

Hoe klantgericht zijn makelaars?

Marktonderzoek onder makelaars en hun klanten.



In de voorbereiding op “De Dag van het Vastgoed 2023” heeft Vastgoedpro een onderzoek laten doen onder makelaars / taxateurs en onder mensen die recent een huis gekocht of verkocht hebben, over de klantgerichtheid van makelaars en de klantervaring bij het kopen en verkopen van huizen.



Context:

- het (ver)kopen van een huis is een van de grootste beslissingen in het leven van mensen
- de woningmarkt zit op slot: de prijzen zijn hoog, de hypotheekrente is gestegen, en er is weinig aanbod



Observatie 1:

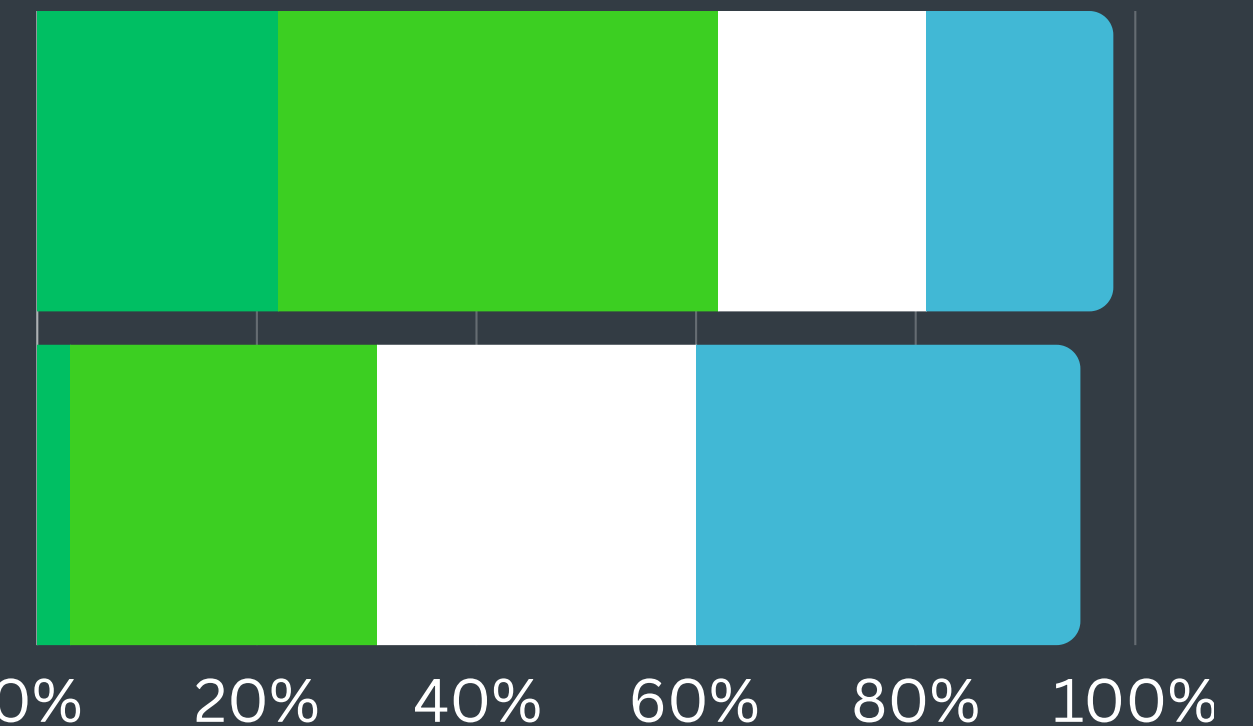
Makelaars zien de concurrentie groeien - maar zijn positief over hun vermogen zich te kunnen onderscheiden ten opzichte van hun concurrenten.



Makelaars voelen de concurrentie groeien, en 35% van de makelaars geeft aan onvoldoende klanten te hebben.

Concurrentie

Concurrentie groeit?



Heb je genoeg klanten?

0% 20% 40% 60% 80% 100%



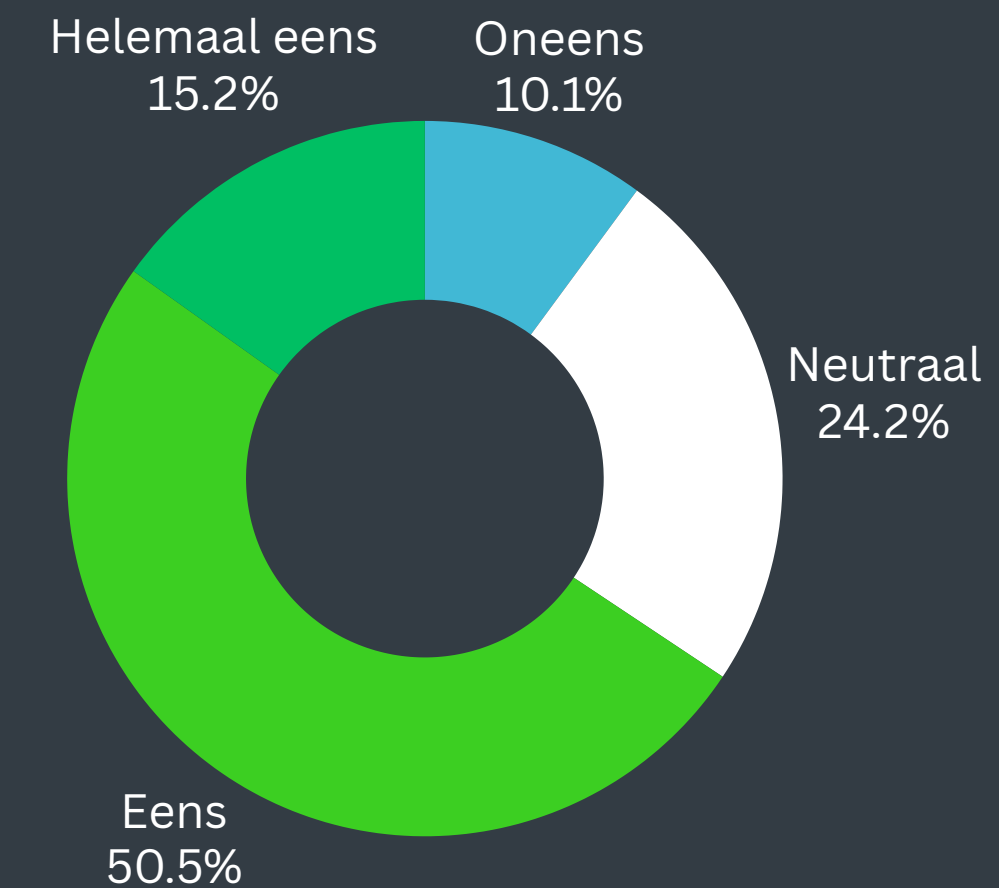
(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



