dat alles in het huis er netjes bij staat. Netjes is in ieders ogen weer anders, maar er zijn wel een paar punten waar je van uit kunt gaan.

Zo is het goed om ervoor te zorgen dat alles een 'neutrale' uitstraling heeft. Dus geen kleine spulletjes hier en daar of op de grond, maar een lege tafel met misschien een eenvoudig bloemetje erop. Geen uitgesproken attributen met felle kleuren, tenzij de rest van het huis spierwit is. Berg alles op in kasten of uit het zicht voor de kijker.

Hetzelfde geldt voor iedere ruimte (Woonkamer, keuken, slaapkamers, douche en toilet, tuin) zodat de kijkers zelf kunnen inbeelden wat er in hun ogen mogelijk is met het huis. Daar komt bij dat de eerste indruk het belangrijkste is.

Tips voor een goed verloop tijdens de Open Huizen Dag:

- Zorg dat je huis schoon en opgeruimd is
- Berg kleine persoonlijke spullen zo veel mogelijk weg (Ook uit het zicht)
- Zorg dat de indeling van de leefruimten een ruimtelijk karakter hebben, dus niet propvol met meubels
- Maak de tuin netjes, even onkruid wieden, aanvegen en schoonmaken wat vies is
- Zorg dat eventuele kinderen en huisdieren niet aanwezig zijn
- Vraag of het bezoek een rondleiding wil of liever zelf wilt rondkijken
- Laat het bezoek in het laatste geval hun gang gaan. Vraag na een paar minuten of ze nog vragen hebben.
- Doe een eventuele rondleiding met maximaal 1 persoon
- Wees niet aldoor aan het woord, vraag naar wat ze willen weten
- Wees geïnteresseerd in de bezoekers
- Als je iets niet weet, schrijf het op en beloof er op terug te komen via mail of telefoon
- Veel bezoekers komen vooral om te oriënteren. Hou daar rekening mee.
- Als mensen oprecht geïnteresseerd zijn of zelfs een bod willen doen, regel dan een afspraak
- Vraag naar contactgegevens, laat het niet van de geïnteresseerden afhangen of zij jouw makelaar benaderen
- Probeer jezelf te zijn, neem de tijd, en wees vriendelijk.

Als je een bezichtiging krijgt dan is dat natuurlijk een leuke ontwikkeling. Was je voorheen vooral online en op afstand bezig, nu krijg je de mogelijkheid om jouw woning persoonlijk aan de man te brengen. Vanuit de optiek van de kijker is dit de eerste gelegenheid dat hij of zij jouw huis daadwerkelijk kan gaan ervaren.



Zorg dat je huis schoon en netjes is voor een bezichtiging

De energie die je in de verkoop van het huis hebt gestoken is vooral gaan zitten in de voorbereiding van de verkoop. Denk aan het bedenken van de vraagprijs, het opruimen van het huis en misschien zelfs deels het opknappen ervan. De marketing die gedaan is voor je huis heeft in ieder geval gewerkt, want er is iemand die interesse heeft in je huis en misschien wel de koper gaat worden.

4.3 Het begeleiden van kijkers

Besef dat kijkers de moeite doen om naar jouw woning toe te komen en er dus tijd en energie in steken. Dat doen ze niet voor niks. Blijkbaar vinden ze je huis leuk of in ieder geval interessant genoeg om er aandacht aan te besteden.

Jouw kijkers hebben een beeld gekregen van jouw huis door de advertentie, of misschien doordat ze de buitenkant een keer hebben gezien. Wat ze nu willen is kijken of hun vermoeden klopt. Ze willen bevestiging.

Vragen waar ze mee zitten zijn:

- Is de indeling echt zo handig?
- Komt er voldoende daglicht naar binnen?
- Is het huis in werkelijkheid ook zo mooi?
- Is het echt zo groot als we denken dat het is?
- Zijn de kamers groot genoeg?

Vaak hebben kijkers al vooronderzoek gedaan naar jouw woning door bijvoorbeeld bekenden met een soortgelijke woning te vragen naar de voor- en nadelen. Het is dus wel duidelijk dat jouw kijkers met een hoop vragen zitten die ze tijdens een bezichtiging beantwoordt willen hebben.

En uiteindelijk wordt op basis van een bezichtiging een huis wel of niet gekocht. Dit is wel opmerkelijk als je er van uit gaat dat een bezichtiging meestal ongeveer een kwartier duurt.

Het is dus van belang dat je tijdens de bezichtiging alle vragen netjes beantwoordt. Hou dus geen dingen achter. Met de antwoorden op deze vragen maken ze hun aankoopbeslissing. De bezichtiging is voor hen het moment om de juiste informatie te verkrijgen, waarmee ze hun beslissing kunnen maken.

De bezichtiging als omslagpunt

Vaak is een bezichtiging ook het punt waarop kijkers voor zichzelf beslissen of ze verder willen met het huis of niet. Als een bezichtiging voor de kijkers slecht uitpakt, dan is het vaak lastig om dat achteraf weer goed te maken. Als je kijkers teleurgesteld zijn, opgejaagd worden of een slechte begeleiding krijgen, dan zal een tweede bezichtiging niet snel volgen. Laat staan dat zij een reëel bod uitbrengen op het huis.

4.4 De informatieplicht die je als huisverkoper hebt

Als huisverkoper ben je verplicht om niets te verzwijgen over de gebreken van je woning. Wel moet hierbij vermeld worden dat beide partijen ervoor moeten zorgen dat deze informatie uitgewisseld wordt.

Het staat formeel beschreven in het contract dat opgesteld wordt als het verkocht wordt;

‘onroerende zaak aan de koper in eigendom wordt overgedragen in de staat waarin het zich bij het tot stand komen van de overeenkomst bevindt, met alle daarbij behorende rechten en aanspraken, zichtbare en onzichtbare gebreken.’

Verder staat er in dit contract dat het huis, wanner het van eigenaar verwisseld, de eigenschappen heeft die nodig zijn om ‘normaal’ gebruik te kunnen maken van het huis.



Hou geen informatie achter die belangrijk is bij het verkopen van je huis

Waar het nu specifiek even om gaat is dat jij dus je best moet doen geen informatie achter te houden en dat de kijker ook goed zijn ogen open houdt en vragen stelt. In officiële termen: Er is een onderzoeksplicht en een informatieplicht. Er zijn tal van gevallen te noemen waarin dit niet goed is gegaan. Vaak eindigt dit in een rechtszaak, wat natuurlijk erg vervelend is.

Hoe je onenigheid kunt voorkomen

Jij als verkoper zit natuurlijk helemaal niet te wachten op onenigheid, laat staan op een rechtszaak. Zorg er daarom voor dat je weet wat de staat is waarin je huis verkeert. Wij kunnen ons voorstellen dat je het lastig vindt om dit zelf goed te beoordelen als je hier geen kaas van hebt gegeten.

Laat eventueel een bouwkundig rapport opmaken door een gespecialiseerd bedrijf of laat een kennis langskomen die er wel verstand van heeft. De meeste

zekerheid heb je natuurlijk bij de eerste optie. Met een geldig rapport in handen sta je erg sterk.

Een dergelijk rapport kan natuurlijk ook op verzoek van de kijkers worden uitgevoerd. De partijen kunnen afspraken maken over de kosten en die afspraken vervolgens in het koopcontract laten opnemen. Indien een kijker een dergelijk verzoek doet dan weet je in ieder geval zeker dat hij meer dan gemiddelde interesse heeft voor de woning.

Wat we hier ook nog bij willen vermelden is dat de informatie die een kijker zelf op kan vragen, onderdeel is van zijn onderzoeksplicht. Je kunt hierbij denken aan informatie die opgehaald kan worden bij het waterschap, het Rijk, de provincie, de gemeente of het Kadaster.

Goed om te weten: In een eventuele rechtszaak weegt de rechter de informatieplicht zwaar. Jij als verkoper moet onzichtbare gebreken vermelden. Denk aan een septic tank, verzakkende funderingen en een lekkend dak. Maar ook rechten van anderen, zoals burens zal je moeten melden zoals het recht van overpad. Ook plichten die een koper heeft als hij het huis koopt moet je vermelden. Denk hierbij als voorbeeld aan het verbod op het plaatsen van hoge bomen in verband met uitzicht belemmering.

Jouw voorbereiding scheelt een hoop

Houd rekening met het feit dat kijkers altijd letten op zaken zoals vlekken op het plafond, loszittende tegels en andere beschadigingen. Je kunt je daar op voorbereiden door je te verdiepen in deze gebreken en te vertellen wat de oorzaken zijn en hoe ernstig de situatie is.

Het is niet ongebruikelijk dat de koper zijn twijfels over de staat van de woning laat vastleggen in het koopcontract. Dan moet je als verkoper dus wel heel zeker van je zaak zijn en het liefst voorkom je dit natuurlijk.

4.5 Deze 9 checklisten gebruikt de kijker van je huis

Wat zou het mooi zijn als je gedachten kon lezen! Maar aangezien dat niet mogelijk is, geven wij jou bij deze een kleine blik in het brein van jouw kijker. Als je eenmaal weet waar een kijker op let, dan kun je daar rekening mee houden (en er een koper van maken). Zowel tijdens de bezichtiging als ervóór. In de online advertentie bijvoorbeeld of in de extra informatie die door een geïnteresseerde wordt aangevraagd.



Checklist #1: De nieuwe buurt

Maak een ritje door de wijk om alvast de woning van buiten te bekijken, nog voordat je 'echt' gaat bezichtigen.

- Heeft de tuin vaak zon of juist niet?
- Vind je dat er voldoende parkeergelegenheid is?
- Heb je een parkeervergunning nodig om voor je huis te parkeren?
- Kun je in de buurt gebruik maken van het OV?
- Is er in de directe omgeving de mogelijkheid om boodschappen te doen?
- Kunnen de kinderen veilig spelen in de buurt?
- Zijn de huizen van de buren netjes?
- Is er in de buurt een school en een dokterspost?
- Zijn er recreatiemogelijkheden?
- Is de buurt levendig of rustig?
- Is het huis in goede staat van onderhoud zoals de daken en de lak?

Checklist #2: Tijdens de bezichtiging

Tijdens de bezichtiging is het van belang om alles te bekijken en geen enkele ruimte over het hoofd te zien.

- Als je vochtplekken ziet of barsten in de muren, vraag dan altijd hoe dat is ontstaan.
- Is de woning naar jouw wens ingedeeld? En zo niet, wat moet er gebeuren om dit wel naar wens in te richten en wat gaat dit kosten?
- Is de buitenzijde van het huis van dichtbij aanschouwd ook goed onderhouden? Let op de daken, de voegen, de lak en het houtwerk.
- Geeft de woning voldoende privacy?
- Is er voldoende natuurlijk licht in de woning?
- Is er in de woning ook last van geluidsoverlast van buitenaf? (Ervaar dit ook op vroege en latere tijdstippen)
- In welke staat zijn de aanwezige apparaten zoals oven, magnetron en afwasmachine?
- Hoe zijn de details afgewerkt zoals het beslag van de deuren en ramen en de stop contacten?

Checklist #3: Muren, plafonds en vloeren

Let op of en hoe het huis geïsoleerd is.

- Dringen er veel geluiden door van buitenaf?
- Zie je plekken van vocht of barsten in de muren? Lekt er niets?
- Is het plafond van brandwerende materialen gemaakt?
- Zijn de wanden, de vloer en het plafond een geheel, zijn er geen naden?
- Is alles recht of loopt het scheef af?
- Zit de bekleding van de vloeren bij de prijs inbegrepen?
- Kun je onder de vloeren kijken?
- Is het daar niet vochtig?
- Zijn de vloeren ook geïsoleerd?

Checklist #4: Ramen en deuren

- Sluiten ramen en deuren goed?
- In welke staat verkeert het schilderwerk?
- Zitten de ramen goed in de stopverf?
- Hoe is het hang- en sluitwerk?
- Moeten de deurknoppen vervangen worden?
- Zijn er voorzieningen tegen inbrekers?

Checklist #5: Woonkamer

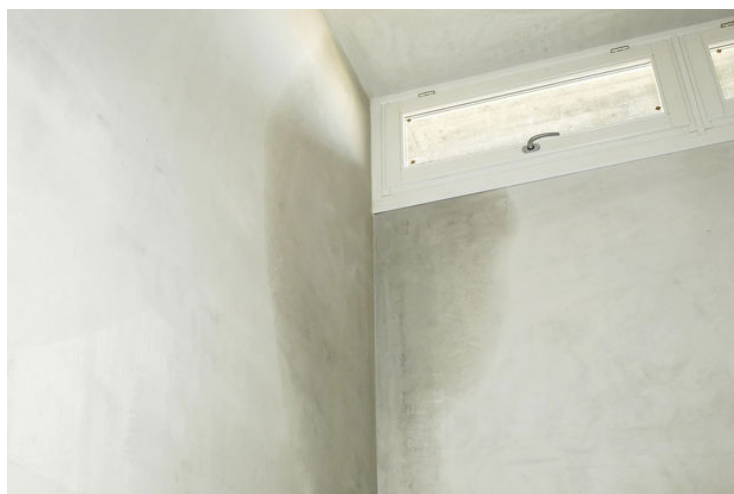
- Wat zie je als je naar buiten kijkt en bevalt dat?
- Is er een open haard of kan er een komen?
- Is er genoeg plek om kasten neer te zetten of zijn er inbouwkasten?

Checklist #6: Keuken

- Hoe is de staat van onderhoud van kasten, aanrecht en apparatuur?
- Ga je de huidige keuken gebruiken of kies je voor nieuw?
- Zit ingebouwde apparatuur in de aankoopkosten?
- Zijn er aansluitingen voor afwas- en wasmachine?
- Zijn er genoeg kasten in de keuken?
- Is hij slim ingedeeld?

