Nexxtmove

whitepaper voor **makelaars**

Grip op de groei van je makelaarskantoor

5 praktische verbeterpunten voor maximaal rendement uit elke lead, rust op kantoor en een professionele uitstraling.



Introductie

De machine achter je kantoor

Hard werken is voor de meeste makelaars het probleem niet. De echte uitdaging zit in de schaalbaarheid van je kantoor. Vaak zie je dat een groei in het aantal opdrachten hand in hand gaat met een explosie aan administratieve ruis en een team dat voortdurend op de toppen van zijn kunnen loopt. Wanneer die operationele druk te hoog wordt, is de klant helaas vaak de eerste die dat merkt. Leads blijven te lang liggen, de opvolging wordt slordig en de persoonlijke aandacht die jouw kantoor uniek maakt, komt steeds verder in het gedrang.

Veel makelaarskantoren denken op zo'n moment dat ze tegen een capaciteitsprobleem aanlopen en dat de oplossing ligt in extra personeel. In de praktijk blijkt echter vaak dat processen niet zijn meegegroeid met het succes van het kantoor. Meer opdrachten leiden niet automatisch tot meer rendement, maar vooral tot meer drukte.

Op dat moment ben je niet meer echt aan het groeien, maar ben je vooral aan het overleven. In dit document leggen we de vinger op vijf zere plekken waar je momenteel onbewust rendement verliest. We kijken niet naar ingewikkelde techniek, maar naar praktische verbeterpunten die de rust op je kantoor herstellen en ervoor zorgen dat je weer het maximale rendement uit elke lead haalt.

Fase 1:
Aanvragen

De meeste aanvragen komen tegenwoordig versnipperd binnen: via Funda, je eigen website, social media, via telefoon of per mail. Hoewel je flink investeert om deze stroom op gang te houden, gaat het rendement vaak verloren op de momenten dat je er even niet bent.



De **knelpunten** op het kantoor

1 De 24-uurs kloof

Een zoeker die op zaterdagavond een aanvraag doet, is op dat moment ‘heet’. Als zij pas maandagochtend negen uur een eerste reactie krijgen, zijn ze vaak al drie tabbladen verder bij een kantoor dat wél direct reageert. Je verliest de deal voordat het gesprek überhaupt is begonnen.

2 De maandagochtend-achterstand

De binnendienst begint de week vaak met een administratieve achterstand. In plaats van direct de telefoon te pakken, zijn ze urenlang bezig met het handmatig overtypen van gegevens uit de mail naar het systeem. Dat is de kostbare tijd van je team die opgaat aan ‘data-invoer’ in plaats van klantcontact.

3 Onzichtbaarheid in de regio

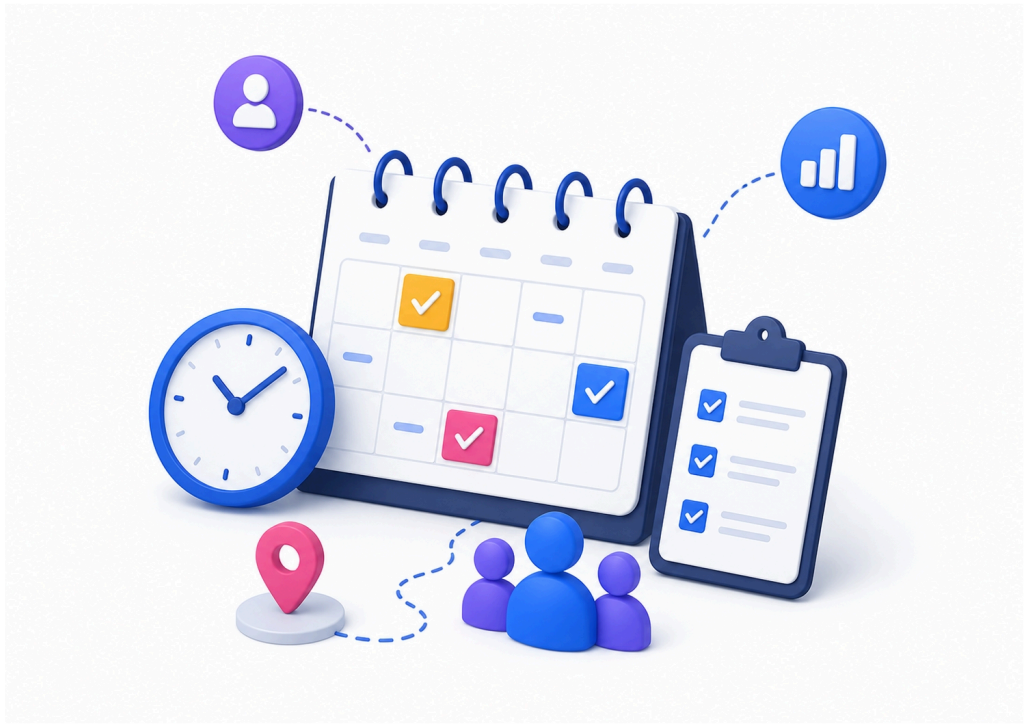
Er wordt vaak alleen gecommuniceerd als er een nieuw huis op Funda staat. Hierdoor ben je tussen de verkopen door onzichtbaar voor de rest van de markt, terwijl je juist in die rustige periodes je volgende opdrachtgevers in de regio warm moet maken.