**Makelaars zijn positief
over hun vermogen zich
te kunnen
onderscheiden van
concurrenten.**



Wij kunnen ons onderscheiden van concurrenten

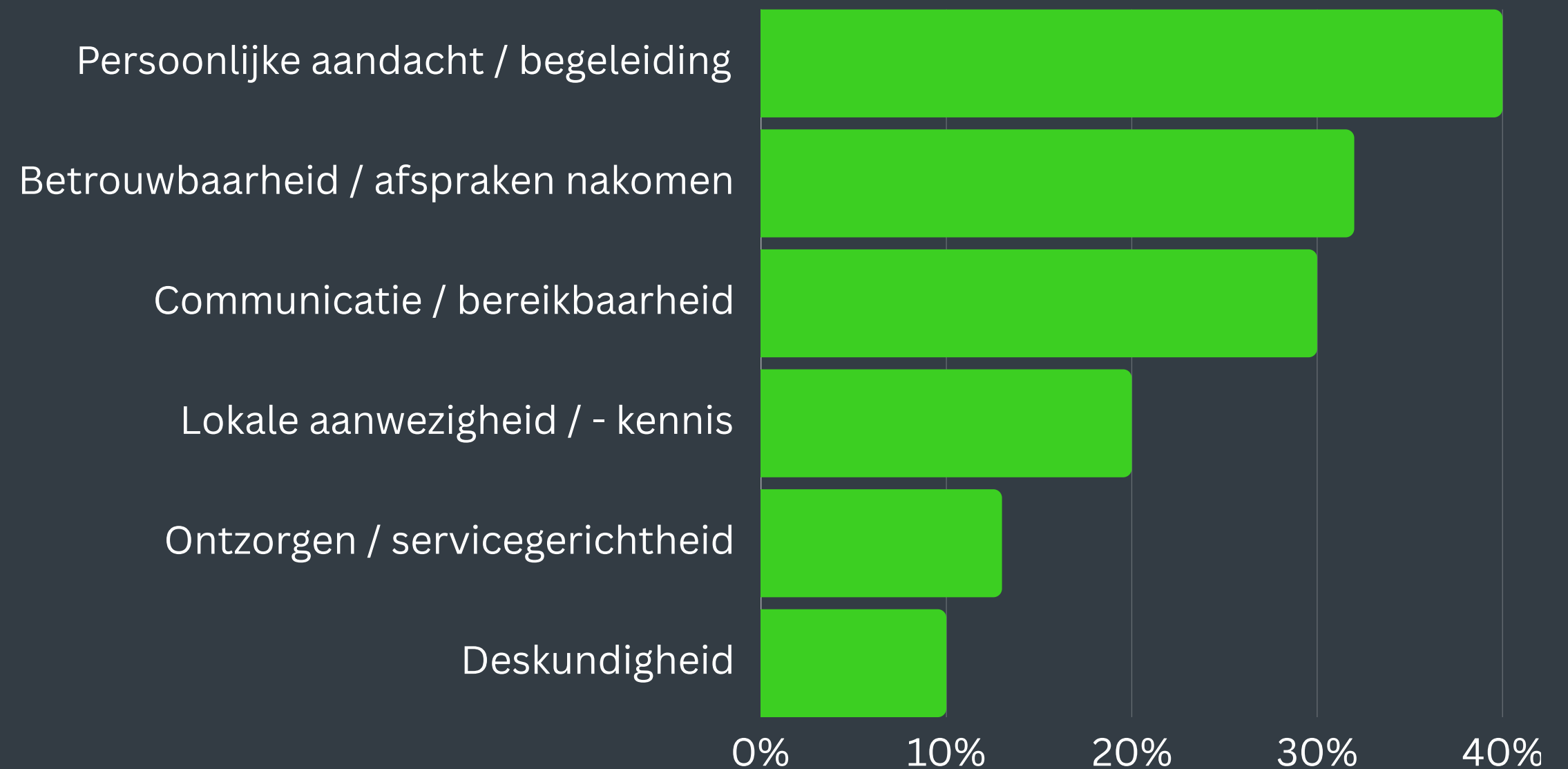


(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



**Makelaars geven aan
zich te onderscheiden
op communicatie,
persoonlijke aandacht
en betrouwbaarheid.**

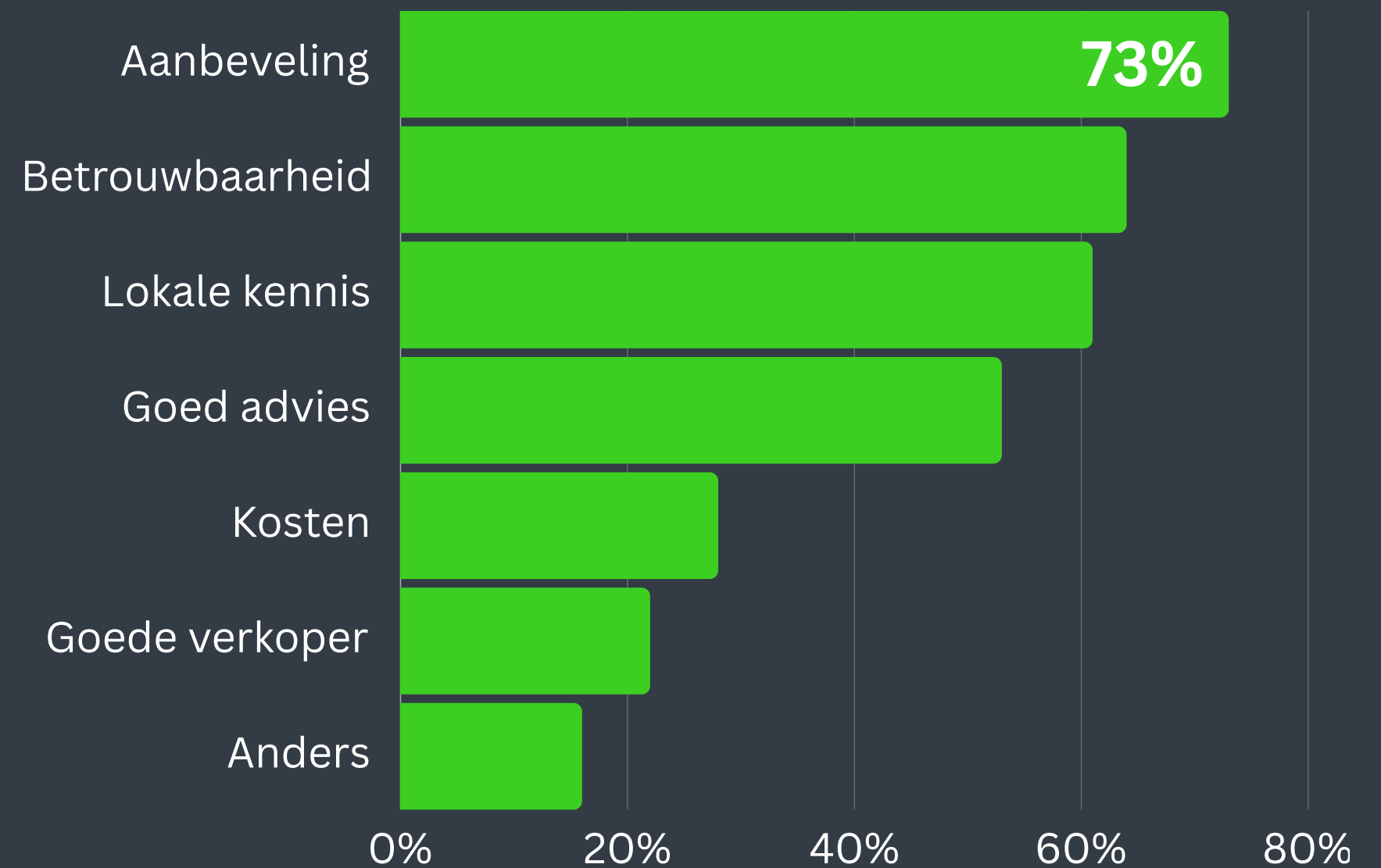
Waar zijn jullie goed in? (meest genoemde antwoorden)



‘Aanbeveling door anderen’ is de meest door makelaars genoemde reden dat klanten voor hen kiezen.



Waarom kiezen klanten voor jullie?



Observatie 2:

Makelaars zeggen hun klant goed te kennen - en hun klant centraal te zetten.

Maar lang niet iedere makelaar vraagt klanten achteraf om hun feedback.



We vroegen makelaars: “Wat betekent klantgerichtheid voor jou en je bedrijf?” (quotes)

“Zeer belangrijk; je voortbestaan hangt af van tevredenheid (onder andere).”

“Niet het pand maar de klant.”

“Werken aan een goede klantrelaties.”

“Dat het proces waar de consument doorheen moet voor hem/haar logisch is en dat hij/zij bij de hand wordt genomen ipv allerlei zaken zelf moet ontdekken.”

“Luisteren en voldoende tijd nemen voor mijn klanten.”

“Klant is koning (zolang hij/zij zich ook koninklijk gedraagt).”

“Meedenken met de klant in alle aspecten van de aan- en verkoop.”

“Meedenken en ontzorgen, maatwerk.”

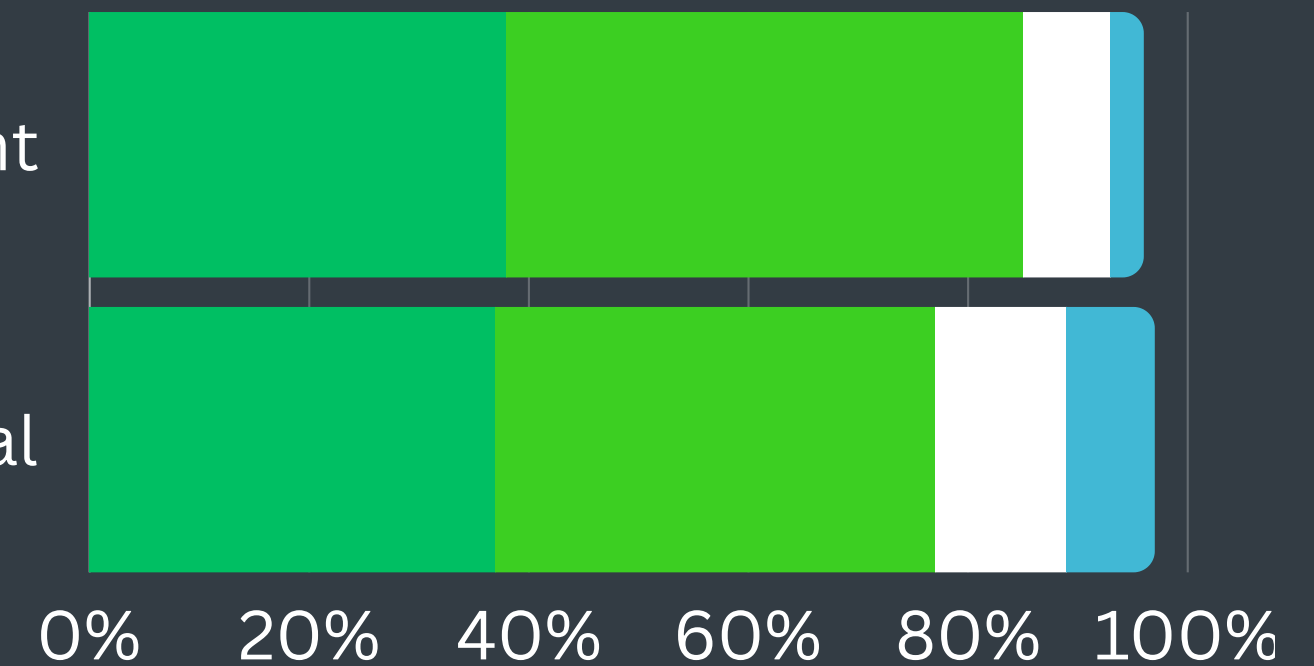


**Makelaars zeggen hun
klant goed te kennen, en
de klant centraal te
stellen.**

De klant centraal

We kennen onze klant

De klant staat centraal



0% 20% 40% 60% 80% 100%

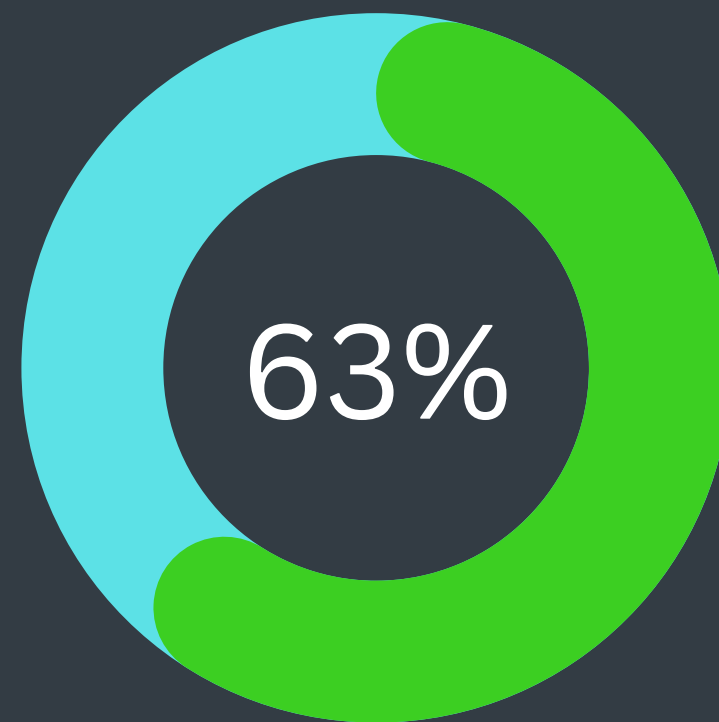
(Helemaal) eens

Neutraal

Oneens



63% van makelaars vraagt actief om klantfeedback.



Wat doe je ermee?