Checklist #7: Badkamer en toilet

- Hoe zijn de voorzieningen (kranen, douche, ligbad, toilet, wastafels, evt. Aansluiting voor wasmachine/droger)?
- Hoe wordt er verwarmd?
- Hoe is de staat van onderhoud?
- Zijn tegels en voegen nog goed?
- Is er genoeg ventilatie? Let op vochtplekken!



Let goed op vochtplekken (doet de kijker ook) en behandel deze voor de bezichtiging

Checklist #8: Slaapkamers

- Zijn er genoeg slaap- en kinderkamers?
- Hoe liggen de kamers ten opzichte van de woonkamer (denk aan geluid)?
- Is er voldoende kastruimte?
- Kunnen de kamers verwarmd worden?
- Zijn er balkons?

Checklist #9: Na de bezichtiging

- De hoogte van lokale belastingen: onroerend goed, waterschap e.d.
- Is er vervuilde grond?
- Rusten er erfdienstbaarheden op het pand? (bijvoorbeeld een recht van Overpad).
- Krijg je in je nieuwe woning te maken met kwalitatieve verplichtingen? (je bent bijvoorbeeld verplicht om een straatnaambordje op je gevel te schroeven).
- Rust er een anti-speculatiebeding op de woning? (geldt meestal voor een periode van 10 jaar).
- Is er sprake van het Garantie Instituut Woningbouw (GIW)?

De bovengenoemde punten helpen jou om je in te leven in de kijker en zien wat zij belangrijk vinden om te weten. Bereid je op deze manier voor op de vragen die kunt krijgen als je een bezichtiging hebt. Dan sta je niet met je mond vol tanden en kom je behulpzaam over. Want ook het gevoel van je kijkers is belangrijk voor hun beslissing om wel of niet te kopen. En daar kun jij dus op inspelen.

5. Zet social media effectief in ter promotie van jouw huis

Zelf hebben wij de grootste resultaten met Facebook behaald als het gaat om de verschillende social media kanalen. Daarom willen we je wegwijs maken in dit blauwe medium. Ook als je verder niks hebt met Facebook, raden we je toch aan om je hierin te verdiepen. Je moet het vooral zien als een hulpmiddel om je huis te verkopen.

5.1 Gratis promoten via Facebook

Met behulp van dit hoofdstuk ben je in staat om je huis onder de aandacht te brengen op het meest krachtige Social Media kanaal van dit moment; Facebook.

Waarom Facebook

Facebook wordt in Nederland met meer dan 9 miljoen gebruikers het meest gebruikt. Van deze gebruikers is 50% zelfs dagelijks actief. Het is daarom niet voor niets dat bedrijven sterk aangeraden wordt om actief te zijn op Facebook. En wij raden dit jou als huisverkoper ook aan.

Facebook	9,2 miljoen gebruikers
YouTube	7,1 miljoen gebruikers
LinkedIn	4,1 miljoen gebruikers
Twitter	3,5 miljoen gebruikers
Google +	3,3 miljoen gebruikers
Instagram	1,4 miljoen gebruikers
Pinterest	1,1 miljoen gebruikers

De meest gebruikte Social Media-kanalen in Nederland

We hebben onze krachtigste Facebook strategieën voor je samengevoegd in dit hoofdstuk om ze met jou te delen. Wij zijn er namelijk van overtuigd: **Je kunt je huis daadwerkelijk sneller verkopen met Facebook!**

Maak een Facebook Pagina aan

Het aanmaken van je eigen Facebookpagina voor het promoten van je huis heeft een aantal voordelen ten opzichte van het promoten op jouw persoonlijke profiel.

Zo kun je:

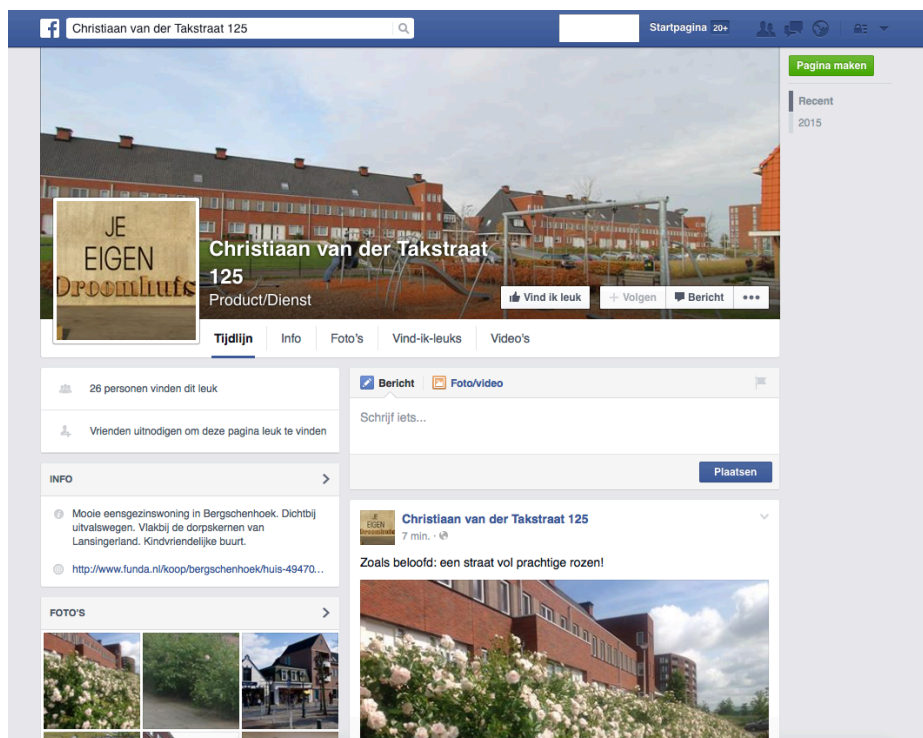
- Adverteren op Facebook
- Zorgen dat mensen je pagina Liken
- Berichten vooraf inplannen
- De resultaten meten
- En meer bijkomende voordelen.

Om het maximale uit Facebook te kunnen halen is het van belang dat je een bedrijfspagina aanmaakt op Facebook.

Je eigen huispromotie pagina op Facebook

Als je ervoor kiest om de stap te zetten om actief je huis te gaan promoten, dan zit je bij dit hoofdstuk goed. We zullen je precies uitleggen wat de mogelijkheden zijn van je Facebook promotie pagina en hoe je resultaten behaalt.

Eerst even een voorbeeld van hoe dit eruit kan zien:



Een voorbeeld van een Facebook huispromotie pagina

Je eigen Facebook pagina

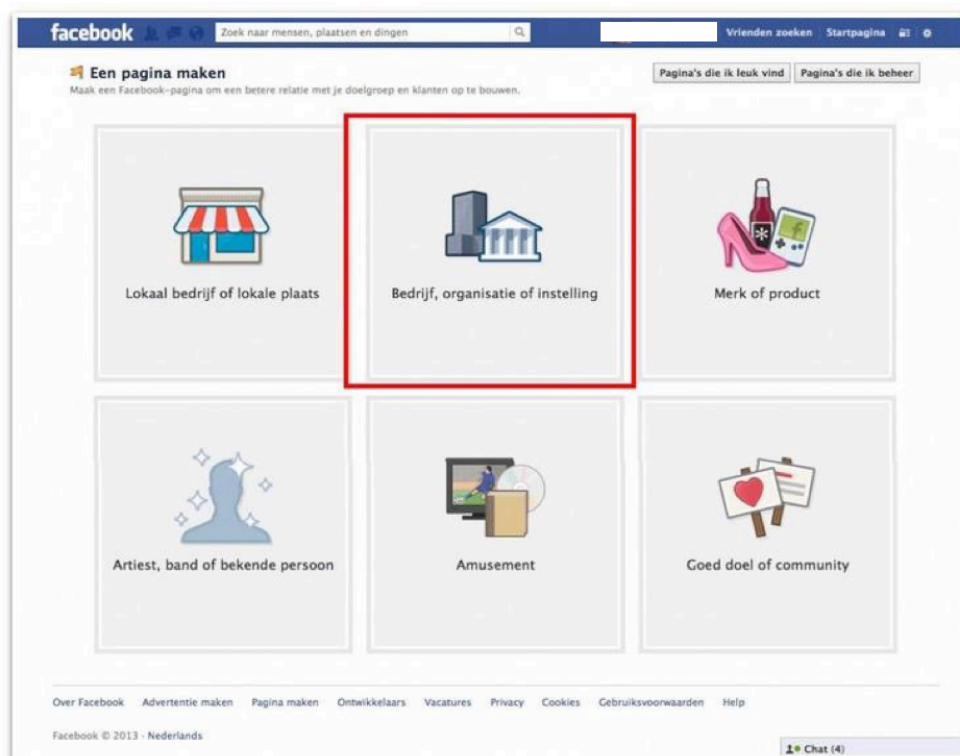
Dan is het nu tijd om je eigen Facebook huispromotie pagina aan te maken. Een pagina (ook wel Fanpage genoemd) is altijd gekoppeld aan een persoonlijk profiel. Het hangt er als het ware als een extra ballon aan vast. Het is dus noodzakelijk dat je een persoonlijk profiel hebt, want deze zul je ook moeten gebruiken om een pagina aan te kunnen maken.

Degenen die jouw pagina gaan 'liken' zullen nooit (zonder een geaccepteerd vriendschapsverzoek) toegang tot je persoonlijk profiel krijgen.

Stap 1. Klik op het pijltje in de blauwe bovenbalk en daarna op Pagina maken



Stap 2. Kies vervolgens voor het blok waarin staat: 'Bedrijf, Organisatie of Instelling'. Natuurlijk is een dergelijke pagina vooral voor bedrijven bedoelt, maar als huispromotor is dit de beste optie om gebruik van te maken.



De juiste pagina aanmaken

Het is goed om de instellingen van jouw Facebook promotiepagina te verkennen en zo nodig aan te passen. Je zult hierin keuzes moeten maken waar je je goed bij voelt.

Kunnen de bezoekers een reactie plaatsen met een foto of een video of beperkt je dit? Hoeveel interactie wil je met je bezoekers? Hou daarbij in gedachte dat als je interactie hebt met mensen over je huis, deze mensen dus op enige manier geïnteresseerd zijn in je huis. Je weet nooit waar het toe kan leiden.

Interactie zorgt er ook voor dat anderen zien dat er over je huis gepraat wordt. Dat maakt je huis extra aantrekkelijk. Want waarom zouden er mensen geïnteresseerd zijn in jouw huis? Het maakt anderen nieuwsgierig.

Facebook pagina bonus tip

Tot zover het aanmaken van een Facebook promotie pagina. In principe zou je nu kunnen starten met het promoten van je huis en je vrienden gaan uitnodigen om de pagina leuk te vinden. Maar om zoveel mogelijk mensen zover te krijgen om je pagina te 'liken', is het verstandig om deze eerst te vullen met gegevens, zodat de eerste bezoekers niet op een lege pagina terechtkomen.

5.2 Een Facebook-handigheid die je veel tijd bespaart

Het is mogelijk om je berichten op Facebook in te plannen. Hier heb je geen andere tool voor nodig. Het inplannen van berichten op Facebook kan alleen als je een bedrijfspagina hebt. (En die heb je, als je de vorige hoofdstukken hebt doorgelezen en toegepast).

De voordelen van het inplannen van berichten zijn groter dan alleen tijdswinst:

- Je denkt beter na over de berichten – je werkt doelgerichter
- Je Facebook berichten worden krachtiger
- Je bent aan het promoten op de gewenste tijd
- Het geeft jezelf meer rust doordat je een systeem toepast
- Je hoeft niet elke dag zelf op Facebook te kijken
- Je plant je berichten ruim van te voren in
- En heel belangrijk: Je houdt meer tijd over

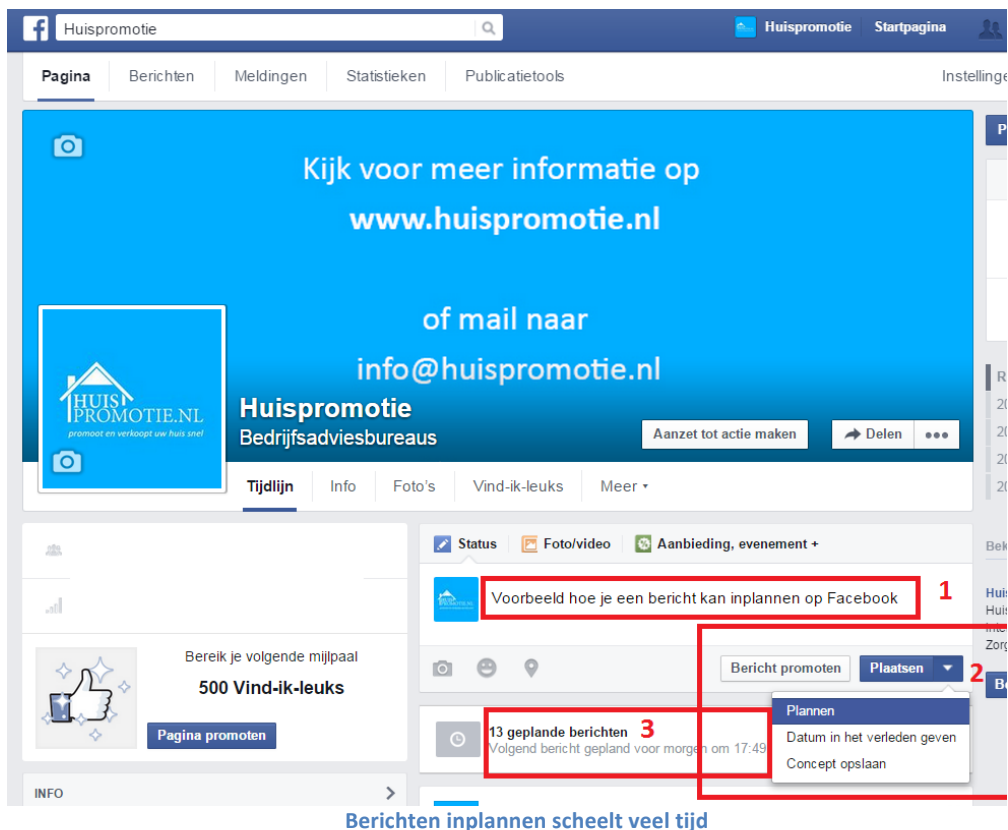
Hoe kan je berichten inplannen op Facebook?