Vraag jezelf eens af:
Hoeveel aanvragen zijn er de afgelopen maand buiten kantooruren binnengekomen? En hoeveel daarvan hebben pas de volgende werkdag een reactie gekregen? De kans is groot dat hier meer rendement verloren gaat dan je denkt.

De ideale werkwijze voor meer grip:
Echte groei ontstaat wanneer je de opvolging loskoppelt van je openingstijden. Het doel is dat elke aanvraag direct en foutloos in je systeem landt. Zonder dat er op kantoor iemand een toets hoeft aan te raken. Door de zoeker direct een persoonlijke, digitale reactie te geven, haal je de enorme operationele druk weg bij je team op de piekmomenten. Je binnendienst start de dag niet met ‘invoerwerk’, maar met het bellen van gekwalificeerde leads die al een antwoord hebben gekregen.

Fase 2:
Bezichtigingen

In een druk makelaarskantoor is de agenda vaak de grootste bron van onrust. Het plannen van bezichtigingen en afspraken lijkt aan de buitenkant simpel, maar in de praktijk is het een tijdrovende puzzel die nooit helemaal af is.



De **knelpunten** op het kantoor

1 De bel-pingpong

Je binnendienst is een groot deel van de dag bezig met het heen en weer bellen en mailen om die ene bezichtigingsronde vol te krijgen. Tegen de tijd dat de laatste kijker eindelijk is ingepland, belt de eerste weer af. Die constante ‘agenda-gymnastiek’ vreet energie en houdt je team af van hun eigenlijke werk.

2 De dichte deur

Er is niets frustrerender dan als makelaar voor een woning staan terwijl de kijker niet komt opdagen. Die no-show kost je niet alleen reistijd, maar het is ook een gemiste kans voor de verkoper. Zonder een waterdicht systeem van automatische herinneringen blijf je afhankelijk van de discipline van de kijker.

3 Drempels voor de zoeker

In een wereld waar je alles online kunt reserveren voelt het voor een zoeker ouderwets als ze moeten wachten op een telefoontje of mailtje voor een afspraak. Elke vertraging in dit proces zorgt voor uitstelgedrag en uiteindelijk voor het verlies van potentiële kopers aan een kantoor dat sneller schakelt.

Vraag jezelf eens af:
Hoeveel tijd besteedt jouw binnendienst iedere week aan het plannen, verzetten en bevestigen van afspraken? En hoeveel van die tijd levert daadwerkelijk waarde op voor de klant?

De ideale werkwijze voor meer grip:
In een optimaal draaiend kantoor hoeft de binnendienst niet meer te puzzelen met agenda’s. De regie voor het inplannen ligt voor een groot deel bij de zoeker zelf, binnen de strakke kaders die jij vooraf bepaalt. Hierdoor stroomt je agenda automatisch vol op de tijden dat het jou uitkomt, zonder dat er één telefoontje aan te pas komt. Door bevestigingen en herinneringen te automatiseren, zorg je dat de kijker direct alle belangrijke informatie bij de hand heeft.

Fase 3:
Opvolging

Het verschil tussen een snelle verkoop en een moeizaam traject zit vaak in de opvolging na de bezichtiging. Maar in de waan van de dag is een gestructureerde terugkoppeling vaak het eerste onderdeel dat verslapt.



De **knelpunten** op het kantoor

1 Het zwarte gat na de bezichtiging

Een kijker is direct na de bezichtiging het meest enthousiast. Als het dagen duurt voordat er om feedback wordt gevraagd, zakt dat weg. Voor de verkoper is deze stilte frustrerend; deze zit op hete kolen terwijl jij geen tijd hebt om iedereen direct na te bellen.

2 Het ontbreken van overzicht in de reacties

Reacties van kijkers komen versnipperd binnen via e-mail, telefoon en losse notities. Daardoor kost het veel tijd om een compleet beeld te vormen en mis je al snel belangrijke signalen. Voor je het weet, ben je meer bezig met zoeken en verzamelen dan met de daadwerkelijke terugkoppeling naar je verkoper.