- Marketing
- Aanpassen dienstverlening
- “Bedankt voor de feedback”
- Weinig

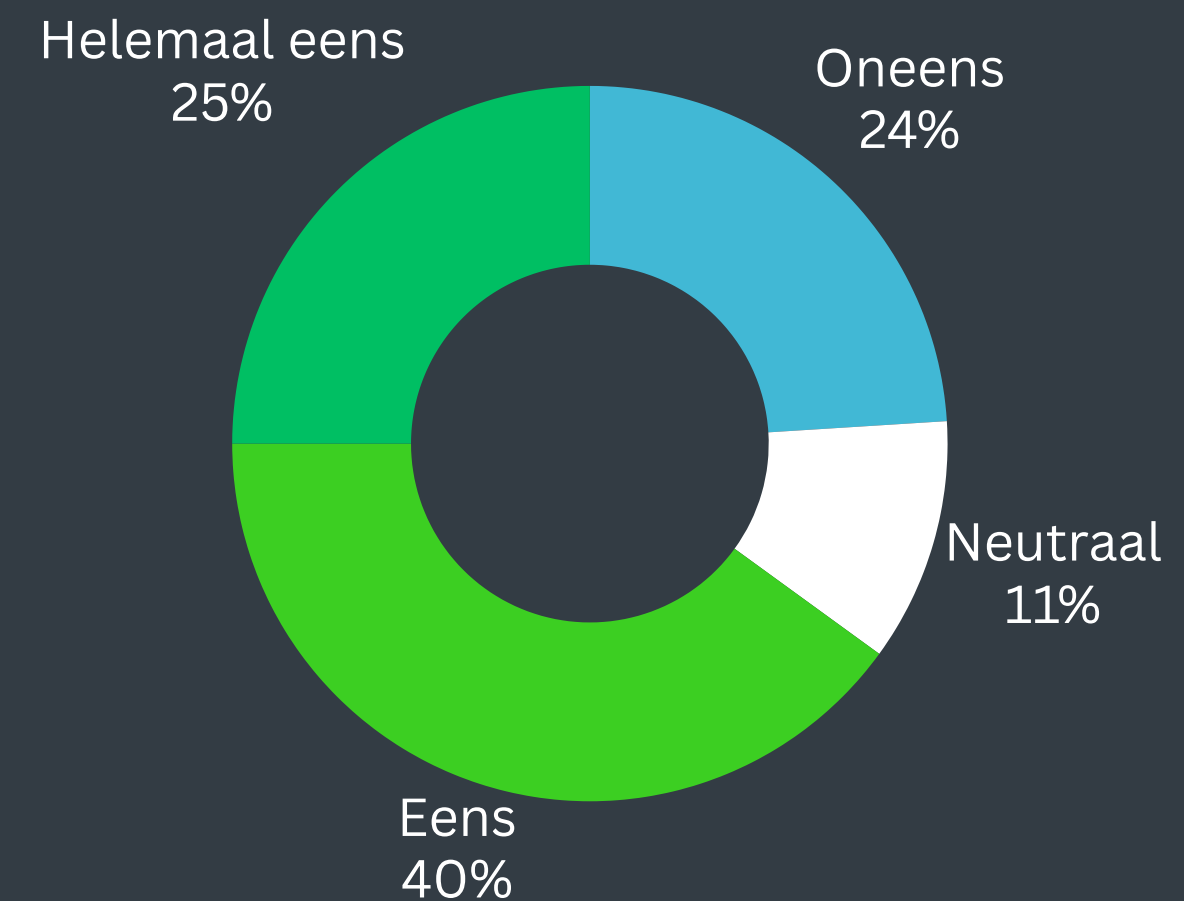
Waarom niet?

- “Geen tijd”
- “Ik kijk wel naar de reviews op funda”
- “Klant geeft het zelf wel aan”
- “Geen idee!”

**35% van de makelaars
betwijfelt of klanten een
goed beeld hebben van
wat een makelaar
allemaal doet.**



Klanten hebben een goed beeld van wat wij doen



(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



Observatie 3a:

Klanten zijn gemiddeld (zeer) tevreden over hun makelaar.



Klanten nemen een makelaar in de arm omdat:

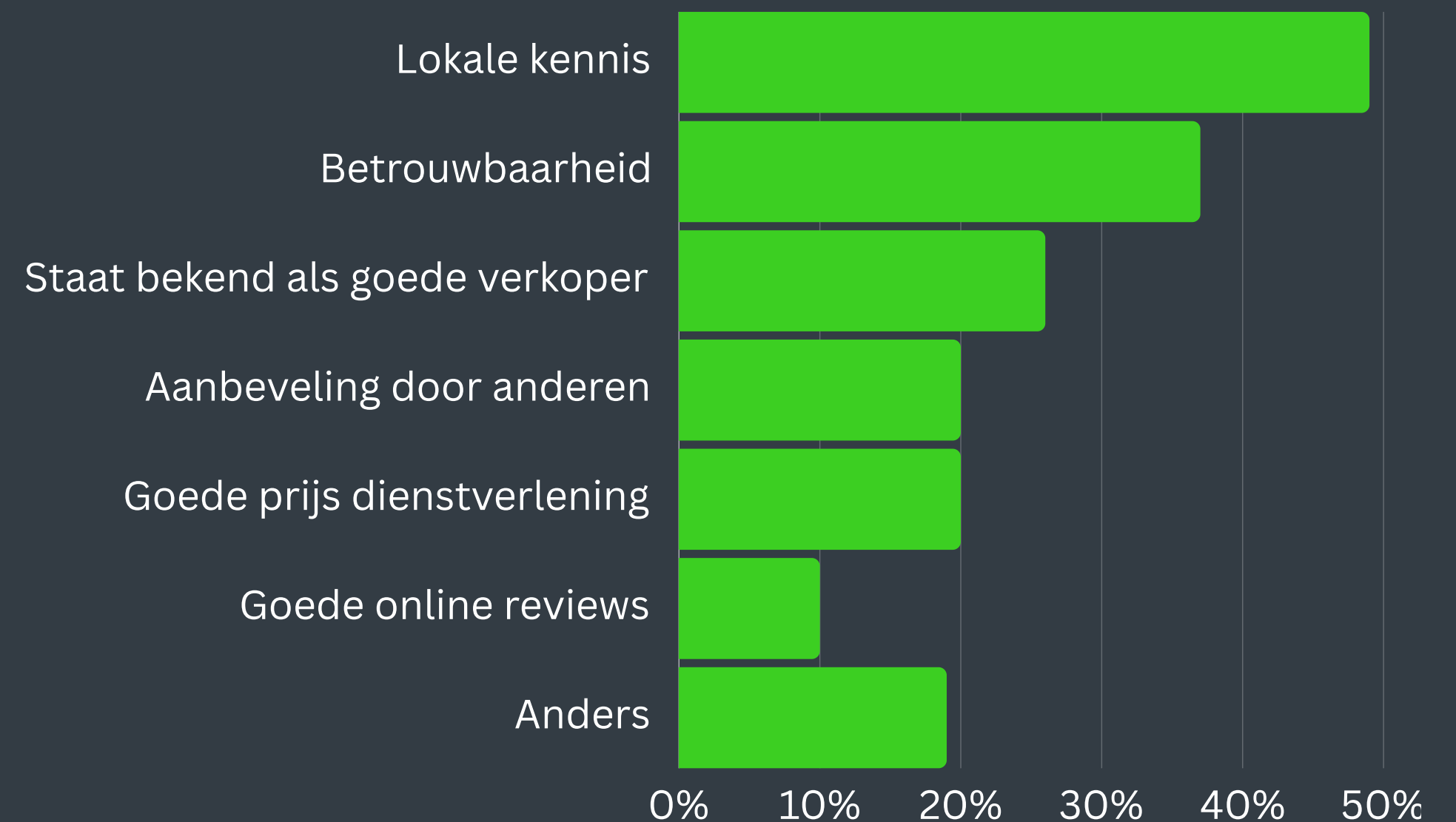
- spannend traject; behoefte aan zekerheid, goed advies
- complexiteit van het hele traject met veel partijen in de journey
- deskundigheid van makelaar
- ondersteuning bij onderhandelingsstrategie / tactiek
- professioneel presenteren van huis vergroot de kans op snelle verkoop

(meestgenoemde redenen)



Klanten vinden **lokale kennis** en **betrouwbaarheid** de belangrijkste keuzecriteria voor hun makelaar.

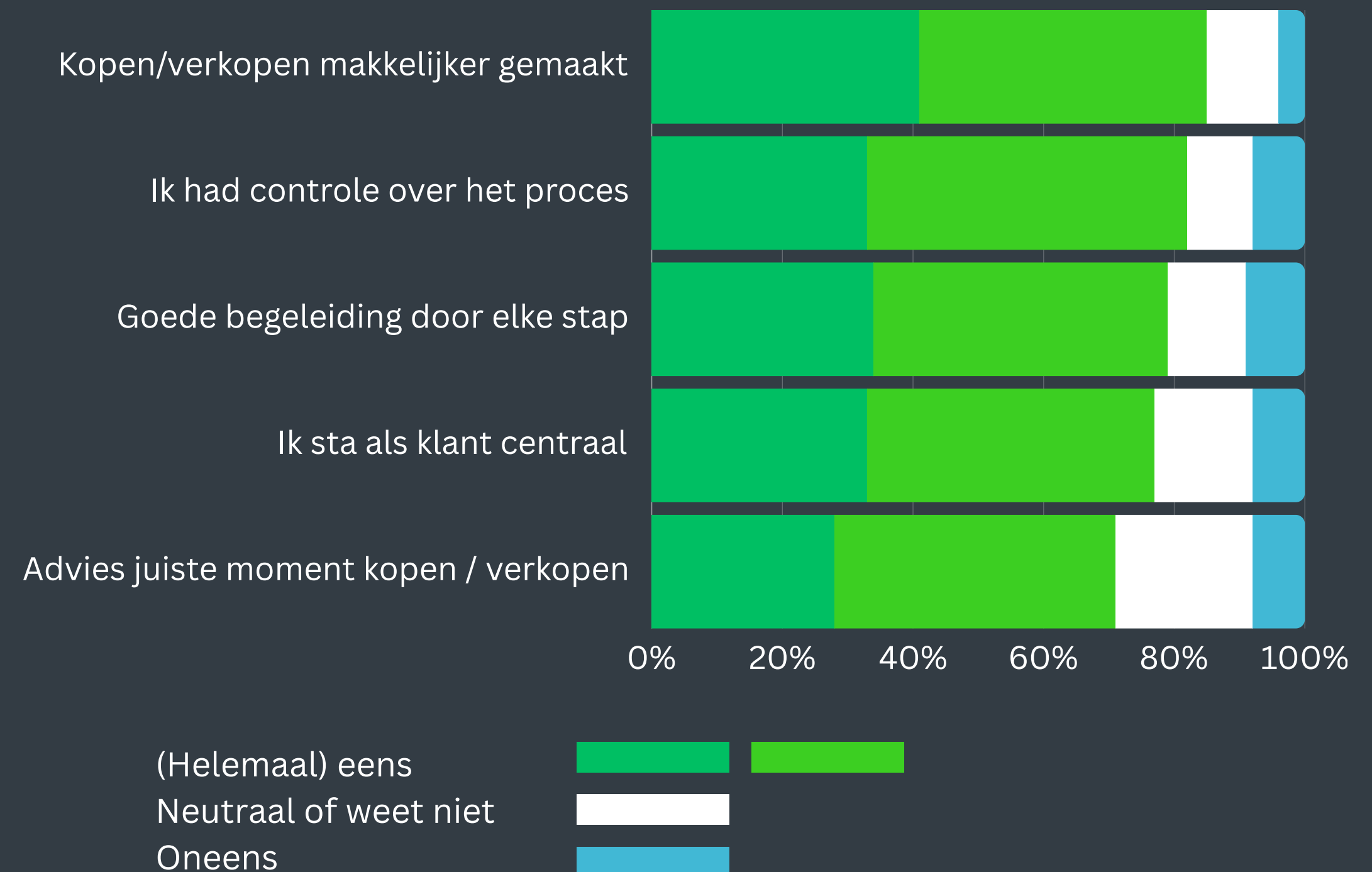
Waarom heb je deze makelaar gekozen?



