

Google: een essentiële schakel tijdens de woningzoektocht

23-04-2019 16:35

De wereld is steeds verder aan het digitaliseren en iedere sector moet inspelen op de nieuwste digitale trends. De vastgoedsector vormt hier geen uitzondering op. Tijdens een zoektocht naar een nieuwe woning is het internet een onmisbare bron van informatie voor iedere woningkoper. Wie als makelaar of woningaanbieder online slecht zichtbaar is, mist een hoog percentage (potentiele) kopers. Vooral een goede vindbaarheid in Google is tegenwoordig essentieel voor iedere woningaanbieder of makelaar.

Binnen Nederland heeft 98 procent van de Nederlanders thuis toegang tot internet. Bovendien beschikt 87 procent van de Nederlanders over internet via een mobiel apparaat. Het is dus niet verrassend dat Nederlanders zich voornamelijk via internet oriënteren wanneer zij een nieuwe woning willen kopen.

Helemaal gezien het gemak en de snelheid waarmee dit mogelijk is. Volgens cijfers van Google oriënteerden ongeveer [90 procent van de personen zich online](#) tijdens het aankoopproces van een nieuw huis. Hierbij is de zoekmachine van Google het belangrijkste online kanaal waar de huizenzoektocht begint.

Zoekvolumes binnen Google

Via Google ligt het huizenaanbod in Nederland binnen handbereik. Binnen een paar klikken bevindt een woningzoeker zich op een van de bekende woningplatformen óf op de website van specifieke makelaars.

Volgens [online marketingbureau](#) Team Nijhuis liggen er binnen Google voor woningaanbieders daardoor prachtige kansen om potentiële kopers te bereiken. Neem als voorbeeld onderstaande tabel met zoekvolumes van populaire zoektermen.

Bron: Google & Team Nijhuis

Alleen voor deze vijf zoektermen komt dit al neer op ruim 51.000 zoekopdrachten per maand binnen Nederland. Tel daar nog de talloze zoekopdrachten bij op die gericht zijn op specifieke steden zoals "Huis kopen in Rotterdam (1.900), Amsterdam (1.600) en Utrecht (880)". In totaal zorgt dit voor honderdduizenden zoekopdrachten per maand in Google. Een deel hiervan zou zo maar een potentiële klant kunnen zijn die die interesse heeft in jouw woningaanbod.

Zoekopdrachten woningmarkt per provincie

Mogelijk interessanter voor makelaarskantoren is het om te kijken naar zoekvolumes per provincie of stad. Als makelaar ben je meestal immers werkzaam in een bepaalde regio. Wanneer er alleen gekeken wordt naar de vijf populairste (bovenstaande) zoekwoorden, zorgt dit voor de volgende zoekvolumes per provincie:

Bron: Google & Team Nijhuis

Wederom zijn dit 'slechts' de zoekvolumes op de 5 meest populaire zoektermen. Door ook de zoekwoorden mee te rekenen die gericht zijn op specifieke steden en gemeentes, worden deze zoekvolumes met een hoge factor vermenigvuldigd. Dit maakt snel duidelijk dat Google in iedere provincie gebruikt wordt tijdens de zoektocht naar een nieuwe woning. De belangrijkste vraag voor jou als makelaar of woningaanbieder is nu natuurlijk:

Wat betekenen deze zoekvolumes voor mij?

Vindbaarheid van woningen verbeteren

Zoals te zien is komen de totale zoekvolumes voort uit gezamenlijke zoekopdrachten van potentiële

woningkopers. Juist deze zoekopdrachten zijn essentieel voor woningaanbieders binnen iedere provincie of stad.

Met behulp jouw website kun jij ervoor zorgen dat jouw website [hoog in Google](#) komt wanneer mensen bepaalde zoekopdrachten gebruiken. Om goed zichtbaar te worden in Google heb je twee verschillende mogelijkheden: Search Engine Optimization (SEO) en Search Engine Advertising (SEA).

Zoekmachine optimalisatie

De gedachte van SEO is dat jouw website op organische en 'gratis' wijze bovenaan komt in Google. Vaak wordt hierdoor jouw website geoptimaliseerd op meer dan honderd gebieden. Niet alleen kun je denken aan het creëren van waardevolle informatie (content) die gericht is op specifieke zoekwoorden en op de doelgroep. Ook dien je er bijvoorbeeld voor te zorgen dat jouw website een gebruiksvriendelijk design en snelle laadtijden heeft.

Zoekmachine adverteren

Met SEA kom je juist bovenaan [in Google door te adverteren](#) op specifieke zoektermen. Dit houdt in dat jij als makelaarskantoor bijvoorbeeld gaat adverteren op termen als 'huis kopen Amsterdam' en 'woning Amsterdam'. Wanneer iemand op deze termen zoekt, verschijnt er een tekstadvertentie bovenaan Google.

Op het moment dat iemand op de advertentie klikt en op jouw website terecht komen, betaal je vervolgens een bepaald bedrag aan Google. Zorg er absoluut voor dat je een [SEA specialist \(AdWords specialist\)](#) in de armen neemt zodat dit zoveel mogelijk rendement oplevert. Adverteren in Google is namelijk écht een expertise.

Woningaanbod adverteren via Google

Overigens bestaat de vraag of je als woningaanbieder wel altijd en overal zichtbaar moet zijn via Google. Vooral als je voor iedere klik kosten maakt, zoals bij SEA het geval is. Als woningaanbieder in Amsterdam heb je er namelijk weinig aan wanneer iemand in Limburg jouw website vindt, wanneer zij op zoek zijn naar een huis in het centrum van Maastricht.

Met behulp van Google hoeft dit gelukkig geen probleem te zijn. Vooral op het gebied van online adverteren heb je diverse mogelijkheden. Zo is het mogelijk om te targeten op locatie. Dit houdt in dat alleen personen binnen een bepaald zoekgebied jouw advertentie in Google te zien krijgen.

Zo kun jij als makelaar in Amsterdam bijvoorbeeld selecteren dat alleen personen de provincie Noord-Holland de tekstadvertentie te zien krijgen. Verder kun je heel precies bepalen op welke zoektermen jouw website wel én niet getoond moet worden in Google. Zo zorg jij altijd voor relevante bezoekers en maak je bovendien geen onnodige kosten.

Google: essentieel tijdens iedere woningzoektocht

Als woningaanbieder wordt het steeds belangrijker om online aanwezig én vindbaar te zijn te zijn. Vooral de vindbaarheid via Google speelt een essentiële rol.

Wil jij ervoor zorgen dat jouw makelaarswebsite vindbaar is op de juiste zoekwoorden en gericht is op de juiste doelgroep? Zorg dan voor een betrouwbare partij die jou hier mee kan ondersteunen. Door zoekmachine marketing verkeerd in te zetten is de kans groot dat (potentiele) woningkopers voor jouw concurrent kiezen.