Om Facebook berichten te kunnen inplannen ga je naar je Facebook huispromotie pagina. We laten hieronder stapsgewijs zien op welke wijze je berichten kunt gaan inplannen.

Stap 1. Ga naar je promotie pagina

Stap 2. In het tekst vak kun je je bericht typen zoals je dat normaal gesproken ook doet als je direct een bericht wilt plaatsen. Je ziet dat in onderstaande afbeelding rood omlijnd bij nummer 1. Je kunt er natuurlijk ook voor kiezen om een foto of video toe te voegen. Hier wordt het bericht in ieder geval meer 'likeable' van.

Stap 3. Klik nu **niet** op de knop 'Plaatsen' maar op het driehoekje er direct naast. Je ziet dan een dropdown-menu verschijnen. Je ziet dat in onderstaande afbeelding rood omlijnd nr. 2.



Stap 4. Klik vervolgens op 'Plannen'. Je ziet dan wat je ziet in de volgende afbeelding:



Kies de juiste datum waarop het bericht moet worden geplaatst

Stap 5. Kies de gewenste datum en tijd om je bericht te plannen. Daarna klik je op 'plannen'.

Stap 6. Herhaal dit net zo vaak totdat je een leuk aantal berichten hebt ingepland en je er de komende week of twee niet meer druk om hoeft te maken. Wanneer je een bericht hebt ingeplant zie je dat dit direct op je pagina wordt vermeldt. Zie onderstaande afbeelding voor ons voorbeeld. Je ziet dat wij 14 geplande berichten hebben en de eerst volgende bericht morgen om 17.49 uur wordt geplaatst:



Laat je berichten checken

Het is van belang dat je de berichten even laat checken door iemand in je omgeving. Je wilt geen spelfouten of andere dingen over het hoofd zien. Maak daarom de berichten eerst in Word of een ander tekstprogramma, dan kun je ze eenvoudig even naar iemand mailen.

Ga minimaal 1x per week bezig met de berichten

Het beste is om een vast tijdstip te plannen wanneer je bezig gaat met de berichten. Vaak is een half uurtje per week al voldoende. (indien je de stappen van hoofdstuk één goed hebt uitgevoerd). Als de berichten zijn aangemaakt kijk dan even onder het activiteitenlogboek hoe de berichten eruit komen te zien. Dat doe je eenvoudig door naast de melding van het aantal geplande berichten te klikken op 'Berichten bekijken'.

5.3 Betaald promoten op Facebook

Eindeloze mogelijkheden – een stappenplan

Op Facebook heb je tal van advertentiemogelijkheden. We zouden ze allemaal kunnen gaan behandelen, maar de meeste spreken voor zich.

Je hebt kleine advertenties en grote advertenties met of zonder afbeelding. Daarnaast kan je nog de plek kiezen waar je wilt dat de advertentie te zien is. Dit klinkt allemaal heel technisch, maar dat is het totaal niet. Volg de onderstaande stappen en je zult zien dat je binnen een paar minuten een advertentie hebt op Facebook.

Hoe maak je een campagne aan

Let op! Je kan alleen een Facebook advertentie aanmaken als je een eigen promotie pagina hebt aangemaakt. Dit is één van de grootste voordelen van je eigen Facebook promotie pagina. We hebben een stappenplan voor je gemaakt.

Stap 1. Twee verschillende advertentievormen

Je hebt twee verschillende doelen waarmee je kan gaan adverteren. Je kan ervoor zorgen dat de pagina meer likes krijgt, waardoor het bereik van de berichten die je vervolgens op de tijdlijn plaatst een groter bereik hebben (gratis).

Zonder likes ziet niemand de berichten die je plaatst op de tijdlijn van de pagina. Dus vooral in het begin is het van belang om likes te genereren. Een ideale manier om meer likes te krijgen is door Facebook adverteren in te zetten (Stap 2a, de like-campagne).

Een andere manier om Facebook adverteren in te zetten is door bezoekers vanaf Facebook direct door te verwijzen naar bijvoorbeeld Funda.nl, Huispromotie.nl of de website van de makelaar waarop het huis vermeldt staat (Stap 2b, de verwijs-campagne).

Let hierbij op dat je altijd direct doorverwijst naar de pagina waarop jouw huis te koop staat. Hoe je dit doet wordt stap voor stap behandeld.

Stap 2. Advertentievormen opzetten

De twee advertentiemogelijkheden worden hieronder beschreven. We beginnen eerst met een campagne aan te maken om meer likes te krijgen voor je promotie pagina. Daarmee kan je een groter bereik krijgen voor je berichten op Facebook. Wil je direct meer mensen naar je advertentie? Ga dan gelijk verder naar stap 2b.

Stap 2a. Like campagne

Let op, dit is een omvangrijke stap. Om een like-campagne aan te maken klik je rechtsboven op je pagina op 'Promoten', zie ook de afbeelding hieronder.

Vervolgens kies je voor 'Je pagina promoten'.



Wanneer je hebt geklikt op 'Je pagina promoten', zie je een rood omlijnde tekst verschijnen zoals in de onderstaande afbeelding (het gedeelte links van het tekst vak, het advertentievoorbeeld, ziet er bij jou anders uit, afhankelijk van de opbouw van jouw pagina).

Advertentievoorbeeld

Nieuwsoverzicht op volledige website | Nieuwsoverzicht op mobiele apparaten | Rechterkolom

Voorgestelde pagina

Huispromotie
Gesponsord

Huispromotie.nl - Promoot en verkoopt uw huis snel! www.huispromotie.nl Meer...

www.huispromotie.nl

of mail naar
info@huispromotie.nl

Advertentiestatus Stopgezet

Je advertentie is op dit moment tijdelijk stopgezet en kan op elk moment worden hervat zonder dat hierbij de statistieken of instellingen van de advertentie verloren gaan.

Je advertentie maken Bewerken

Tekst Huispromotie.nl - Promoot en verkoopt uw huis snel! www.huispromotie.nl Meer...

Doelgroep Bewerken

Locatie - Woonachtig in: Nederland
Interesses: Dienst (economie), Dienstverband, Promotie (marketing), Reclame of I...
Uitgesloten connecties: Mensen uitsluiten die Huispromotie leuk vinden
Leeftijd: 21 - 65+
Plaatsingen: Nieuwsoverzicht en rechterkolom op desktopcomputers of Nieuwsov...

Budget bewerken Bewerken

Huidig budget: Je advertentie wordt 10 dagen weergegeven. Je geschatte totale kosten voor deze advertentie zijn € 46,77.

Je eigen advertentie maken op Facebook

Aan de rechterkant kan je wijzigen doorvoeren door te klikken op 'Bewerken'.
Aan de linkerkant zie je tegelijkertijd de veranderingen.

We laten nu zien hoe je de advertentietekst kan wijzigen.

Klik op 'Bewerken' en typ de gewenste verkooptekst in het tekstvak, zoals in de onderstaande afbeelding te zien is. Aan de linkerkant boven de afbeelding zie je tekst verschijnen. De afbeelding erboven kan wijzigen.

Voorgestelde pagina

Huispromotie
Gesponsord

Rechts typ je de verkooptekst en aan de linkerkant zie je het voorbeeld. Heel simpel dus!

www.huispromotie.nl

of mail naar
info@huispromotie.nl

Je advertentie maken Verbergen

Afbeelding [?] Uploaden Afbeelding verplaatsen

Tekst [?] Rechts typ je de verkooptekst en aan de linkerkant zie je het voorbeeld. Heel simpel dus!

Doelgroep Bewerken

Locatie - Woonachtig in: Nederland
Interesses: Dienst (economie), Dienstverband, Promotie (marketing), Reclame of I...
Uitgesloten connecties: Mensen uitsluiten die Huispromotie leuk vinden
Leeftijd: 21 - 65+
Plaatsingen: Nieuwsoverzicht en rechterkolom op desktopcomputers of Nieuwsov...

De tekst voor je advertentie bewerken

De doelgroep kan je bepalen door op 'Bewerken' te klikken achter het woord 'Doelgroep'. Je ziet dan de opties verschijnen zoals in de onderstaande afbeelding:

Doelgroep Verbergen

Locatie [?] Netherlands x

Interesses [?]

Dienst (economie) x Dienstverband x

Promotie (marketing) x Reclame x Informatie x

Voeg 4-10 interesses toe...

Verskillende doelgroep opties

Onder locatie kan je ervoor kiezen om een bepaald land in te vullen, maar je kan ook een bepaalde stad of provincie invullen. Wanneer je begint te typen achter 'Locatie', verschijnt vanzelf het gebied dat je vervolgens kan selecteren om te gebruiken.

Bij interesses kan je bepaalde interesses aangeven, waarvan je denkt dat ze passen bij het publiek dat je voor ogen hebt. Wanneer je de locatie en de interesses hebt aangeven kan je eronder de gewenste leeftijd selecteren.

Het laatste onderdeel, het budget, is erg belangrijk om goed in te stellen. Je wilt niet teveel uitgeven zonder dat je dat zelf weet. Daarom; stel je budget van tevoren in, zodat je niet voor verrassingen komt te staan.

Onder budget kan je het gewenste budget opgeven en de gewenste advertentieduur. Stel dit goed in, zie de volgende afbeelding:

The screenshot shows the 'Budget bewerken' (Edit budget) section of a Facebook ad campaign. At the top right is a 'Verbergen' (Hide) link. The 'Budget per dag' (Daily budget) is set to '€ 5,00', with a note below it stating 'Circa 8 - 33 vind-ik-leuks per dag' (Approximately 8 - 33 likes per day). Under the 'Schema' (Schedule) section, the option 'Bepaal wanneer deze advertentie wordt beëindigd' (Specify when this ad ends) is selected. Below this, three buttons are visible: '7 dagen', '14 dagen', and '28 dagen'. At the bottom, the ad will run 'tot 4-6-2015' (until 4-6-2015) in the 'Europa/Amsterdam' region.

Het instellen van het advertentiebudget

Je ziet op de afbeelding dat we voor een budget van € 5,- per dag al 30 Likes kunnen krijgen. Je kan ook de einddatum direct instellen. Het is wel aan te raden om Facebook adverteren minimaal één maand in te zetten om zoveel mogelijk relevante potentiële kopers te bereiken.

Wanneer je alle stappen hebt doorlopen klik je op 'Wijzigingen opslaan'. De advertentie zal dan worden gekeurd door Facebook. Vaak staat de campagne al binnen een paar minuten online.

Stap 2b. Bezoekers direct doorverwijzen naar het huis (Verwijs-campagne)

De bezoekers direct doorverwijzen naar het huis is de andere manier om Facebook adverteren in te zetten. Dit is een zeer doelgerichte manier van adverteren, omdat de bezoekers direct jouw huis in beeld krijgen wanneer ze op de advertentie hebben geklikt.

We gaan nu samen de stappen doorlopen.

Om een verwijs-campagne aan te maken klik je op 'Promoten' rechtsboven in je promotie pagina (zie onderstaande afbeelding). Vervolgens kies je voor 'Promoot je website'.



Het aanmaken van een campagne die direct doorverwijst naar de advertentie

Wanneer op 'Promoot je website' hebt geklikt zie je de volgende afbeelding in beeld verschijnen:

 A screenshot of the 'Advertentie maken' (Create Ad) form. The form is divided into two main sections: 'Advertentie maken' on the left and 'Doelgroep kiezen' (Choose Target Audience) on the right.

 Under 'Advertentie maken':

- URL: http://www.huispromotie.nl/
- Kop: Huispromotie
- Tekst: Huispromotie.nl - Promoot en verkoopt uw huis snel! www.huispromotie.nlM...
- Aanzet tot actie (optioneel): Knop kiezen ▼
- Afbeelding: of upload één
- Advertentievoorbeeld: (empty field)

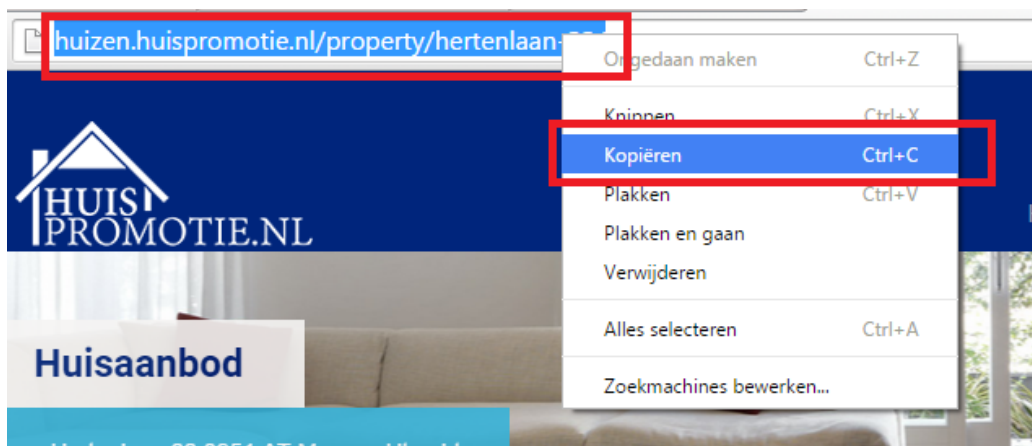
 Under 'Doelgroep kiezen':

- Locatie: Nederland
- Interesses: Dienst (economie), Strategische planning, Sollicitatiegesprek, Organisatieadviesbureau, Strategisch management. (Note: Voeg 4-10 interesses toe...)
- Leeftijd: 21 - 65+
- Geslacht: Beide, Mannen, Vrouwen

 At the bottom center, there is a blue link: 'Instellingen voor je advertentie'.