Klanten zijn in het algemeen (zeer) tevreden over de begeleiding door makelaars, en voelen zich als klant meestal centraal staan.

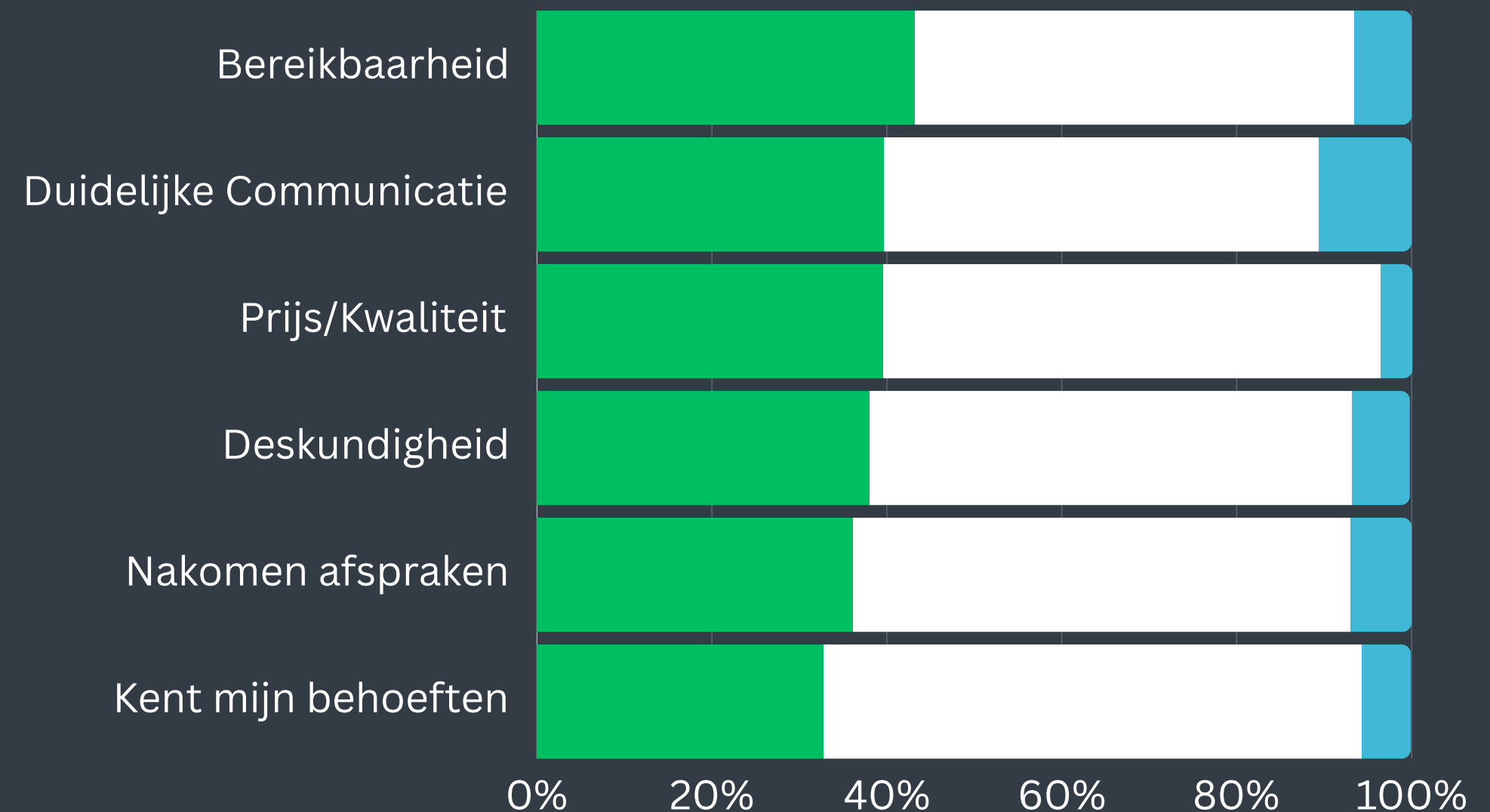


Waardering begeleiding door makelaar



Klanten zijn in het algemeen (zeer) tevreden over de klantgerichtheid van makelaars.

