

Mooie mijlpaal Huispedia.nl: 2,5 miljoen bezoekers

23-06-2020 12:13

Reden voor een feestje! Woningssite Huispedia heeft in mei van dit jaar met 2.500.000 bezoekers een nieuwe mijlpaal bereikt. Dat is een groei van ruim 150% ten opzichte van diezelfde maand een jaar geleden. Vorig jaar realiseerde het platform een groei van 100% in dezelfde maand vergeleken met diezelfde maand een jaar geleden. Hiermee is Huispedia.nl op basis van bezoekersaantallen niet alleen de nummer twee van Nederland geworden maar tevens de snelst groeiende huizensite van Nederland.

Sinds enkele jaren is Huispedia actief op de Nederlandse markt. Dat bleef niet geheel ongemerkt want eerder al beoordeelde Wegwijs.nl in een vergelijkingstest de huizensite als beste. De belangrijkste oorzaak van de groei is een hoge mate van gebruiksvriendelijkheid voor de bezoekers, veel extra informatie per woning, een slimme acquisitie-strategie en groeiende naamsbekendheid.

Switchen voor foto's

Niet alle huizensites beschikken over even veel gegevens van de getoonde woningen. In Nederland wordt nog veruit het grootste deel van de woningen verkocht via makelaars. Dat betekent dat een huizensite alleen de gegevens van een woning kan tonen als de makelaar dat toestaat. Om voor bezoekers een zo goed mogelijke bron van informatie te zijn, levert Huispedia daarom veel aanvullende informatie van de woningen zonder dat de makelaar daar toestemming voor hoeft te geven. Deze aanpak blijkt succesvol te zijn.

Maxim Bours, mede-oprichter en CEO van Huispedia: "Er is geen sprake van een level playing field in Nederland. Dat zorgt ervoor dat wij extra ons best doen om bezoekers aan ons te binden. We zien dat veel bezoekers bij ons hun zoektocht of verkoop beginnen. Voor de foto's en teksten switchen ze even naar andere woningssites en gaan vervolgens bij ons weer verder. Juist omdat wij veel andere gegevens tonen over zaken zoals de buurt, de verwachte verkoopwaarde en de prijsontwikkeling. Natuurlijk willen we bewegen naar een volledige klantreis met foto's op Huispedia om de consument nog vollediger tot dienst te zijn. Hierdoor komt ook de makelaar beter bij ons tot zijn recht."

Tinderen met makelaars

In de visie van Huispedia is de consument zelf degene die zijn woon-carrière bepaalt. Hij heeft daar zelf de regie over. Hij kan kiezen om het zelf te doen of om een makelaar in te schakelen. "In het begin merkten we dat makelaars een verkeerd beeld van ons hadden. Wij stimuleren bezoekers niet persé om het zelf te doen, wij bieden ze enkel een heldere keuze. Ook als makelaar wil je dat de consument bewust voor jou kiest, niet omdat het moet.", aldus Bours. Inmiddels brengt het platform jaarlijks duizenden consumenten in contact met makelaars op basis van een hun eigen wensen en voorkeuren. "Mocht de consument niet zelf aan de slag willen gaan fungeren wij als het ware als een tinder met makelaars voor de consument", stelt Bours.

Nieuwe standaard

Deze zomer lanceert Huispedia een aantal nieuwe functionaliteiten op haar website om nog meer consumenten aan te kunnen trekken en bovenal de zoektocht te vergemakkelijken. Tegelijkertijd worden nieuwe proposities voor makelaars uitgerold en verwacht het platform snel meer makelaars aan zich te kunnen binden. Het doel is om het kopen en verkopen van een woning via het platform nog verder te faciliteren waarbij de consument de regie behoudt. Hiermee streeft Huispedia ernaar om de nieuwe standaard te worden op de woningmarkt.