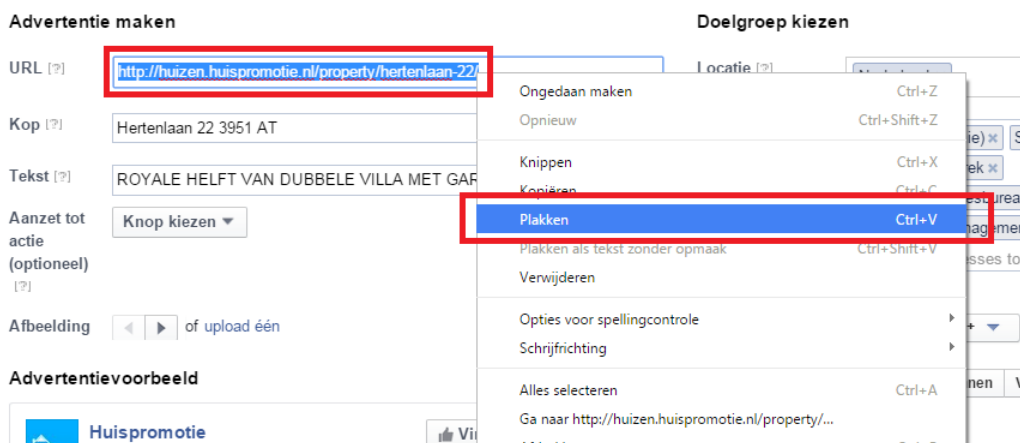
Let op! De URL (het unieke adres waarmee de locatie van een webpagina op internet wordt aangegeven) is een belangrijk onderdeel bij het opzetten van de campagne.

In het bovenstaande voorbeeld zie je <http://www.huispromotie.nl> staan. Wanneer je zelf een campagne opzet wil je niet dat de bezoekers naar onze homepage gaan, maar direct jouw huis gaan bekijken. Ga daarom naar de specifieke pagina waarop jouw huis staat en kopieer die specifieke URL, zie onderstaande afbeelding:



Voorbeeld van een te kopiëren URL van een advertentie

Als je de URL gekopieerd hebt, plak je deze op de plek achter het woordje 'URL', zoals in de onderstaande afbeelding:



De juiste link naar de juiste advertentie

Wanneer je dat hebt gedaan zal Facebook direct een aantal afbeeldingen vanaf de website uploaden en een advertentietekst samenstellen. Zoals je kunt zien kan je zelf de titel aanpassen bij 'Kop' (zie onderstaande afbeelding). Ook kun je de advertentietekst bij 'Tekst' wijzigen. Beide kan aan de linkerkant van het beeld.

Aan de rechterkant kan je de locaties selecteren waarvan je denkt waar de kopers zich bevinden. Ook de interesses en de leeftijd selecteer je aan de rechterkant.

Website promoten

Advertentie maken

URL [?]:

Kop [?]:

Tekst [?]:

Aanzet tot actie (optioneel) [?]:

Afbeelding:

Advertentievoorbeeld



Huispromotie

Gesponsord

ROYALE HELFT VAN DUBBELE VILLA MET GARAGE Op een werkelijk zeer mooie locatie

Doelgroep kiezen

Locatie [?]:

Interesses [?]:

Voeg 4-10 interesses toe...

Leeftijd: -

Geslacht:

Conversiepixel kiezen

Pixel (optioneel) [?]:

Titel en tekst aanpassen van de advertentie

Als je deze stappen hebt doorlopen scrol je verder naar beneden voor het instellen van het budget.

Het instellen van je budget

Het laatste onderdeel, het budget, is erg belangrijk om goed in te stellen. Je wilt niet teveel uitgeven zonder dat je het zelf weet. Daarom stel je budget van tevoren in, zodat je niet voor verrassingen komt te staan:



Huispromotie

Gesponsord

Te Koop ROYALE HELFT VAN DUBBELE VILLA MET GARAGE Op een werkelijk zeer mooie locatie



Te Koop in Utrecht € 439.000

HUIZEN.HUISPROMOTIE.NL

Conversiepixel kiezen

Pixel (optioneel) [?]:

Budget kiezen

Budget per dag [?]:

Circa 22 - 41 klikken per dag

Schema [?]: ☐ Deze advertentie doorlopend weergeven
☒ Bepaal wanneer deze advertentie wordt beëindigd

Deze advertentie weergeven tot

(Europa/Amsterdam)

Onder budget kan je het gewenste budget opgeven en de gewenste advertentieduur. Stel dit goed in. Je ziet dat we voor een budget van € 5,- per dag al 40 klikken naar het huis kunnen krijgen. Je kan ook de einddatum direct instellen.

Het is wel aan te raden om Facebook adverteren minimaal één maand in te zetten om zoveel mogelijk relevante potentiële kopers te bereiken. Wanneer je alle stappen hebt doorlopen klik je op 'Promoten'. Vervolgens krijg je een nieuw scherm te zien waarin je dient af te rekenen. Als je dit proces hebt doorlopen zal de advertentie worden gekeurd door Facebook. Vaak staat de campagne al binnen een paar minuten online.

Inzicht in je Facebook advertentieresultaten

Alle tijd en moeite die in Facebook activiteiten wordt gestopt is leuk, maar het draait uiteindelijk om het boeken van resultaat. Resultaten doormeten is echt van belang om je huis sneller te verkopen.

Het is belangrijk om te meten, anders besteedt je wellicht veel tijd en geld aan de verkeerde berichtgeving. Een aantal punten die van belang zijn om te meten zijn:

Bereik

Wie bereik je met de berichten en groeit dit aantal? Bekijk per maand hoeveel personen er worden bereikt en of dit aansluit bij de gewenste doelgroepen. Zo kunt u bekijken of dit aantal groeit en welke berichten populair zijn.

Engagement

Hoe betrokken zijn de personen die worden bereikt? Bekijk hoe vaak de berichten worden gelezen, gedeeld en hoe vaak er wordt gereageerd.

Traffic

Hoeveel bezoekers komen via Facebook op de website waarop het huis staat vermeld is een belangrijk meetpunt. Wanneer je gebruikt maakt van diensten van Huispromotie.nl is dit inzichtelijk. Bij websites zoals Funda.nl zijn deze gegevens vaak niet in te zien.

Facebook daarentegen heeft een beheerderssysteem waarmee je statistieken kunt bekijken. In onderstaand voorbeeld kun je de cijfers van een Facebook pagina zien. De onderstaande berichten zijn gepubliceerd op een bedrijfspagina (gratis).

Je ziet dat een aantal berichten het heel goed doen. Je kan er vervolgens voor kiezen om de meest populaire berichten te gaan promoten. Dit doe je door achter het bericht te klikken op 'Bericht promoten', zie ook de volgende afbeelding:

■ Bereik: organisch/betaald ■ Klikken op berichten ■ Vind-ik-leuks, reacties en gedeelde items						
Gepubliceerd	Bericht	Type	Doelgroep	Bereik	Betrokkenheid	Promoten
19-9-2014 16:52	 Uploads vanaf je telefoon			1,5K ■	48 88 ■	Bericht promoten
14-9-2014 21:21	 De Gulden Leeuw			2K ■	274 79 ■	Bericht promoten
11-9-2014 23:45	 Bedankt voor deze mooie plaatjes! Mocht je zelf ook nog leuke foto's hebben stuur ze dan			2,2K ■	233 85 ■	Bericht promoten
11-9-2014 7:48	 Hij heeft een stukje geschiedenis in handen..			1,6K ■	72 90 ■	Bericht promoten
10-9-2014 19:13	 Bedankt voor de inzendingen! Like en deel onze Facebookpagina Delfsail 2016			3K ■	351 154 ■	Bericht promoten

Het beste bericht ga je nog meer promoten

Wanneer je op 'Bericht promoten' hebt geklikt wordt de volgende afbeelding zichtbaar:

Aan de rechterkant onder doelgroep heb je drie verschillende keuzes. Je kan een bericht laten zien aan de mensen je pagina al hebben geliked.

Of je laat het bericht zien aan de mensen die je pagina hebben geliked én aan de vrienden van deze personen. Het voordeel hiervan is dat vrienden vaak dezelfde interesses en inkomen hebben én bij elkaar in de buurt wonen.

Op deze manier zit je weer heel dicht bij de doelgroep.

En de derde manier is dat je personen gaat bereiken die je pagina nog niet hebben geliked. Bij deze advertentievorm kan je weer op bepaalde aspecten, zoals leeftijd interesses etc. adverteren. Aan de rechterkant zie je de advertentie instellingen. Let op dat je het budget goed instelt.

Samenvatting Facebook adverteren

Facebook is het **grootste sociale netwerk** ter wereld. Het netwerk heeft meer dan 1 miljard gebruikers over de hele wereld, waarvan ongeveer 9 miljoen Nederlandse gebruikers.

Wil je dus heel gericht doelgroepen bereiken? Adverteer dan op Facebook. Verder is adverteren op Facebook ook ontzettend handig, je kunt namelijk instellen dat je advertentie alleen bij een specifieke doelgroep terechtkomt. Met het speciale programma 'Facebook Ads' kan je op basis van verschillende criteria advertenties vertonen bij de gewenste doelgroep. Het gaat om criteria als leeftijd, geslacht en regio, maar ook om interesses, activiteiten en profielkenmerken.

Ook is het een voordeel dat via Facebook de advertenties **zowel tekst als beeld** kunnen bevatten, waardoor je meer mogelijkheden hebt om het huis goed onder de aandacht te brengen. Tot slot kan je via Facebook **statistieken bekijken** om te zien wie je hebt bereikt met de advertenties, hoe vaak ze zijn gedeeld en hoeveel likes er zijn gegenereerd. Zo kan je bepalen welke berichten

wel en niet aanslaan bij de doelgroepen. Vervolgens kan je de campagne verder optimaliseren.

Je hebt twee verschillende doelen waarvoor je kan gaan adverteren. Je kan ervoor zorgen dat de pagina meer Likes krijgt met een like-campagne, waardoor het bereik van de berichten die je vervolgens op de tijdlijn plaatst een groter bereik hebben (gratis).

Zonder Likes ziet niemand de berichten die je plaatst op de tijdlijn. Een andere manier om Facebook adverteren in te zetten, is door bezoekers vanaf Facebook direct door te verwijzen naar bijvoorbeeld Funda, huispromotie of de website van de makelaar waarop het huis vermeldt staat, de verwijs-campagne. Let hierbij op dat je altijd direct doorverwijst naar de pagina waarop jouw huis te koop staat.

5.4 Inspiratie voor berichten op social media

We kunnen ons voorstellen dat je opziet tegen het plaatsen van allemaal berichten. Het valt niet te ontkennen dat daar wel enige discipline voor nodig is. Toch kun je jezelf een handje helpen. Hierbij een aantal tips op een rij.

Speel in op bijzondere gebeurtenissen

Het is aan te raden om in te spelen op grote evenementen zoals het WK voetbal, de Olympische Spelen en de Elfstedentocht. Het betreft hier evenementen waar men veel belangstelling voor heeft en die tevens een saamhorigheidsgevoel kunnen opwekken.

Probeer dus berichten te bedenken waarmee je jouw huis in verband brengt met een groot evenement. Het mag heel erg ver gezocht zijn, het gaat om de herkenning bij de lezer.

Dergelijke grote evenementen zijn het moment om een goede 'inhaker' te posten op Facebook. Met inhakers bedoelen we berichten of advertenties die 'inhaken' op een bijzondere dag. Een inhaker kan veel positieve aandacht genereren voor jouw pagina. Daarbij is de juiste toon en inhoud van groot belang. Maar het is ook belangrijk om al vroeg op de dag een leuk bericht te plaatsen, zodat gedurende de dag veel bezoekers krijgt.

Noteer ingevingen

Wanneer je eenmaal aan de slag gaat met het plaatsen van Facebook berichten, kan het voorkomen dat de inspiratie jou in de steek laat. Maar doordat je er mee bezig gaat krijg je ingevingen op de raarste momenten. Probeer jouw ingevingen altijd te noteren zodat je ze bij de eerstvolgende sessie kan verwerken.

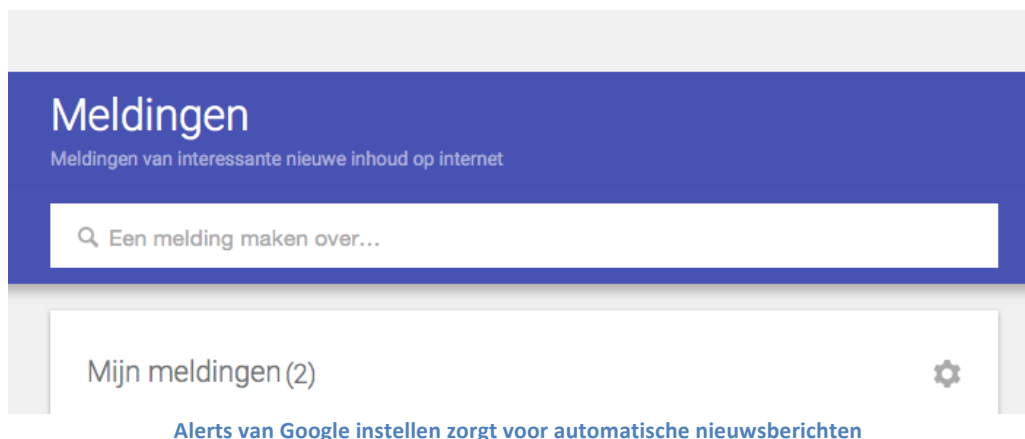
Abonneer je op lokale berichtgevers

Soms is het mogelijk om je op lokale nieuwsberichten te abonneren. Deze krijg je dan via je mail binnen of je krijgt ze binnen via Facebook, aangezien je hun pagina hebt geliked. Vooral in het laatste geval is het natuurlijk erg makkelijk om deze berichten te delen op je eigen pagina. Het geeft daarbij niet aan dat het bericht oorspronkelijk komt van iemand anders. Jij bent degene die het

relevante nieuws dat betrekking heeft op jouw pagina verzameld. Op je eigen pagina kan je positief of negatief nieuws zelf onderscheiden.