Waardering aspecten dienstverlening



boven verwachting
naar verwachting
onder verwachting

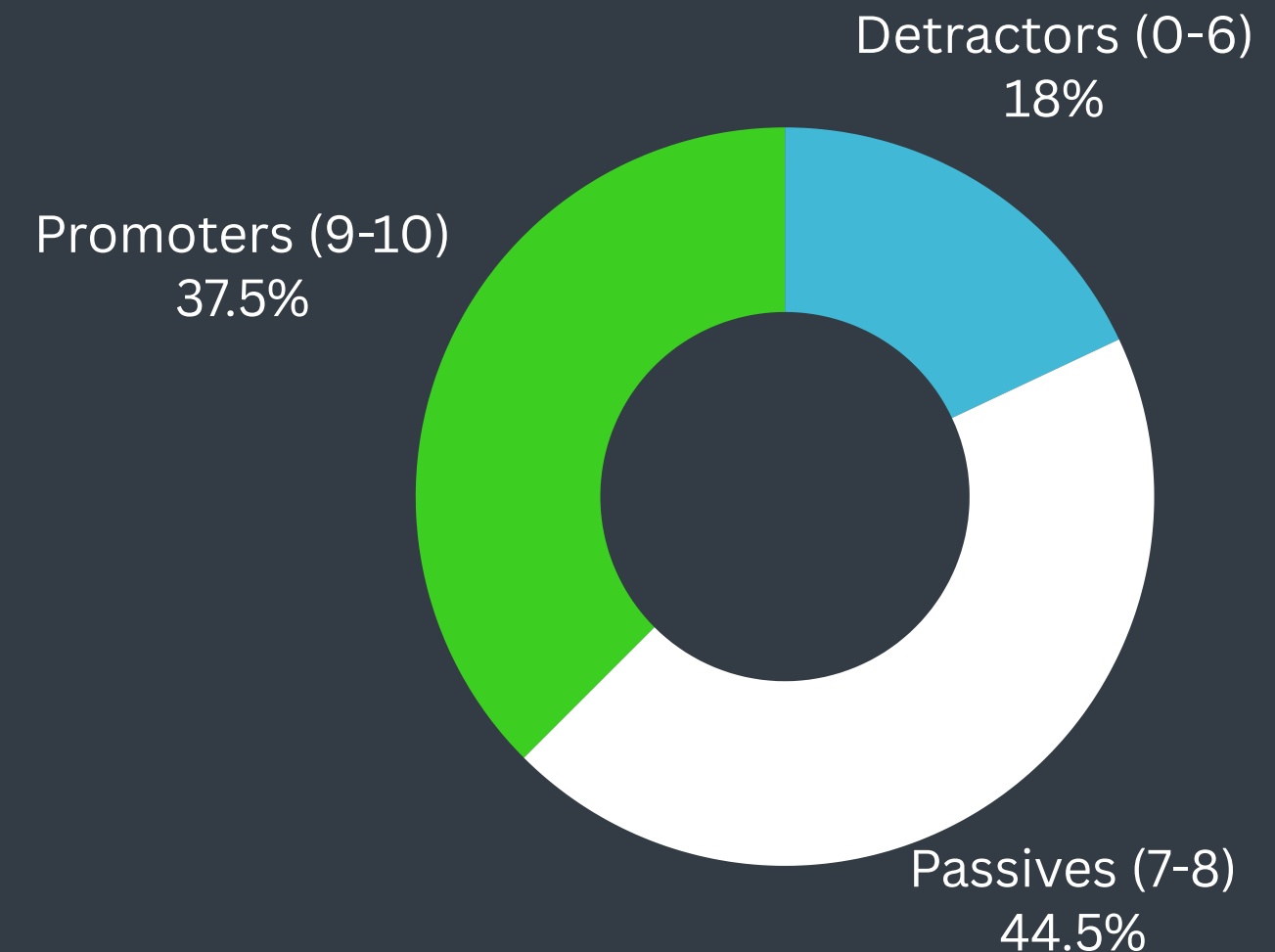


**Dat blijkt ook uit de
aanbevelingsscore:**

**38% zegt dat de kans zeer
groot is dat ze hun makelaar
zullen aanbevelen
(promoters).**



**Wat is de kans dat je je makelaar zou aanbevelen
aan familie of vrienden? (schaal 0-10)?**



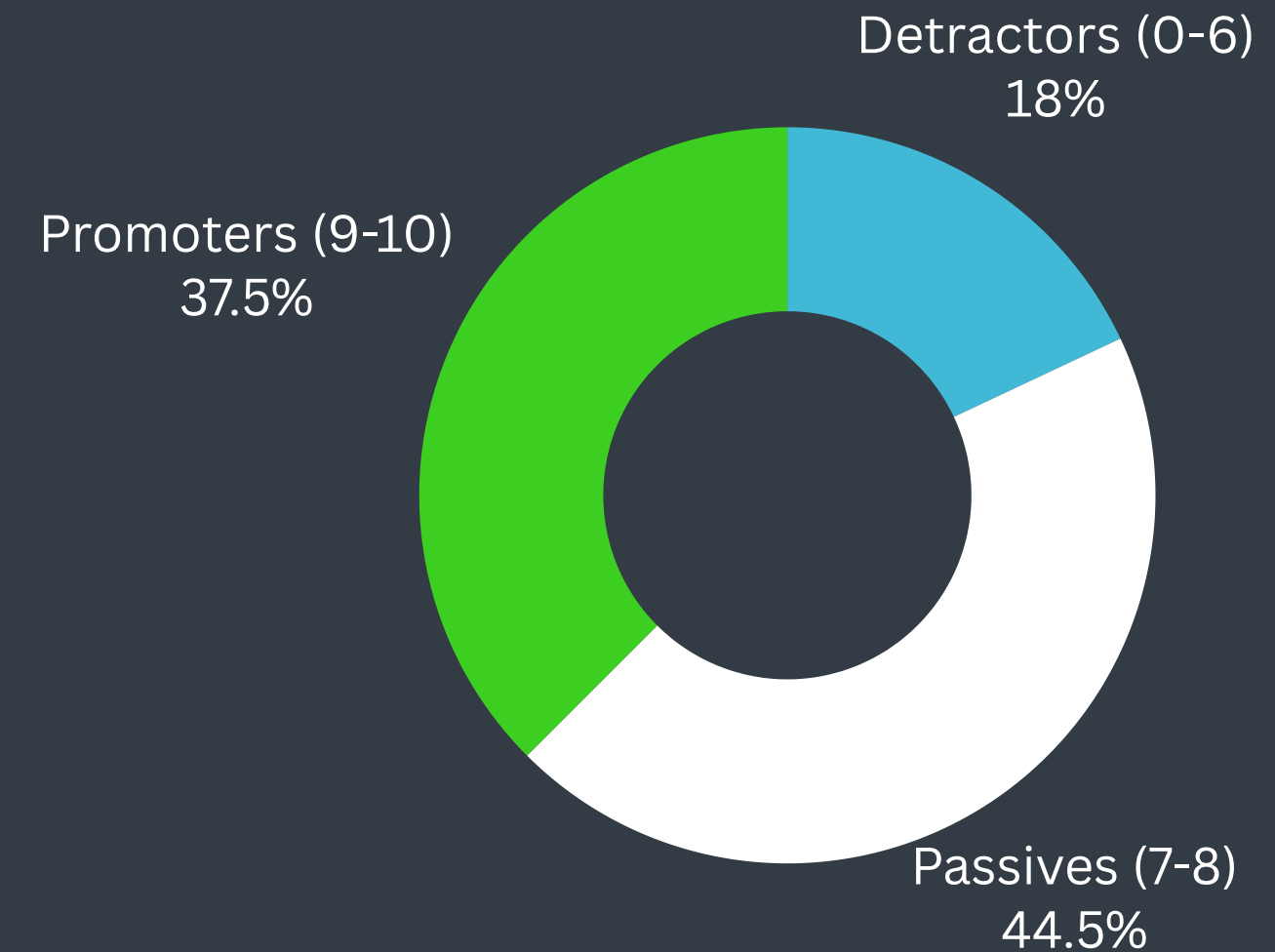
NPS score: +19,5%

‘Promoters’ waarderen:

- goede begeleiding
- goed en deskundig advies
- goede communicatie

‘Detractors’ knappen af op:

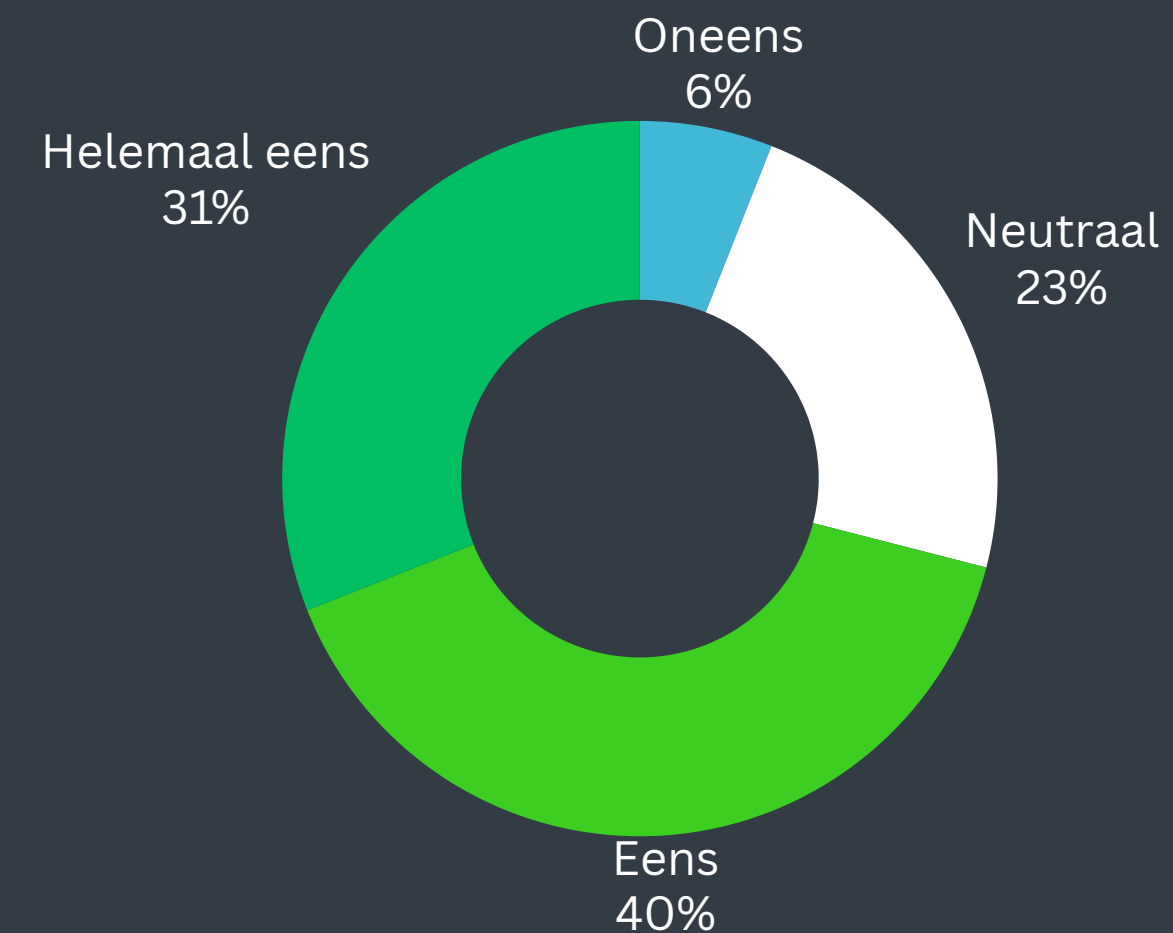
- onbetrouwbaarheid
- slechte communicatie / bereikbaarheid
- niet nakomen afspraken



Zo'n 30% van de klanten
is het niet eens met de
stelling dat de makelaar
een goede prijs
onderhandeld heeft.



Mijn makelaar heeft een goede prijs onderhandeld



(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



Observatie 3b:

**Klanten zijn tevreden over de taxateur en de bouwkundig keurder -
maar de toegevoegde waarde is lager dan van makelaars.**



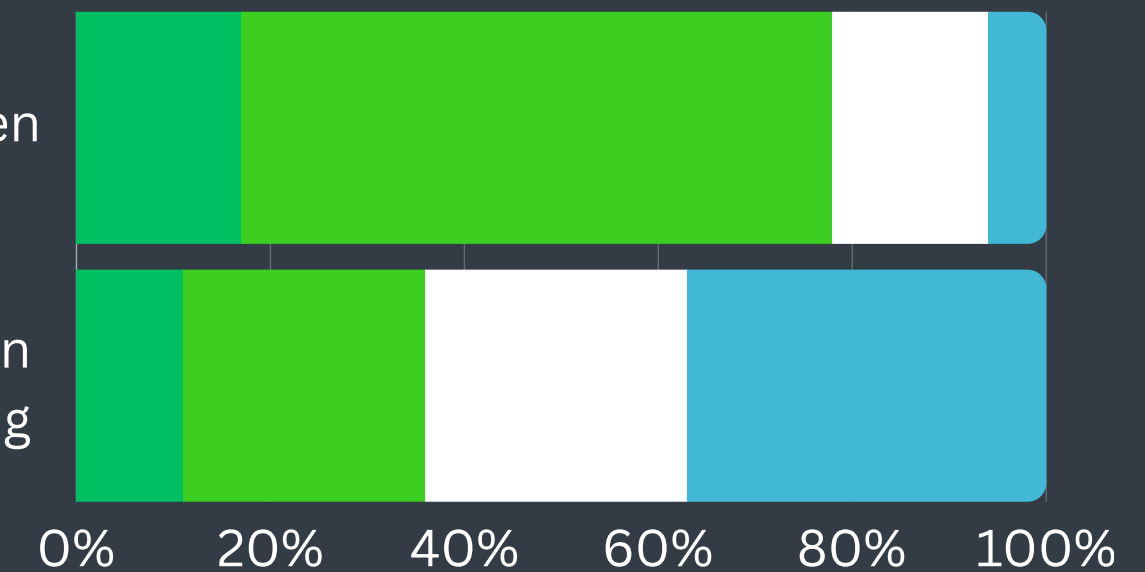
De taxateur (indien ingehuurd) voldoet goed aan de verwachting - maar taxatie wordt vaak gezien als een verplichte stap - die niet veel waarde toevoegt voor de klant.



Toegevoegde waarde taxatie

Taxateur voldeed aan mijn verwachtingen

De taxatie heeft geholpen in mijn aankoop- / verkoopbeslissing



(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



**De bouwkundig keurder
(indien ingehuurd)
voldoet goed aan de
verwachting.**

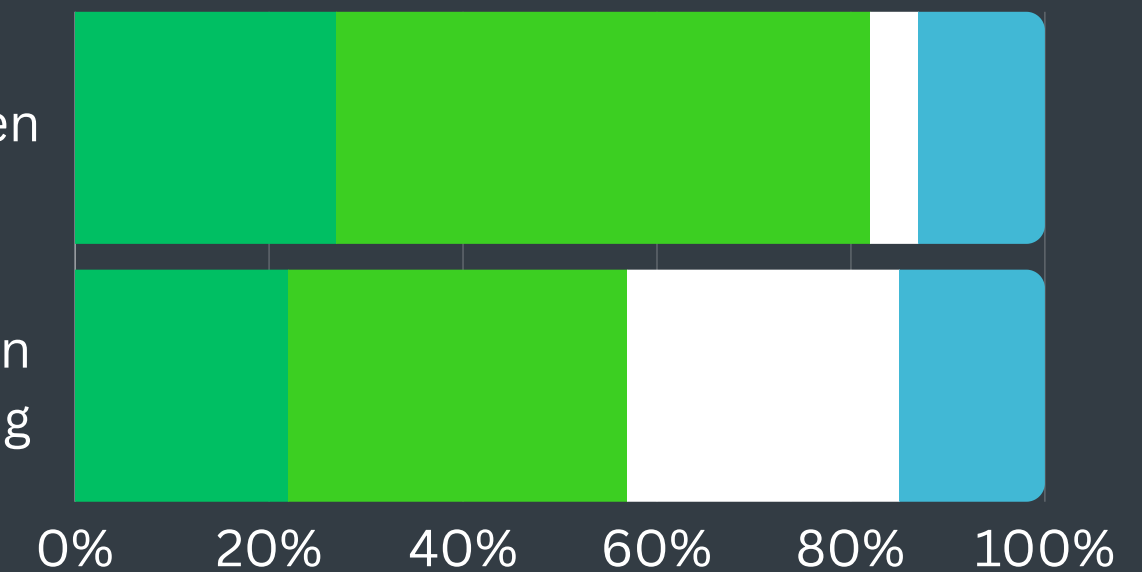
**Bijna 60% zegt dat de
keuring een rol speelde in
hun beslissing.**



Toegevoegde waarde bouwkundige keuring

Keurder voldeed aan mijn verwachtingen

De keuring heeft geholpen in mijn
aankoop- / verkoopbeslissing



(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



Observatie 4:

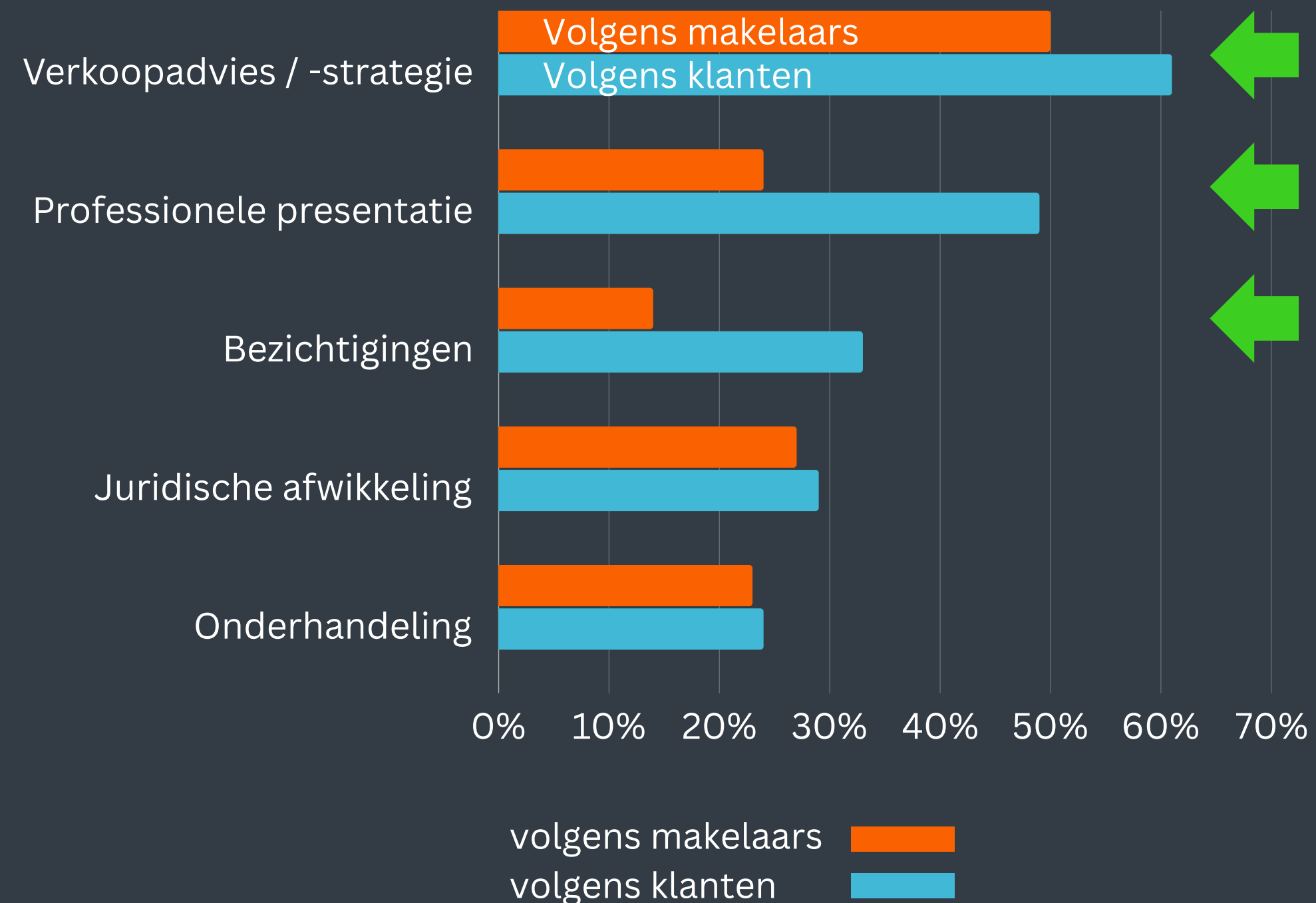
Er zit een opvallend verschil tussen de diensten die klanten het belangrijkste vinden, en wat makelaars denken dat klanten het belangrijkste vinden.



Klanten van een verkoopmakelaar hechten de meeste waarde aan **verkoopadvies** - maar makelaars onderschatten het belang van **presentatie** en **bezichtigingen**.



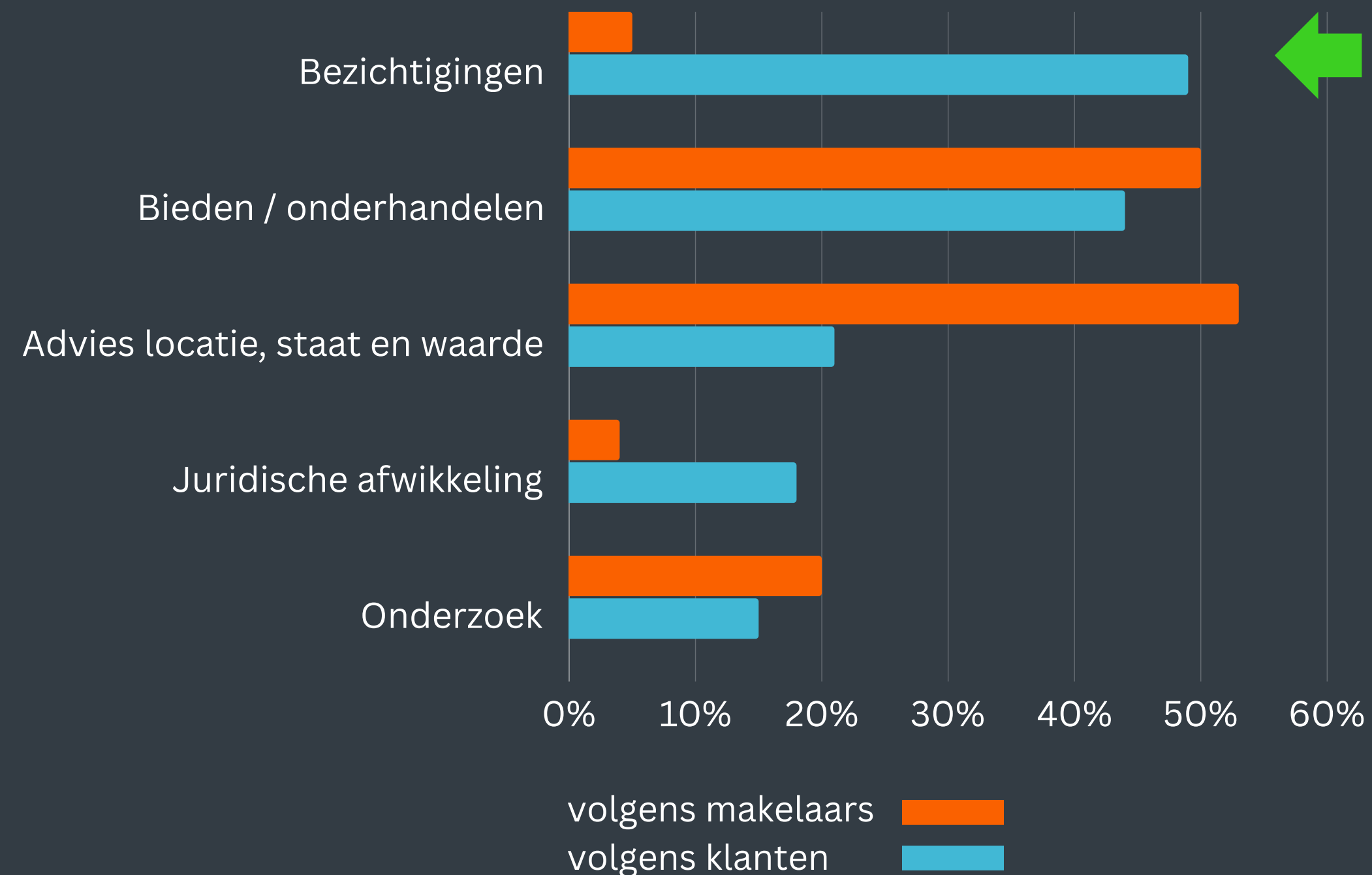
Meest waardevolle diensten verkoopmakelaar - top5



Klanten van een aankoopmakelaar hechten volgens makelaars de meeste waarde aan ondersteuning bij **bieden en onderhandelen** - maar klanten zelf noemen ondersteuning bij **bezichtigingen** het meest.