Gebruik alerts van google

Maak meerdere zoekopdrachten aan op <http://www.google.com/alerts> (Afbeelding 26) met woorden die betrekking hebben op je fans, hun interesses en de kernwoorden waar jouw pagina over gaat.



Je ontvangt dan regelmatig e-mails van Google met zoekresultaten. Deze content kun je gebruiken als content voor je berichten op je pagina. Bijvoorbeeld, een van de zoekopdrachten in Alerts kan zijn de plaats waar je in woont. Alle nieuwsberichten en blogs over jouw woonplaats die op Internet zijn geplaatst, ontvang je dan in een e-mail. Die informatie kun je dan gebruiken om berichten op je Facebook pagina te plaatsen.

Post filmpjes

Je kunt naast het schrijven van leuke berichten ook gebruik maken van bewegende beelden; laat een filmpje zien. Je kunt heel eenvoudig jezelf opnemen en wat vertellen over je huis.

Natuurlijk zul je hiervoor een drempel over moeten als je nog nooit zelf een filmpje hebt opgenomen. Maar degene die jouw huis gaat kopen koopt niet alleen met zijn verstand, maar grotendeels (zo niet merendeels) met zijn gevoel.



Niet iedereen zet zichzelf zomaar op film....

Het is daarom aan te bevelen hierop in te springen door de potentiële koper het huis te laten beleven. Wij zijn er van overtuigd dat belevenis op afstand het beste tot zijn recht komt met een filmpje.

Het mooie is dat tegenwoordig iedereen wel een camera op zijn of haar smartphone heeft zitten. De belangrijkste aspecten bij het opnemen van een filmpje hebben we in 7 tips samengevat:

1. Zorg dat het niet te lang is

Maak je video niet te lang. 40 a 60 seconden is de maximum tijd voor je eerste filmpje. Start klein. Uitbouwen/langere films maken kun je altijd nog. Eerst wennen om in een camera te praten.

Te kort kan je filmpje nooit zijn. Al is je filmpje maar 15 seconden. Het maakt niet uit. Het gaat in het begin om de ervaring.

2. Eén onderwerp

Behandel één onderwerp/één doel. Betrek geen andere onderwerpen bij het onderwerp. Behandel alleen dat specifieke onderwerp.

Bijvoorbeeld behandel het antwoord op de vraag: “Waarom heb ik destijds dit huis gekocht?”.

3. Wees duidelijk

Wees duidelijk en to the point. Geen langdradige verhalen. De kijker wil het liefst direct het antwoord zonder veel poespas en blabla er om heen.

Bijvoorbeeld: “Waarom ik dit huis heb gekocht? Omdat ik van zwemmen hou en het zwembad letterlijk om de hoek ligt”.

4. Voordelen benoemen

Benoem ten minste één voordeel (mogen er ook meerdere zijn, maar let wel op de tijd):

Bijvoorbeeld: “Doordat het zwembad om de hoek is, is de drempel erg laag om er even naar toe te gaan. Ik vind het heerlijk om zo makkelijk lekker fit en gezond te kunnen blijven.”

5. Waardevolle informatie

Geef waardevolle informatie. Vergeet daarbij niet dat alle weetjes over je huis waardevol zijn voor een koper.

6. Hou het simpel

Hou het simpel en wees niet te kritisch. Maak het niet moeilijker dan nodig en leg de "perfectiedrempel" niet (te) hoog. Het gaat altijd om de inhoud!

7. Wees je zelf

Doe jezelf niet anders voor als wie je bent. Puur natuur dus, maar zorg er wel voor dat je spontaan en energiek overkomt. Zet een lach op. Raap alles bij elkaar en geef jezelf voor 110%. Een positieve en energieke video zorgt er voor dat de kijkers langer blijven kijken. Daarnaast maak je gelijk een goede indruk en krijg je meer vertrouwen van de kijker.

De hardware

Zoals je leest gaan de meeste tips over jou en niet over het soort camera dat je moet gebruiken of over de belichting. Natuurlijk kun je hier een beetje op letten, je moet wel zichtbaar zijn op het filmpje. Maar het belangrijkste is dat je er mee start!

Het mooie van een filmpje is dat je het eenvoudig kan delen op Facebook en andere sociale media. En het is een goede afwisseling in de posts die je op Facebook plaatst naast de berichten met tekst en afbeeldingen.

6. Hoe je de grootste zoekmachine ter wereld inzet

Google is de grootste zoekmachine van de wereld. Het is belangrijk om goed gevonden te worden op Google wanneer mensen op zoek gaan naar huizen bij jou in de omgeving. Met Google Adwords is het mogelijk om direct vindbaar te zijn op Google. Je kunt adverteren in de gewenste gebieden en op relevante woorden.

6.1 Promoten via Google

Wat is Google Adwords?

Google Adwords is het advertentieprogramma van Google. Het woord advertentie schrikt veel mensen af, want zoals bij veel advertentieplatformen dient er betaald te worden. Er zijn verschillende mogelijkheden om te adverteren met Google Adwords. Maar dit is in veel gevallen niet nodig. Google Adwords kan voor veel huisverkopers helpen om het huis succesvol te verkopen.

Google Adwords kan op verschillende manieren worden ingezet.

- In de gewenste demografische gebieden het huis tonen op Google
- Het huis tonen op Google op relevante zoekwoorden
- Het huis tonen op relevante websites

In de gewenste demografische gebieden het huis tonen op Google

In dit voorbeeld laten we zien hoe je een Adwords zoekcampagne opzet. Met de zoekcampagne bedoelen we dat de advertenties alleen op Google worden vertoond wanneer potentiële kopers op zoek gaan naar een huis bij jou in de omgeving.

We gebruiken een huis in Groningen als voorbeeld.

Stap 1. Ga naar [Google.nl/adwords](https://www.google.nl/adwords) en maak een campagne aan:

Welkom bij AdWords.

Uw eerste campagne maken

Aan de slag

1. Kies uw budget
2. Uw advertenties maken
3. Selecteer zoekwoorden om uw advertenties te verbinden met potentiële klanten
4. Geef uw factureringsgegevens op.

Voor ervaren adverteerders

Kies een van de volgende opties en ga aan de slag met alle AdWords-functies

- [Begin met het maken van geavanceerde campagnes](#)
- [Ga naar instellingen voor facturering](#)
- [Stel het bijhouden van conversies in](#)

Meer informatie

Algemene vragen

- [Waar worden mijn advertenties weergegeven?](#)
- [Wat kost AdWords?](#)
- [Hoe kies ik een budget?](#)
- [Hoe kies ik een maximum CPC-bod?](#)
- [Hoe sla ik zoekwoorden op?](#)
- [Hoe schrijf ik getargete advertentietekst?](#)

[Help-centrum doorzoeken](#) [Zoeken](#)

Meer bronnen

- Voor gratis hulp bij het opzetten van een campagne belt u: **0800 265**
- Wilt u eerst de nodige basiskennis opdoen? Raadpleeg dan onze [Help](#)
- Bent u op zoek naar een Certified Partner voor AdWords die uw account kan helpen verbeteren? [AdWords-partners](#)

Wilt u aanvullende help?

- ✓ Gepersonaliseerde ideeën en speciale aanbiedingen ontvangen die zijn gebaseerd op uw zoekwoorden.
- ✓ AdWords-nieuwsbrieven ontvangen met praktische tips en aanbiedingen.

Op google adwords een campagne aan maken

Stap 2. De juiste instellingen

1 Campagne-instellingen selecteren — 2 Een advertentiegroep maken

Type: Zoeknetwerk met Display-selectie - Standaard

U kunt nu uw eerste campagne gaan maken.

Richt u om te beginnen op één product of service. U kunt op elk gewenst moment deze instellingen bewerken of uw account uitbreiden. Als u hulp nodig heeft, houdt u de muisaanwijzer l

Campagnenaam

Type   Zoeknetwerk met Display-selectie  **Standaard** - Tekstadvertenties met zoekwoordtargeting voor het campagnetype 'Zoeknetwerk met Display Select' 

 **Zoeknetwerk met Display-selectie**
De beste kans om de meeste klanten te bereiken

 **Alleen in het Zoeknetwerk**
Google Zoeken en zoekpartners

 **Alleen Display Network**
Google's netwerk van partnerwebsites

 **Shopping**
De beste manier om advertenties met productvermeldingen te maken

Online video

Netwerken 

Selecteer bij 'type' de keuze 'Alleen in het zoeknetwerk'

Bij stap 2 is het van belang dat je de optie 'Alleen in het zoeknetwerk' selecteert onder het kopje 'Type'.

Aan de rechter kant selecteert je vervolgens alle functies:

1 Campagne-instellingen selecteren ————— 2 Een advertentiegroep maken

 Type: **Alleen in het Zoeknetwerk - Alle functies**

U kunt nu uw eerste campagne gaan maken.

Richt u om te beginnen op één product of service. U kunt op elk gewenst moment deze instellingen bewerken of uw account uitbreiden. Als u hulp nodig heeft, houdt u de muisa...

Campagnenaam

Type   **Alleen in het Zoeknetwerk**

- ☐ **Standaard** - Tekstadvertenties met zoekwoordtargeting die worden weergegeven bij Google-zoekresultaten 
- ☒ **Alle functies** - Alle functies en opties die beschikbaar zijn voor het zoeknetwerk 
- ☐ **Installaties van mobiele app** - Advertenties die mensen aanmoedigen uw app te downloaden 
- ☐ **Dynamische zoekadvertenties** - Advertenties getarget op basis van uw website-inhoud 

[Meer informatie over campagnevormen](#)

Selecteer hier 'Alle functies'

Locatie selecteren waar de potentiële kopers zich bevinden

We gebruiken in dit voorbeeld een huis in Groningen. Daarom kiezen we ervoor om onze advertenties alleen aan personen in Groningen te tonen die op zoek gaan op Google om een huis te kopen.

Locaties Welke locaties wilt u targeten (of uitsluiten) in uw campagne?

☐ Alle landen en gebieden

☐ Nederland

☒ Laat mij kiezen...

Getargete locaties	Bereik	Alle verwijderen
Groningen, Nederland - provincie	1.210.000	Verwijderen In de buurt

Geef een locatie op om te targeten of uit te sluit [Geavanceerd zoeken](#)

Bijvoorbeeld een land, plaats, regio of postcode.

[+ Locatieopties \(geavanceerd\)](#)

U kunt op basis van uw targetlocaties pagina's targeten waarop deze interfacetalen worden gebruikt:

- Engels
- Nederlands

[Target voorgestelde talen](#)

Talen Kies de taal van de sites waar u uw advertenties graag wilt weergeven. Zorg ervoor dat u uw advertenties schrijft

☒ Alle talen

☐ Arabisch ☐ Hongaars ☐ Portugees

In dit voorbeeld wordt gekozen om Groningen als locatie te 'targeten'

Onder locaties kies je voor de optie 'Laat mij kiezen' en vervolgens voeren we Groningen in. We zien hierbij een bereik van 1.210.000 personen die vallen binnen de provincie Groningen.

Onder talen selecteer je alle talen, omdat je hiermee de meeste mensen bereikt. Het kan zijn dat iemand de Google instellingen in een andere taal heeft en dan wordt uw advertentie over het hoofd gezien.

Bied opties instellen

Je bepaalt zelf hoeveel je per dag wilt investeren in Google Adwords. Dit stel je in onder het kopje Budget per dag. Dit bedrag zal Google dan ook niet overschrijden. Bij 'Standaardbod' geef je een bedrag op die je maximaal voor een klik wilt betalen. Biedt in eerste instantie meer dan je werkelijk wilt betalen. Dit doe je omdat je dan op jouw prijs kunt uitkomen.

Bied-strategie [Basisopties](#) | [Geavanceerde opties](#)

☒ Ik stel handmatig mijn biedingen in voor klikken

U stelt uw maximum CPC-biedingen met de volgende stap in.

☐ AdWords stelt mijn biedingen in om te helpen bij het maximaliseren van klikken in mijn doelbudget

Standaardbod €

Dit bod is van toepassing op de eerste advertentiegroep in deze campagne, die u tijdens de volgende stap maakt.

Budget € per dag

De feitelijke dagelijkse uitgaven kunnen variëren.

[Kies voor handmatig instellen van de biedingen](#)

Een goede startpositie is belangrijk. Stel je wilt 0,30 cent betalen per klik, biedt dan minimaal een euro in de beginfase. Het is afhankelijk per regio hoeveel je uiteindelijk betaald per klik. In Amsterdam zal je bijvoorbeeld meer betalen, dan in Groningen.