Meest waardevolle diensten aankoopmakelaar - top 5



Observatie 5:

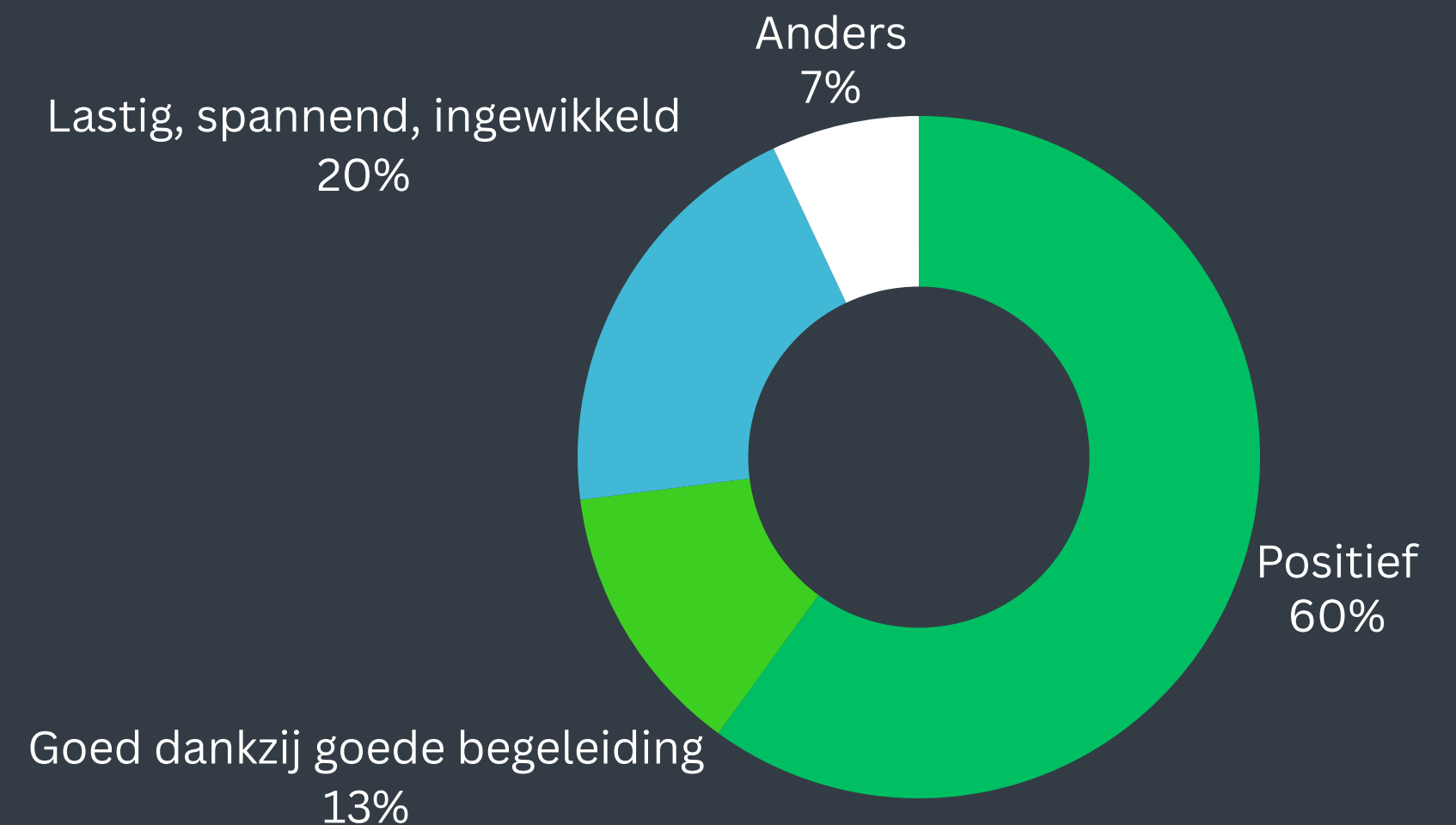
Het hele proces met alle betrokken partijen (makelaars, hypotheekadviseurs, taxateurs, keurders, energielabel-adviseurs en notarissen) wordt in het algemeen goed begeleid door makelaars - maar een flinke groep klanten ervaart dit toch als een ingewikkeld en stressvol traject.



Klanten zijn op zich positief over het totale proces met alle betrokken partijen - echter: 20% ervaart dit als een ingewikkeld, stressvol, lastig traject.



Hoe heb je het hele proces met verschillende partijen ervaren?



Wanneer je een huis gaat kopen of verkopen heb je vaak te maken met verschillende partijen zoals een hypotheekadviseur, aankoop en of verkoop makelaar(s), taxateur, bouwkundig keurder, energie (label) adviseur en notaris. Hoe heb je dit hele proces met al deze partijen ervaren?

Observatie 6:

Ruimte voor verbetering en vernieuwing:

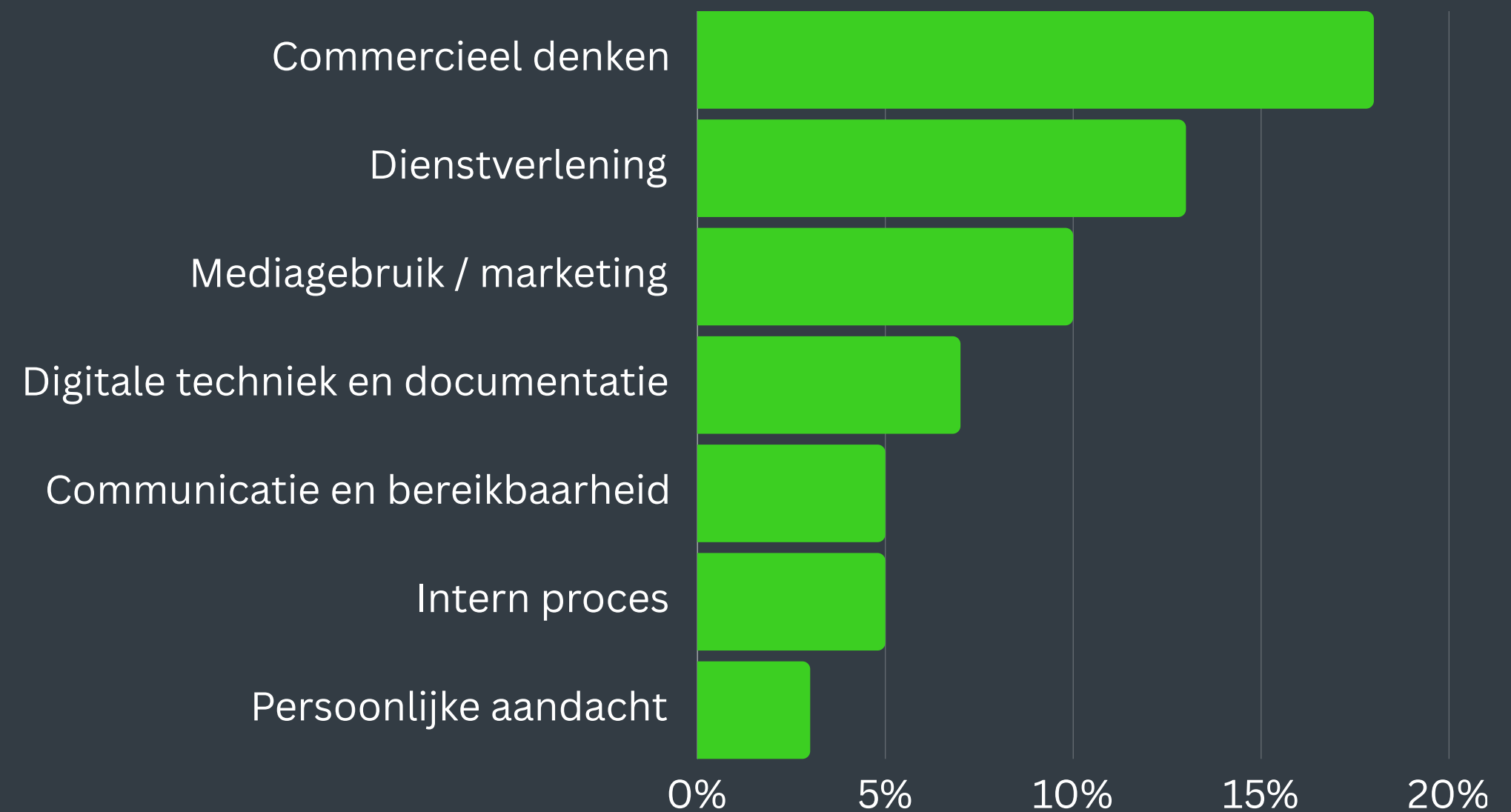
- makelaars zien bij zichzelf ruimte voor verbetering in dienstverlening, marketing en commercie
- klanten zien ruimte voor verbetering vooral in ‘zachte’ aspecten



Makelaars zien bij zichzelf met name verbeterpotentieel in meer **commercieel denken**, uitbreiding van **dienstverlening** en beter **gebruik van (sociale) media**.



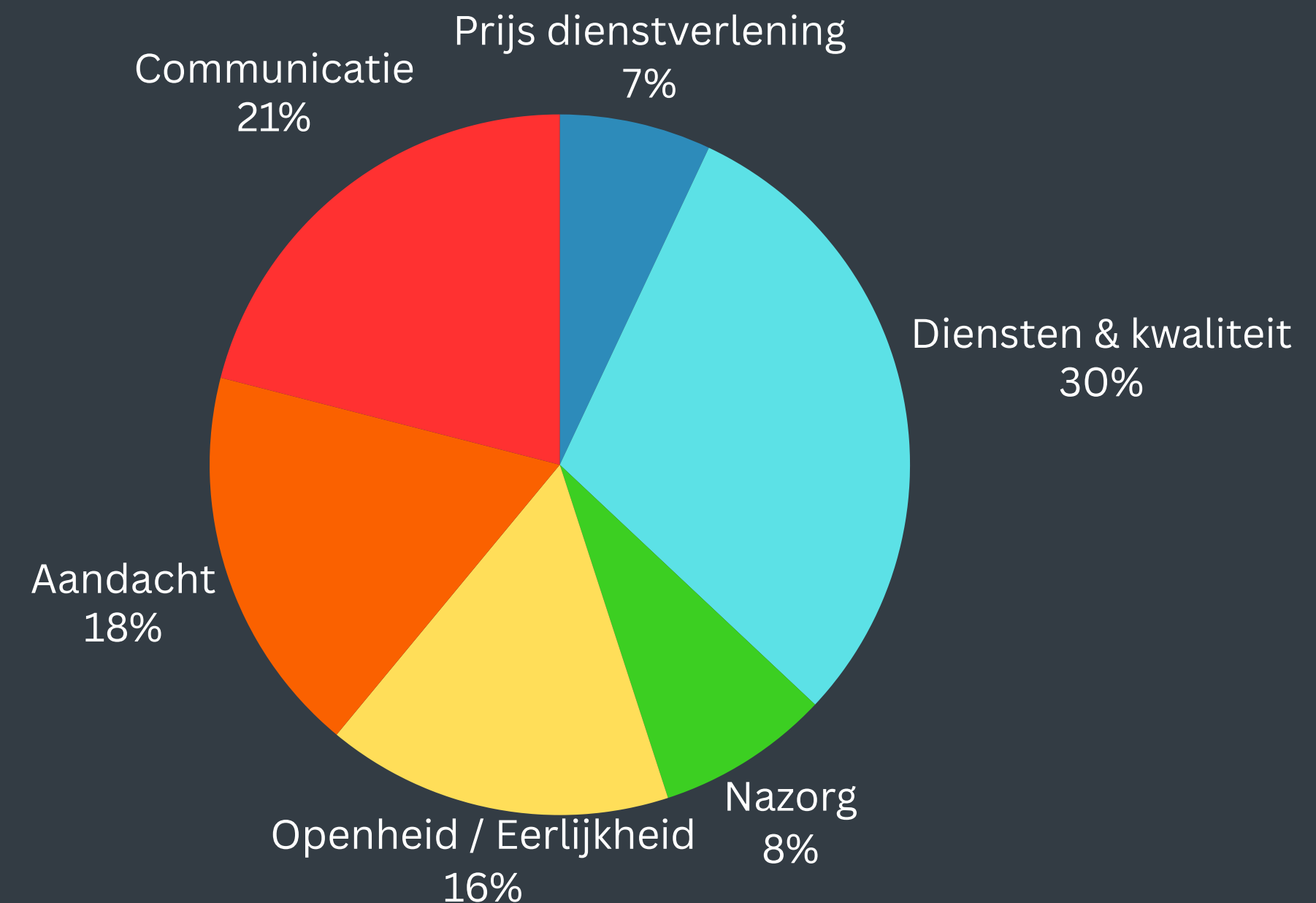
Verbetersuggesties van makelaars naar thema



Hoewel **klanten** gemiddeld (zeer) tevreden zijn over hun makelaar, heeft 70% een suggestie voor verbetering. Vaak gaat dit over ‘zachte’ aspecten als betere **communicatie**, meer (persoonlijke) **aandacht**, meer **transparantie** en betere **nazorg**.