U kunt deze optionele functie gebruiken om relevante bedrijfsinformatie op te nemen in uw advertenties. [Rondleiding volgen](#)

- | | | |
|-------------|--------------------------|---|
| Plaats ? | ☐ | Mijn advertenties uitbreiden met locatiegegevens |
| Sitelinks ? | ☐ | Mijn advertenties uitbreiden met links naar delen van mijn site |
| Bellen ? | ☐ | Mijn advertenties uitbreiden met een telefoonnummer |
| App ? | ☐ | Mijn advertenties uitbreiden met een link naar een mobiele/tabletapp. |
| Recensies ? | ☐ | Mijn advertenties uitbreiden met recensies |
| Callouts ? | ☐ | Mijn advertenties uitbreiden met extra beschrijvende tekst |

Geavanceerde instellingen

- [+ Planning: startdatum, einddatum, advertentieplanning](#)
- [+ Advertentieweergave: advertentieroulatie, frequency caps](#)
- [+ Tracking-URL voor dynamische links](#)
- [+ Dynamische zoekadvertenties](#)

Opslaan en doorgaan

Nieuwe campagne annuleren

Deze opties kunnen gerust overgeslagen worden, dit is vooral voor bedrijven interessant

Onder advertenties- extensies kan je aangeven of potentiële kopers een plaats zien naast de advertentie, een link naar een specifieke pagina of bijvoorbeeld een telefoonnummer. Deze opties kan je ook gerust overslaan. Klik vervolgens op 'Opslaan en doorgaan' om naar de volgende stap te gaan.

6.2 De daadwerkelijke advertentie maken

Als je alle instellingen goed hebt ingesteld kan je overgaan tot het maken van de advertentie. Dit heet in Adwords een campagne. Het maken van een goede campagne vergt tijd.

De kop is de blauw gedrukte titel die ook aan de rechterkant onder 'Advertentievoorbeeld' te zien is.

Onder de titel staat de URL van de website.

Zorg voor een pakkende tekst met een call to action aan het eind van de beschrijvingsregel. We zullen dit aan de hand van een voorbeeld laten zien.

ZWARTWOORDEN VERVOEGT: HUIS EN HUIS VERVOEGT EN HUIS VERVOEGT IN EEN
advertentiegroep op één product of service om de beste resultaten te bereiken.
Meer informatie over het structureren van uw account.

The screenshot shows the Google Ads campaign creation interface. A red box highlights the 'Geef uw bestemmingspagina op' section, which includes a text input field with 'www.' and a checkbox labeled 'Mijn bestemmingspagina is nog niet klaar'. Below this, a text box explains that search words will be received based on the landing page and that the page must contain relevant content. Another red box highlights the 'Naam' section, which includes a text input field with 'Advertentiegroep 1'. Below this, the 'Bieden' section shows a bid amount of '€ 3,00'. The 'Zoekwoorden' section includes a text input field with the instruction 'Geef zoekwoorden op, een per regel of gescheiden door komma's.' and a large text area for entering keywords.

Invulvelden voor het aanmaken van een campagne

Het is van belang dat je goed nadenkt over de pagina waar je de potentiële kopers vanaf Google naar toe wilt sturen. Je kunt ervoor kiezen om de website van je makelaar te gebruiken of je kunt de Funda URL gebruiken. De gewenste landingspagina plak je vervolgens in het eerste kopje, 'Geef uw bestemmingspagina op'.

Nadat je de landingspagina hebt opgegeven geef je de campagne een naam in het veld 'Naam'. Deze naam ziet verder niemand.

Het laatste onderdeel is belangrijk. Daarin dien je de zoekwoorden op te geven waarop jij gevonden wilt worden. Onderstaande zoekwoorden kan in je in principe hiervoor gebruiken.

- Huis kopen
- Huizen te koop
- Huizen te koop + plaatsnaam
- Appartement te koop
- Huis kopen + gewenste plaatsnaam
- Villa kopen
- 2 onder 1 kap te koop

Geef ongeveer 10 relevante zoekwoorden op. In de volgende afbeelding kun je zien hoe dit er dan uit komt te zien voor onze voorbeeld van het huis in Groningen:

✓ Campagne-instellingen selecteren — ✓ Advertentiegroepen maken — 3 Advertenties maken — 4 Adver

Advertenties maken

We raden u aan voor elke advertentiegroep ten minste twee advertenties te maken die nauw gerelateerd zijn aan het thema van uw zoekwoorden.
[Tips voor het maken van succesvolle advertenties](#)

Advertentiegroep 1

Geen zoekwoorden

Advertentie maken

Schrijf hieronder uw tekstadvertentie. Vergeet niet dat deze duidelijk en specifiek moet zijn. Informatie over het schrijven van een pakkende tekstadvertentie

Uiteindelijke URL ?

www.huispromotie.nl/voorbeeld-huis

Advertentie-inhoud ?

Huis te koop in Groningen

Prachtige villa te koop met tuin

Vraagprijs € 780.000,-

www.huispromotie.nl/voorbeeld-huis

Apparaatvoorkeur ?

☐ Mobiel

Voorbeeld van advertentie aan zijkant

Huis te koop in Groningen
www.huispromotie.nl/voorbeeld-huis
Prachtige villa te koop met tuin
Vraagprijs € 780.000,-

Advertentieweergaven boven- en onderaan

Huis te koop in Groningen
www.huispromotie.nl/voorbeeld-huis
Prachtige villa te koop met tuin Vraagprijs € 780.000,-

Voorbeeldadvertenties

Budgethotel in Amsterdam
www.example.com
Schoon en dicht bij centrum.
Studenten krijgen 20% korting!

8-megapixelcamera's
www.example.com
20% korting op digitale camera's.
Gratis bezorging. Nu kopen!

Voorbeeld van een advertentie voor het huis in Groningen

Je gaat nu aan de slag met de advertenties die werkelijk te zien zijn op Google. Je begint met de 'Uiteindelijke URL' op te geven. Dit is de URL waar je de bezoekers naar toe wilt sturen. Als je dat hebt bepaald ga je door met het maken van de advertentie.

Het is van belang dat je de belangrijkste eigenschappen van het huis benoemd en de vraagprijs. Je bepaalt per klik. Je wilt niet dat mensen erop klikken die het huis toch niet gaan kopen.

Je hebt 3- beschrijvingsregels om een krachtige advertentie te maken. Aan de rechterkant zie je hoe de advertentie eruit komt te zien.

Wanneer je nu klikt op 'Opslaan' heb je je eerste zoekcampagne opgezet!

Ga er mee experimenteren. Doordat je precies kunt instellen hoeveel je er aan wilt besteden, kun je hier geen grote bedragen mee verliezen. Veel succes!

7. Bedankt

Onze missie is om met de tips & technieken in dit boek jou te helpen je huis snel te verkopen voor de gewenste verkoopprijs. Als huisverkoper ben je hier dag en nacht mee bezig.

Want hoe langer een huis te koop staat hoe lastiger het wordt om te verkopen... Probeer daarom zo snel mogelijk actie te ondernemen. Misschien is het lastig om alle tips toe te passen, maar ze zijn erg waardevol!

Als je zelf niet de expertise of de tijd hebt om dit te doen, dan kun je er ook voor kiezen om dit uit te besteden. Het is mogelijk om Huispromotie in te schakelen om je huis sneller te verkopen. Naast Facebook, zetten wij ook Twitter, Youtube, Google en verschillende bekende huizenwebsites in om jouw huis te promoten.

Zo bieden wij je de mogelijkheid om je huis 24 uur per dag, 7 dagen per week onder de aandacht te brengen. Er wordt doelgericht geadverteerd op de meest interessante doelgroep(en).

Omdat we heel goed snappen dat niet iedereen het kan opbrengen om zelf met de promotie van het huis aan de slag te gaan (om wat voor reden dan ook), willen we je de gelegenheid geven om dit boek dubbel en dwars terug te verdienen met een hoge korting op één van onze pakketten van jouw keuze.

Om jouw korting in ontvangst te kunnen nemen hoeft je alleen maar even te kijken op:

>>> <http://huispromotie.nl/pakketten-speciale-aanbieding/> <<<

Tot slot

We hopen dat we je met dit boek hebben kunnen helpen en je meer inzicht hebt gekregen in wat je kan doen om je huis sneller te verkopen.

We horen graag wat je van het boek vindt en wat je er aan hebt gehad!

Stuur dan een mailtje naar: info@huispromotie.nl

Veel succes met de verkoop van je huis!

Team Huispromotie.nl

Bonus 1: Huispromotie Video Trainingen

De bonus met de videotrainingen kun je vinden op deze pagina:

<http://huispromotie.nl/bonusvideos/>

Je hebt hiervoor wel een wachtwoord nodig, dit is: **Bonus1**

Bijlage 1: Koopovereenkomst woning

KOOPOVEREENKOMST WONING

Model koopovereenkomst voor een bestaande eengezinswoning (model 2014). Vastgesteld door de Nederlandse Vereniging van Makelaars in onroerende goederen en vastgoeddeskundigen NVM, VastgoedPRO, VBO Makelaar, de Consumentenbond en Vereniging Eigen Huis.

Gebruik van dit model is uitsluitend toegestaan indien de ingevulde, de toegevoegde of de afwijkende tekst duidelijk als zodanig herkenbaar is.

Bij deze koopovereenkomst behoren:

- *Toelichting op de koopovereenkomst voor de consument*
- *Lijst van zaken behorende bij: koopovereenkomst*
- *Ontvangstbevestiging*
-

De ondergetekende(n):

A. Verkoper(s) Echtgeno(o)t(e),
 geregistreerd partner
 of andere medeverkoper

Naam:

.....

Voornamen:

Geboorteplaats:

Geboortedatum:.....

Woonplaats:

Postcode:

Straat:

.....

E-mailadres:

Telefoon:

Burgerlijke staat: gehuwd/geregistreerd partnerschap/ongehuwd en geen
 geregistreerd partnerschap*

Huwelijksgoederenrecht: gemeenschap van goederen / huwelijkse
 voorwaarden*

Legitimatie (soort en nummer)

.....

Toekomstig adres:

.....

De onder (A) genoemde perso(o)n(en) hierna (samen) te noemen
 "verkoper".

Verkoper verklaart voor zover nodig te handelen met toestemming van
 zijn echtgeno(o)t(e)/
 geregistreerd partner die als bewijs daarvan deze akte medeondertekent.

B. Koper(s) Echtgeno(o)t(e),
geregistreerd partner

of andere medekoper

Naam:

.....

Voornamen:

Geboorteplaats:

Geboortedatum:.....

Woonplaats:

Postcode:

Straat:

.....

E-mailadres:

Telefoon:

Burgerlijke staat: gehuwd/geregistreerd partnerschap/ongehuwd en geen
geregistreerd partnerschap*

Huwelijksgoederenrecht: gemeenschap van goederen / huwelijkse
voorwaarden*

Legitimatie(soort en nummer):

.....

De onder (B) genoemde perso(o)n(en) hierna (samen) te noemen "koper"

.

Koper verklaart voor zover nodig te handelen met toestemming van zijn
echtgeno(o)t(e)/ geregistreerd partner, die door medeondertekening van
deze koopovereenkomst hierbij aan koper toestemming en een
onherroepelijke volmacht geeft de onroerende zaak te bezwaren. Door
medeondertekening verklaart de echtgenoot/geregistreerd partner tevens
zich te zullen onthouden van activiteiten die koper tegenwerken bij het
verkrijgen van de benodigde vergunningen en/of financieringen en/of
Nationale Hypotheek Garantie en/of toezegging(en) en/of andere zaken.

Verkoper en koper worden hierna gezamenlijk ook wel aangeduid als
"partijen".

Verkoper en koper komen overeen:

Artikel 1 Verkoop en koop.

Optie A: Eigendom*

Verkoper verkoopt aan koper, die van verkoper koopt de eigendom van
het perceel grond met woning en verdere aanhorigheden:

- plaatselijk bekend (incl. postcode):

- kadastraal bekend gemeente, sectie
..... no.

- groot hectare, are, centiare,

hierna te noemen: "de onroerende zaak", tegen een koopsom van €

....., zegge met inbegrip van

de zaken zoals omschreven in de bij deze koopovereenkomst behorende
lijst.

De in de koopsom opgenomen roerende zaken worden door partijen

gewaardeerd op €, zegge

Optie B: Erfpacht*

1.1. Verkoper verkoopt aan koper, die van verkoper koopt het recht van erfpacht op

het perceel grond met de woning en verdere aanhorigheden:

- plaatselijk bekend (incl. postcode):
- kadastraal bekend gemeente, sectie
- no.

- groot hectare, are, centiare, hierna te noemen: “de onroerende zaak”, tegen een koopsom van €, zegge

met inbegrip van de zaken zoals omschreven in de bij deze koopovereenkomst behorende lijst.

De in de koopsom opgenomen roerende zaken worden door partijen gewaardeerd op €, zegge

1.2. Op de onroerende zaak zijn de volgende erfpachtvoorwaarden van toepassing:

.....
Koper verklaart kennis te hebben genomen van de inhoud van de van toepassing zijnde voorwaarden.

1.3. Het recht van erfpacht is eeuwigdurend / voortdurend / tijdelijk en loopt tot en met*

Het recht van erfpacht kan voor het eerst worden herzien per

1.4. De canon is eeuwigdurend afgekocht / De canon is reeds vooruitbetaald tot en met /

De canon dient bij vooruitbetaling te worden voldaan en bedraagt thans € per*

De canon kan voor het eerst worden aangepast op

De canon kan voor het eerst worden geïndexeerd op

artikel 2 Kosten. Overdrachtsbelasting.

2.1. De kosten die op de eigendomsoverdracht betrekking hebben en die de notaris in rekening brengt, zoals overdrachtsbelasting, notariskosten en kadasterkosten, zijn voor rekening van koper/verkoper*. De notaris wordt aangewezen door de partij voor wiens rekening deze kosten komen.

De kosten die de notaris in rekening brengt in verband met de aflossing van overbruggingsleningen en/of aflossing en doorhaling van hypotheek en/of beslagen die op de onroerende zaak rusten, zijn voor rekening van verkoper.