Verbetersuggesties van klanten naar thema



“Wij kregen een flesje wijn en een beautybon bij de verkoop van ons huis, dat heeft ons erg verrast”

Verbetersuggesties door klanten naar thema

- **Communicatie:** beter / duidelijker communiceren, afspraken beter nakomen, snel reageren, pro-activiteit; en ook bij een lang verkooptraject blijven communiceren
- **Aandacht:** beter luisteren, meer persoonlijke aandacht en interesse, klant echt kennen
- **Openheid / eerlijkheid:** meer transparantie over biedingen, meer onpartijdigheid
- **Nazorg:** feestelijk maken van de afronding van het proces, check-in enige tijd na transactie, bv. vragen naar eventuele gebreken
- **Diensten en kwaliteit:** goede voorlichting geven, duidelijke opties + consequenties geven, beter advies m.b.t. marktontwikkelingen, meer zorgvuldigheid en alertheid op mogelijke gebreken
- **Prijs:** makelaarskosten worden als hoog ervaren



Verbetersuggesties / klant quotes

“Het meer een magisch proces maken dan alleen maar papierwerk en rompslomp. Pakje met koekjes met daarop: 'gefeliciteerd met de aankoop van je nieuwe huis!'”

“... 1 coördinator die alle communicatie goed laat verlopen.”

“Advies geven over bijvoorbeeld verbouwen of verduurzamen.”

“Wij kregen een flesje wijn en een beautybon bij de verkoop van ons huis, dat heeft ons erg verrast.”

“Alles in jip en janneke taal uitleggen inplaats van al die moeilijke benamingen!”

“Meedenken met de klant in alle aspecten van de aan- en verkoop.”

“Veel communiceren en transparant zijn. Niet alles doen voor het geld en de mensen vergeten.”

“Enkele maanden na (ver)koop of betrekking van de woning nog eens contact over mogelijke gebreken of tekortkomingen en daar dan naar handelen.”

“Zich goed aan de tijden van een afspraak houden. Wij hebben in het verleden vaak staan wachten.”

“Zelf proactief advies geven zonder dat hier direct om wordt gevraagd.”

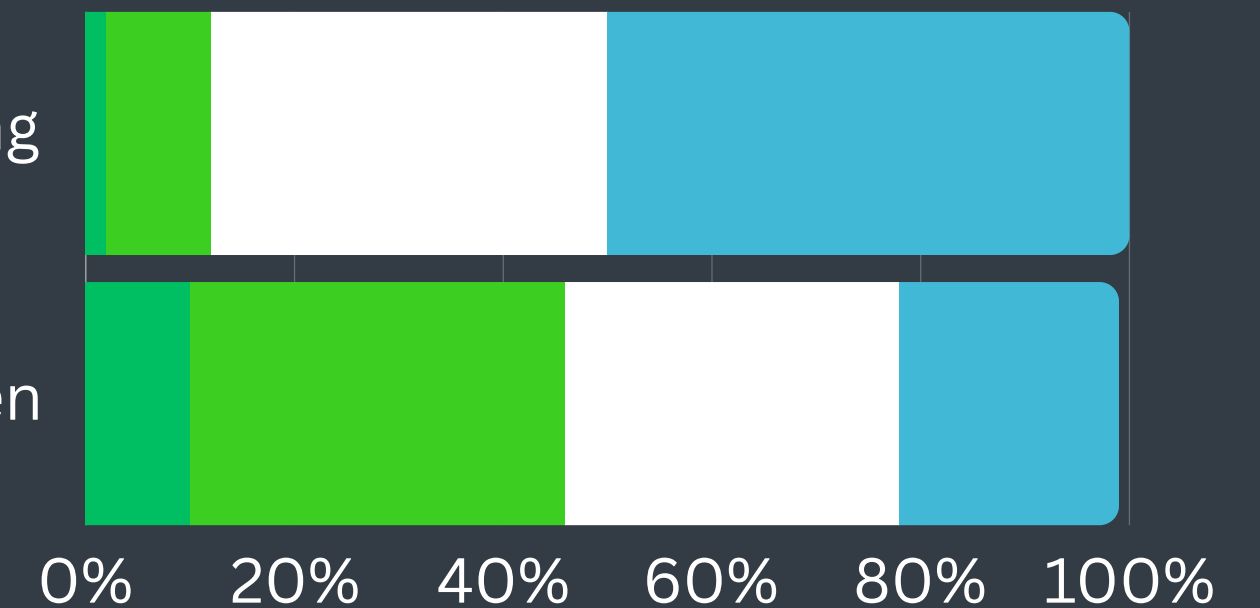
Makelaars zien A.I. niet als een bedreiging voor hun vak - maar zijn nog aarzelend over hoe het hun kan helpen nog klantgerichter te worden.



Artificial Intelligence

A.I. is een bedreiging

A.I. kan ons helpen



(Helemaal) eens
Neutraal of weet niet
Oneens



Conclusies en aanbevelingen

1. Het (ver)kopen van een huis is voor veel mensen een van de grootste beslissingen in hun leven. Het hele traject is daarbij complex, met veel betrokken partijen, en veel valkuilen. Ze zoeken daarom houvast bij een deskundige en betrouwbare gids die hen begeleidt en adviseert: de makelaar.
2. Makelaars vullen die rol meestal goed in. Klanten zijn gemiddeld (zeer) tevreden over de dienstverlening en klantgerichtheid van makelaars. Dat mag ook wel: de consequenties als het niet goed gaat zijn voor de klant heel groot.
3. Makelaars zeggen hun klanten goed te kennen - vanuit het persoonlijk contact met de klant, en soms vanuit klantonderzoek. Toch zijn er in het onderzoek duidelijke verschillen te zien in waar klanten de meeste waarde aan hechten, en wat makelaars denken dat het meeste waarde heeft. Dit illustreert dat je je aannames moet blijven controleren, en dat je moet blijven luisteren naar klanten.
4. De belangrijkste bron van nieuwe klanten zijn (volgens makelaars) aanbevelingen van oude klanten. Daarom is het als makelaar van belang om steeds actief te kijken hoe je de aanbevelings-score verder kunt vergroten, ook al zijn je klanten gemiddeld tevreden.
5. Ook tevreden klanten hebben aanbevelingen voor verdere verbetering van de klantervaring. Het blijkt dat zij vaak ruimte voor verbetering zien in de 'zachte' aspecten van dienstverlening (communicatie, aandacht, nazorg), waar makelaars vooral de 'harde' aspecten noemen. Het voordeel van de 'zachte' aspecten is dat ze weinig kosten – het is vooral een zaak van aandacht en houding.
6. Desondanks zijn er ook aanknopingspunten voor de verbetering van de 'harde' dienstverlening. Daarbij kun je denken aan nieuwe technologische middelen en media om panden te presenteren en onder de aandacht van de markt te brengen; en het verder stroomlijnen van de hele klantreis, met alle betrokken partijen in de keten.

Tenslotte

In een concurrerende markt met veel onzekerheden is het van belang te blijven werken aan je onderscheidend vermogen, de innovatie van je dienstverlening, en het blijven luisteren naar en inspelen op de behoeften en wensen van klanten.

Stel jezelf daarom de volgende vragen:

- Weet je hoe jij je in de ogen van je klanten onderscheidt van je concurrenten? Weet je welke afwegingen je klanten hebben gemaakt om voor jou te beslissen? Waar liggen de mogelijkheden om je verder te onderscheiden?
- Vraag je aan je klanten niet alleen of ze tevreden zijn, maar neem je ook de tijd om door te vragen (ookal zijn ze tevreden)? Wat kan er beter? Hoe hebben ze de verschillende stappen in het proces ervaren? Welk aspect van de dienstverlening beviel het best en het minst, en waarom? Welke tip / aanbeveling hebben ze voor je?
- Stel je diezelfde vragen niet alleen achteraf maar ook tijdens het proces van kopen of verkopen van een huis? Vraag je door, naar hun specifieke situatie, behoeften en wensen?
- Maak je regelmatig de tijd (zelf of met je team) om te reflecteren op hoe het gaat, wat je hebt geleerd van je klanten, en hoe je dat kunt omzetten in (nog) betere diensten en (nog) betere service?
- Heb je daarbij de stappen in het koop- of verkoopproces gezien vanuit de ogen van je klant, al eens uitgeschreven in een visuele 'klantreis', en bij elke stap gekeken hoe je het proces makkelijker of prettiger kunt maken?
- Besteed je aandacht aan nazorg, en neem je ook na de transactie nog eens contact op?
- Hoe werk je aan de langetermijn relatie met je klanten?

Colofon:

Dit rapport is gebaseerd op een online survey onder makelaars / taxateurs die lid zijn van Vastgoedpro (75 respondenten), en onder 200 consumenten die recent een huis gekocht of verkocht hebben.

Het onderzoek is uitgevoerd door NECXT in opdracht van Vastgoedpro, in november 2023.



Over NECXT:

NECXT is een onafhankelijk adviesbureau op het gebied van klantgerichtheid.

Wij inspireren en activeren organisaties op het gebied van klantstrategie, organisatiecultuur, leiderschap en praktische werkwijzen om klanten te trekken, te houden en te ontwikkelen.

Contactgegevens:

Nils Schmeling - 06 20 412 172

Gerald Adang - 06 12 966 586

e: info@necxt.com

w: www.necxt.com