De kosten die de notaris in rekening brengt in verband met het vestigen van een hypotheek met betrekking tot de onroerende zaak zijn voor rekening van koper.

Eventuele overige kosten die de notaris in rekening brengt, zoals de kosten van een volmacht en de kosten van een tolk, zijn voor rekening van de partij die hiervan gebruik maakt.

2.2. Indien de overdrachtsbelasting voor rekening van koper komt en de heffings-grondslag wordt verminderd door toepassing van artikel 13 Wet

op belastingen van rechtsverkeer, zal koper aan verkoper wel/niet* uitkeren het verschil tussen enerzijds het bedrag dat aan overdrachtsbelasting verschuldigd zou zijn zonder vermindering van de heffingsgrondslag en anderzijds het werkelijk aan overdrachtsbelasting verschuldigde bedrag. Indien partijen overeenkomen dat het genoemde verschil aan verkoper wordt uitgekeerd zal dit via de notaris gelijktijdig met de betaling van de koopsom plaatsvinden.

artikel 3 Betaling.

De betaling van de koopsom, kosten en belastingen vindt plaats via de notaris bij het passeren van de akte van levering.

Verkoper stemt ermee in dat de notaris de koopsom onder zich houdt totdat zeker is dat de onroerende zaak geleverd wordt vrij van hypotheek, beslagen en inschrijvingen daarvan.

artikel 4 Eigendomsoverdracht

4.1. De akte van levering zal gepasseerd worden op of zoveel eerder of later als partijen tezamen nader overeenkomen, ten overstaan van notaris gevestigd te of diens plaatsvervanger / één der notarissen verbonden aan kantoor, hierna verder te noemen notaris.

4.2. Verkoper staat in voor zijn bevoegdheid tot verkoop en tot eigendomsoverdracht ten tijde van het passeren van de akte van levering.

4.3. Indien sprake is van de verkoop van een recht van erfpacht moet in deze koopovereenkomst voor 'eigendomsoverdracht' gelezen worden 'de overdracht van het recht van erfpacht'.

artikel 5 Bankgarantie. Waarborgsom.

5.1. Tot zekerheid voor de nakoming van de verplichtingen van koper zal deze uiterlijk op een schriftelijke door een bankinstelling afgegeven bankgarantie doen stellen voor een bedrag van €....., zegge

Deze bankgarantie moet (i) onvoorwaardelijk zijn, (ii) voortduren tot tenminste één maand na de overeengekomen datum van eigendomsoverdracht, en (iii) de clausule bevatten dat de desbetreffende bankinstelling op eerste verzoek van de notaris het bedrag van de garantie aan de notaris zal uitkeren. Indien het bedrag van de garantie aan de notaris wordt uitgekeerd, zal deze daarmee handelen als in artikel 11 is bepaald. Indien zich het gestelde in artikel 11.5 sub d voordoet, dient de bankgarantie te worden verlengd bij gebreke waarvan partijen de notaris ingevolge deze koopovereenkomst verplichten de bankgarantie te innen. Bij deze wordt de notaris verplicht en voor zover nodig onherroepelijk gemachtigd om, zodra koper aan zijn verplichtingen heeft voldaan en de juridische levering is voltooid, de bankinstelling te berichten dat de door koper gestelde bankgarantie kan vervallen. Onder bankinstelling wordt in dit artikel begrepen een bank of verzekeraar in de zin van artikel 1:1 Wet op het financieel toezicht.

5.2. In plaats van deze bankgarantie te stellen kan koper een waarborgsom storten ter hoogte van het in artikel 5.1 genoemde bedrag in handen van de notaris via diens derdenrekening.

De waarborgsom moet uiterlijk op de in artikel 5.1 genoemde dag zijn bijgeschreven op genoemde rekening.

Deze waarborgsom zal, behoudens het in artikel 11 bepaalde, met de koopsom worden verrekend voor zover de koopsom en het overige door koper verschuldigde niet uit een door koper aangegane geldlening worden voldaan. Het gedeelte van de waarborgsom dat niet wordt verrekend, wordt aan koper terugbetaald zodra hij aan zijn verplichtingen op grond van deze koopovereenkomst heeft voldaan.

Over de waarborgsom wordt door verkoper geen rente vergoed.

Als de notaris over de waarborgsom rente vergoedt, komt deze rente aan koper toe.

5.3. Indien koper in staat van faillissement wordt verklaard of is toegelaten tot de schuldsaneringsregeling natuurlijke personen en de curator of bewindvoerder deze koopovereenkomst niet gestand wenst te doen, zal het in artikel 5.1 genoemde bedrag respectievelijk de waarborgsom van rechtswege als boete bedoeld in artikel 11.2 aan verkoper zijn verbeurd.

artikel 6 Staat van de onroerende zaak. Gebruik.

6.1. De onroerende zaak zal aan koper in eigendom worden overgedragen in de staat waarin deze zich bij het tot stand komen van deze koopovereenkomst bevindt met alle daarbij behorende rechten en aanspraken, zichtbare en onzichtbare gebreken, heersende erfdienstbaarheden en kwalitatieve rechten, en vrij van hypotheken, beslagen en inschrijvingen daarvan.

6.2. Koper aanvaardt uitdrukkelijk alle lijdende erfdienstbaarheden, bijzondere lasten en beperkingen, afzonderlijke zakelijke rechten, kettingbedingen en kwalitatieve verplichtingen, althans uitsluitend voor zover blijkend en/of voortvloeiend uit de laatste en voorgaande akte(n) van levering en/of van vestiging van het recht van erfpacht en/of opstal en/of afzonderlijke akte(n) en/of anderszins uit de inschrijvingen in de openbare registers.

Verkoper heeft van al deze akten de letterlijke tekst aan koper ter hand gesteld.

Koper verklaart kennis te hebben genomen van de inhoud van de hiervoor bedoelde akten.

6.3. De onroerende zaak zal bij de eigendomsoverdracht de feitelijke eigenschappen bezitten die nodig zijn voor een normaal gebruik als:

.....

Indien de feitelijke levering eerder plaatsvindt, zal de onroerende zaak op dat moment de eigenschappen bezitten die voor een normaal gebruik nodig zijn.

Verkoper staat niet in voor andere eigenschappen dan die voor een normaal gebruik nodig zijn. Verkoper staat ook niet in voor de afwezigheid van gebreken die dat normale gebruik belemmeren en die aan koper bekend zijn of kenbaar zijn op het moment van het tot stand komen van deze koopovereenkomst.

6.4.1. Aan verkoper is niet bekend of / Aan koper is bekend dat* de onroerende zaak verontreiniging bevat die ten nadele strekt van het in artikel 6.3 omschreven gebruik of die heeft geleid of zou kunnen leiden tot

een verplichting tot schoning van de onroerende zaak, dan wel het nemen van andere maatregelen.

6.4.2. Voor zover aan verkoper bekend is in de onroerende zaak wel/geen* ondergrondse tank voor het opslaan van (vloeistoffen aanwezig.

Voor zover verkoper bekend is met de aanwezigheid van een ondergrondse tank voor het opslaan van (vloeistoffen, verklaart hij met betrekking tot het al dan niet nog in gebruik zijn en/of het volgens wettelijke voorschriften onklaar gemaakt zijn, het volgende:

.....

6.4.3. Aan verkoper is niet bekend of/Aan koper is bekend dat* in de onroerende zaak asbest is verwerkt.

6.4.4. Aan verkoper is niet bekend of/Aan koper is bekend dat* ten aanzien van de onroerende zaak beschikkingen of bevelen in de zin van artikel 55 van de Wet Bodembescherming zijn genomen door het bevoegd gezag.

6.5. Koper heeft het recht om direct voorafgaand aan het passeren van de akte van levering de onroerende zaak van binnen en van buiten te inspecteren.

6.6. Verkoper staat er voor in dat tot op de dag dat hij deze koopovereenkomst heeft ondertekend door de overheid of door nutsbedrijven geen verbeteringen of herstellingen zijn voorgeschreven of aangekondigd die nog niet, of niet naar behoren zijn uitgevoerd. Indien op of na de dag van ondertekening en voor het moment van levering een verbetering of herstelling door de overheid of nutsbedrijven wordt aangekondigd of voorgeschreven, zijn de gevolgen van de aankondiging of aanschrijving voor rekening en risico van koper. De aankondiging of aanschrijving komt voor rekening en risico van verkoper indien deze verband houdt met het niet-nakomen van uit de wet of deze koopovereenkomst voor hem voortvloeiende verplichtingen.

6.7. Verkoper is wel/geen* (lopende adviesaanvraag voor) aanwijzing, dan wel aanwijzingsbesluit, dan wel registerinschrijving bekend van de onroerende zaak:

- a. als beschermd monument in de zin van de Monumentenwet 1988,
- b. tot beschermd stads- of dorpsgezicht of voorstel daartoe als bedoeld in de Monumentenwet 1988, en/of
- c. tot door de gemeente of de provincie verklaard beschermd monument dan wel beschermd stads- of dorpsgezicht.

6.8. Verkoper verklaart dat ten aanzien van de onroerende zaak geen verplichtingen ten opzichte van derden bestaan wegens voorkeursrecht, optierecht, recht van wederinkoop.

6.9. Voor zover aan verkoper bekend is de onroerende zaak wel/niet* opgenomen in een (voorlopige) aanwijzing als bedoeld in de Wet voorkeursrecht gemeenten.

6.10. In de koop is niet begrepen datgene waarop huurders krachtens hun wettelijke wegneemrecht rechten doen gelden.

6.11. Verschil tussen de opgegeven en de werkelijke grootte verleent aan geen der partijen enig recht.

6.12. Verkoper verklaart dat de lasten over voorgaande jaren, voorzover de aanslagen zijn opgelegd en de canons die verschuldigd zijn geworden, zijn voldaan.

Voor zover de genoemde aanslagen en/of canons nog niet zijn voldaan, verklaart verkoper deze op eerste verzoek te voldoen.

6.13. De enkele verklaring dat verkoper niet bekend is met bepaalde feiten of omstandigheden houdt geen garantie of vrijwaring in voor koper of verkoper.

artikel 7 Feitelijke levering. Overdracht aanspraken.

7.1. De feitelijke levering en aanvaarding vindt plaats op het moment van het ondertekenen van de akte van levering zoals weergegeven in artikel 4.1, tenzij tussen verkoper en koper een ander tijdstip is overeengekomen, vrij van huur-, lease- en/of huurkoopovereenkomsten met uitzondering van de volgende overeenkomsten welke door koper gestand worden gedaan:

-
-

7.2. Voor zover uit het artikel 7.1 niet anders voortvloeit staat verkoper er voor in dat de onroerende zaak bij de feitelijke levering (i) vrij is van aanspraken tot gebruik (ii) ongevorderd is, en (iii) behoudens de eventueel meeverkochte roerende zaken, leeg en ontruimd is.

7.3. Indien koper de onroerende zaak geheel of gedeeltelijk aanvaardt onder gestanddoening van lopende huur-, lease- of huurkoopovereenkomsten:

- a. staat verkoper er voor in dat hij ten tijde van de feitelijke levering niet reeds betalingen heeft ontvangen voor toekomstige termijnen en dat er tevens geen beslag is gelegd op dergelijke termijnen;
- b. staat verkoper er voor in dat vanaf het tot stand komen van deze koopovereenkomst bestaande huur-, lease- en/of huurkoopovereenkomsten niet worden gewijzigd, de onroerende zaak niet geheel of gedeeltelijk wordt verhuurd, in huurkoop wordt gegeven of op enigerlei andere wijze in gebruik wordt afgestaan, tenzij met schriftelijke toestemming van koper; en
- c. verklaart koper bekend te zijn met de inhoud van de over te nemen genoemde huur-, lease- en/of huurkoopovereenkomsten.

7.4. In deze koopovereenkomst is voor zover mogelijk begrepen de overdracht van alle aanspraken die verkoper ten aanzien van de onroerende zaak kan of zal kunnen doen gelden tegenover derden, waaronder begrepen de bouwer(s), (onder)aannemer(s), installateur(s), architect(en) en leverancier(s), zoals wegens verrichte werkzaamheden of ter zake van aan de onroerende zaak toegebrachte schade, zonder dat verkoper tot vrijwaring verplicht is. Deze overdracht vindt plaats per de datum van de eigendomsoverdracht. Vindt de feitelijke levering op een

eerdere datum plaats dan de ondertekening van de akte van levering, dan wordt de overdracht van bovenvermelde aanspraken effectief per die eerdere datum.

In dat laatste geval, verplicht verkoper zich hierbij de hem bekende gegevens ter zake aan koper te verstrekken en machtigt verkoper koper hierbij, voor zover nodig, deze overdracht van aanspraken voor rekening van koper te doen mededelen aan de desbetreffende derden overeenkomstig de wettelijke bepalingen.

artikel 8 Baten, lasten en canons.

De baten, lasten, belastingen, heffingen en verschuldigde canons komen voor rekening van koper met ingang van

De dan lopende baten, lasten, belastingen, heffingen en canons, zullen per die datum tussen partijen naar rato van tijd worden verrekend. Deze verrekening vindt gelijktijdig plaats met de betaling van de koopsom.

artikel 9 Hoofdelijkheid.

Indien verkoper en/of koper twee of meer (rechts)personen zijn, geldt het volgende:

- a. de (rechts)personen die verkoper, respectievelijk koper zijn, kunnen slechts gezamenlijk de voor hen uit deze koopovereenkomst voortvloeiende rechten uitoefenen, respectievelijk de voor hen uit deze koopovereenkomst voortvloeiende verplichtingen nakomen;
- b. de (rechts)personen die verkoper, respectievelijk koper zijn, verlenen elkaar bij deze onherroepelijk volmacht om namens elkaar de uit deze koopovereenkomst voortvloeiende rechten uit te oefenen, respectievelijk de voor hen uit deze koopovereenkomst voortvloeiende verplichtingen na te komen; en
- c. de (rechts)personen die verkoper, respectievelijk koper zijn, zijn hoofdelijk verbonden voor de uit deze koopovereenkomst voortvloeiende verplichtingen.

artikel 10 Risico-overgang. Beschadiging door overmacht.

10.1. De onroerende zaak is met ingang van het moment van tekenen van de akte van levering voor risico van koper, tenzij de feitelijke levering eerder plaats vindt, in welk geval het risico per dat moment overgaat op koper.

10.2. Indien de onroerende zaak voor het tijdstip van risico-overgang wordt beschadigd dan wel geheel of gedeeltelijk verloren gaat, is verkoper verplicht koper hiervan onverwijld in kennis te stellen.

10.3. Indien de onroerende zaak door overmacht voor het tijdstip van risico-overgang wordt beschadigd dan wel geheel of gedeeltelijk verloren gaat, is deze koopovereenkomst van rechtswege ontbonden, tenzij binnen vier weken na het onheil, maar in ieder geval vóór de overeengekomen dag van eigendomsoverdracht:

- a. koper uitvoering van deze koopovereenkomst verlangt, in welk geval verkoper -zonder enige bijzondere tegenprestatie naast de vastgestelde koopprijs- aan koper op de overeengekomen dag van eigendomsoverdracht de onroerende zaak aflevert in de staat waarin deze zich dan bevindt, met daarbij alle rechten welke verkoper ter zake van het onheil -hetzij uit hoofde van verzekering, hetzij uit andere hoofde-

jegens derden toekomen. De levering van deze rechten geschiedt overeenkomstig het bepaalde in artikel 7.4; dan wel

- b. verkoper verklaart de schade voor zijn rekening te zullen herstellen vóór de overeengekomen dag van eigendomsoverdracht danwel indien het onheil zich voordoet in de vier weken voorafgaande aan de overeengekomen dag van eigendomsoverdracht, binnen vier weken na het onheil. In het laatste geval verschuift een eerder overeengekomen datum van eigendomsoverdracht naar de dag volgend op die waarop die vier weken na het onheil zijn verstreken. Vindt herstel niet ten genoegen van koper plaats, dan is deze koopovereenkomst alsnog ontbonden, tenzij koper binnen veertien dagen nadat op basis van dit artikel herstel plaatsgevonden behoort te hebben, verklaart alsnog gebruik te willen maken van het hem onder sub a. van dit artikel 10.3 toegekende recht, in welk geval de eigendomsoverdracht plaatsvindt op de overeengekomen datum danwel, indien het onheil zich voordoet binnen vier weken voorafgaande aan de overeengekomen dag van eigendomsoverdracht, uiterlijk zes weken na het onheil. Ingeval zowel koper als verkoper verklaren gebruik te willen maken van de in artikel 10.3 toegekende rechten, prevaleert de keuze van koper.

10.4. Indien koper na de overdracht de koop op goede gronden heeft ontbonden als bedoeld in artikel 7:10 lid 3 BW, blijft het risico in afwijking van die bepaling voor koper tot aan het moment van de terugoverdracht aan verkoper, indien en voor zover dat risico door hem is verzekerd of - bij gebreke daarvan - indien en voor zover dat risico bij een object als het verkochte door een gebruikelijke opstalverzekering pleegt te worden gedekt. Voor de overige risico's waartegen koper niet is verzekerd en die bij een object als het verkochte ook niet plegen te worden verzekerd, blijft het bepaalde in artikel 7:10 leden 3 en 4 BW van kracht.

artikel 11 Ingebrekestelling. Ontbinding.

11.1. Indien één van de partijen, na in gebreke te zijn gesteld, gedurende acht dagen nalatig is of blijft in de nakoming van één of meer van haar uit deze koopovereenkomst voortvloeiende verplichtingen, kan de wederpartij van de nalatige partij deze koopovereenkomst zonder rechterlijke tussenkomst ontbinden door middel van een schriftelijke verklaring aan de nalatige partij.

11.2. Ontbinding op grond van tekortkoming is slechts mogelijk na voorafgaande ingebrekestelling. Bij ontbinding van de koopovereenkomst op grond van toerekenbare tekortkoming zal de nalatige partij ten behoeve van de wederpartij een zonder rechterlijke tussenkomst terstond opeisbare boete van tien procent (10%) van de koopsom verbeuren, onverminderd het recht op aanvullende schadevergoeding, indien de daadwerkelijke schade hoger is dan de onmiddellijk opeisbare boete, en onverminderd vergoeding van kosten van verhaal.

11.3. Indien de wederpartij geen gebruik maakt van zijn recht de koopovereenkomst te ontbinden en nakoming verlangt, zal de nalatige partij ten behoeve van de wederpartij na afloop van de in artikel 11.1 vermelde termijn van acht dagen voor elke sedertdien verstreken dag tot aan de dag van nakoming een onmiddellijk opeisbare boete verschuldigd zijn van drie pro mille (3‰) van de koopsom met een maximum van tien procent (10%) van de koopsom, onverminderd het recht op aanvullende

schadevergoeding, indien de daadwerkelijke schade hoger is dan de onmiddellijk opeisbare boete, en onverminderd vergoeding van kosten van verhaal.

Indien de wederpartij na verloop van tijd de koopovereenkomst alsnog ontbindt dan zal de nalatige partij een boete verschuldigd zijn van tien procent (10%) van de koopsom verminderd met het reeds in de vorm van een dagboete betaalde bedrag, onverminderd het recht op aanvullende schadevergoeding, indien de daadwerkelijke schade hoger is dan de onmiddellijk opeisbare boete, en onverminderd vergoeding van kosten van verhaal.

11.4. Indien de nalatige partij na ingebreke te zijn gesteld binnen de voormelde termijn van acht dagen alsnog zijn verplichtingen nakomt, is de nalatige partij desalniettemin gehouden aan de wederpartij diens schade als gevolg van de niet-tijdige nakoming te vergoeden.

11.5. De notaris wordt bij deze verplicht, en voor zover nodig door partijen onherroepelijk gemachtigd, om:

- a. indien koper een boete is verschuldigd, het bedrag van deze boete uit het aan de notaris uitgekeerde bedrag van de bankgarantie dan wel uit de bij de notaris gestorte waarborgsom, aan verkoper te betalen;
- b. indien verkoper een boete is verschuldigd, de aan de notaris ter hand gestelde bankgarantie aan de bankinstelling terug te zenden dan wel de door koper bij de notaris gestorte waarborgsom aan koper terug te betalen;
- c. indien het geval van artikel 5.3 zich voordoet het bedrag van de bankgarantie respectievelijk de waarborgsom als boete aan verkoper te betalen;
- d. indien beide partijen tekortschieten of de notaris onvoldoende kan beoordelen wie van beide partijen tekortschiet dan wel of er sprake is van tekortschieten, - behoudens eensluidende betalingsopdracht van partijen - de bankgarantie of waarborgsom onder zich te houden totdat bij in kracht van gewijsde gegane uitspraak of uitvoerbaar bij voorraad verklaard vonnis is beslist aan wie hij het bedrag moet afdragen.

artikel 12 Energielabel.

Aan deze koopovereenkomst is wel/geen* kopie van een energielabel gehecht. Indien het origineel aanwezig is wordt dit bij de eigendomsoverdracht overhandigd door verkoper aan koper.

artikel 13 Domicilie.

Deze koopovereenkomst zal berusten, en partijen kiezen ter zake van deze koopovereenkomst domicilie, ten kantore van de notaris.

artikel 14 Registratie koopovereenkomst.

Partijen geven de notaris hiermee wel/niet* opdracht deze koopovereenkomst zo spoedig mogelijk in de openbare registers in te laten schrijven, doch niet eerder dan

De aan deze inschrijving verbonden kosten komen voor rekening van koper/verkoper*.

artikel 15 Identiteit partijen.

Koper en verkoper stemmen ermee in, dat indien één van partijen daarom verzoekt, de wederpartij zich jegens de verzoekende partij zal identificeren door het tonen van een geldig identiteitsbewijs.

artikel 16 Ontbindende voorwaarden.

16.1. Deze koopovereenkomst kan door koper worden ontbonden indien uiterlijk:

- a. op door of namens de daartoe aangewezen gemeentelijke instantie geen vergunning aan koper is verleend om met de zijnen de onroerende zaak te betrekken, tenzij hem daartoe een bindende toezegging door de bevoegde autoriteit is gedaan;
- b. op koper voor de financiering van de onroerende zaak voor een bedrag van, zegge geen hypothecaire geldlening of het aanbod daartoe van een erkende geldverstrekende bankinstelling heeft verkregen, zulks tegen geen hogere bruto jaarlast dan zegge, of een rentepercentage niet hoger dan , bij de volgende hypotheekvorm:
Onder bankinstelling wordt in dit artikel begrepen een bank of verzekeraar in de zin van artikel 1:1 Wet op het financieel toezicht; en/of
- c. op koper geen met de aangevraagde hypothecaire geldlening corresponderende Nationale Hypotheek Garantie heeft verkregen.

16.2. Deze koopovereenkomst kan door ieder van de partijen worden ontbonden indien verkoper ingevolge de Wet voorkeursrecht gemeenten niet in staat is om de eigendom van de onroerende zaak op de overeengekomen dag over te dragen. Verkoper is verplicht om zodra duidelijk is dat hij ingevolge genoemde wet niet of niet tijdig aan zijn verplichting tot levering kan voldoen, koper daarvan schriftelijk op de hoogte te stellen.

16.3. Partijen verplichten zich over en weer al het redelijk mogelijke te doen teneinde de hierboven bedoelde vergunning en/of financiering en/of Nationale Hypotheek Garantie en/of toezegging(en) en/of andere zaken te verkrijgen.

De partij die de ontbinding inroept, dient er zorg voor te dragen dat de mededeling dat de ontbinding wordt ingeroepen, uiterlijk op de werkdag na de datum waarvan in de betreffende ontbindende voorwaarde sprake is door de wederpartij of diens makelaar is ontvangen.

Deze mededeling dient schriftelijk en goed gedocumenteerd via gangbare communicatiemiddelen te geschieden. Indien koper de ontbinding wenst in te roepen als gevolg van het (tijdig) ontbreken van een financiering als bedoeld in artikel 16.1 onder sub b., wordt, tenzij partijen anders overeenkomen, onder 'goed gedocumenteerd' verstaan dat één afwijzing van een erkende geldverstrekende bankinstelling aan verkoper of diens makelaar dient te worden overlegd. In aanvulling hierop / in afwijking hiervan* komen partijen overeen dat koper de/het volgende stuk(ken) dient te overleggen om te voldoen aan het vereiste van 'goed gedocumenteerd': Alsdan zijn beide partijen van deze koopovereenkomst bevrijd. De door koper reeds gedane storting(en) worden vervolgens gerestitueerd. Degenen die deze

stortingen onder zich hebben worden daartoe bij deze verplicht, en voor zover nodig onherroepelijk gemachtigd.

artikel 17 Bedenktijd.

De koper die een natuurlijke persoon is en niet handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf heeft bedenktijd om deze koopovereenkomst te ontbinden. De bedenktijd duurt drie dagen en begint om 0.00 uur van de dag die volgt op de dag dat de door partijen ondertekende koopovereenkomst (in kopie) aan koper ter hand gesteld is. Indien de bedenktijd op een zaterdag, zondag of algemeen erkende feestdag eindigt, wordt deze verlengd tot en met de eerstvolgende dag die niet een zaterdag, zondag of algemeen erkende feestdag is. De bedenktijd wordt, zo nodig, zoveel verlengd, dat daarin ten minste twee dagen voorkomen die niet een zaterdag, zondag of algemeen erkende feestdag zijn.

artikel 18 Schriftelijke vastlegging.

18.1. Uit deze koopovereenkomst vloeien pas verplichtingen voort als beide partijen deze koopovereenkomst hebben ondertekend.

18.2. De partij die deze koopovereenkomst als eerste ondertekent, doet dit onder voorbehoud dat hij uiterlijk op de ... werkdag nadat hij de koopovereenkomst ondertekend heeft (een kopie van) de door beide partijen ondertekende koopovereenkomst heeft ontvangen. Indien de partij die als eerste heeft ondertekend niet tijdig (een kopie van) de door beide partijen ondertekende koopovereenkomst heeft ontvangen, heeft deze partij het recht zich op het voorbehoud te beroepen, waardoor hij niet (meer) gebonden is. Dit recht vervalt als daar niet uiterlijk op de tweede werkdag nadat alsnog (een kopie van) de door beide partijen ondertekende koopovereenkomst is ontvangen, gebruik van is gemaakt.

Artikel 19 Nederlands recht.

Op deze koopovereenkomst is Nederlands recht van toepassing.

Artikel 20 Nadere afspraken.

-

Verkoper en koper verklaren dat zij, voordat zij deze koopovereenkomst ondertekend hebben, kennis hebben genomen van de bepalingen, zoals nader uitgelegd in de bij deze koopovereenkomst behorende toelichting en dat zij zodanige informatie hebben ontvangen, dat de inhoud en de gevolgen van deze koopovereenkomst hun voldoende voor ogen staan.

De verkoper(s)

De koper(s)

naam:
plaats:
datum:

naam:
plaats:
datum:

Voor akkoord

Echtgeno(o)t(e)/ Geregistreerd partner Echtgeno(o)t(e)/Geregistreerd
partner koper
verkoper

naam:
plaats:
datum:

naam:
plaats:
datum:

* Doorhalen wat niet van toepassing is

Bijlagen:

- Toelichting op de koopovereenkomst voor de consument
 - Lijst van zaken behorende bij: koopovereenkomst
- Ontvangstbevestiging