3 De waan van de dag neemt het over

Tussen bezichtigingen, telefoontjes en nieuwe aanvragen verschuift de opvolging van kijkers al snel naar de achtergrond. Niet omdat het onbelangrijk is, maar omdat er altijd iets urgenter lijkt. Juist daardoor laat je kansen liggen op het moment dat het er het meest toe doet.

Vraag jezelf eens af:
Hoeveel kijkers hebben de afgelopen maand een bezichtiging gehad zonder dat er binnen 24 uur actief een terugkoppeling is gegeven? Juist op dat moment laat je onbewust de warmste kansen liggen.

De ideale werkwijze voor meer grip:
In een goed ingericht proces wordt na iedere bezichtiging automatisch om feedback gevraagd. Alle reacties worden centraal verzameld in één overzicht, waardoor je direct inzicht hebt in wat er speelt. Zo houd je regie, schakel je sneller met de verkoper en wordt opvolging een vast onderdeel van je proces. Dat zorgt voor meer rust, structuur en een professionelere aanpak tijdens het verkooptraject.

Fase 4:
Afronding

Zodra er een mondelinge overeenkomst is, begint het administratieve proces. Juist bij groei zorgt iedere extra verkoop voor een lawine aan documenten, controles en extra werkdruk. Het opstellen van de koopovereenkomst moet foutloos, maar is in de praktijk een enorme tijdvreter.



De **knelpunten** op het kantoor

1 De jacht op documenten

Je binnendienst is vaak dagenlang aan het mailen voor ID-checks of handtekeningen. Dit zorgt voor onnodige vertraging en irritatie bij alle partijen, precies op het moment dat iedereen de deal rond wil hebben.

2 Onduidelijkheid bij kopers en verkopers

Voor klanten is het vaak onduidelijk wat er van hen verwacht wordt, wanneer en waarom. Daardoor leveren ze onvolledige informatie aan of reageren ze vertraagd. Dit zorgt voor extra vragen, meer contactmomenten en onnodige vertraging in een fase die juist duidelijk en soepel moet verlopen.

3 Bureaucratie die de vaart eruit haalt

De verplichte WWFT-controles voelen vaak als een blok aan het been. In plaats van een soepele overdracht wordt het een bureaucratische horde die je team elke keer opnieuw handmatig moet nemen.

Vraag jezelf eens af:
Hoeveel kijkers hebben de afgelopen maand een bezichtiging gehad zonder dat er binnen 24 uur actief een terugkoppeling is gegeven? Juist op dat moment laat je onbewust de warmste kansen liggen.

De ideale werkwijze voor meer grip:
In een goed ingericht proces wordt na iedere bezichtiging automatisch om feedback gevraagd. Alle reacties worden centraal verzameld in één overzicht, waardoor je direct inzicht hebt in wat er speelt. Zo houd je regie, schakel je sneller met de verkoper en wordt opvolging een vast onderdeel van je proces. Dat zorgt voor meer rust, structuur en een professionelere aanpak tijdens het verkooptraject.

Fase 5:
Relatiebeheer

De verkoop is rond en de akte van levering is getekend. Voor veel makelaars stopt hier het actieve contact. Dat is zonde, want een tevreden klant is de meest waardevolle reclame die je kunt hebben.

Blijf **top-of-mind** bij jouw oud-klanten

Nazorg is vaak het eerste dat door de drukte wordt vergeten, terwijl juist daar toekomstige opdrachten ontstaan. Met de automatiseringen van Nexxtmove wordt geen review-aanvraag of attentie meer gemist, zonder dat het je team extra tijd kost.

Demo inplannen

De **knelpunten** op het kantoor

1 De ‘stille’ database

Je hebt een goudmijn aan oud-kopers en verkopers, maar er wordt nauwelijks iets mee gedaan. Je bent elke maand opnieuw afhankelijk van nieuwe aanwas, terwijl de handel vaak gewoon in je eigen kaartenbak zit.

2 De vergeten (woon)verjaardag

Persoonlijk contact maakt het verschil, maar niemand kan onthouden wanneer een klant precies één jaar in zijn nieuwe huis woont, of zelf jarig is. Handmatig is dit onbegonnen werk, waardoor je warme contactmomenten mist die de gunfactor vergroten.

3 De moeizame review

Goede beoordelingen zijn cruciaal voor je reputatie, maar niet iedereen laat meteen een review achter. Als je er pas weken later om vraagt, is de euforie van de verkoop al gezakt en de bereidheid van de klant kleiner. Met een geautomatiseerde reminder zorg je dat jij je kansen vergroot.



Vraag jezelf eens af:
Hoeveel van jouw opdrachten in het afgelopen jaar kwamen voort uit oud-klanten, aanbevelingen of mond-tot-mondreclame? En hoeveel aandacht besteed je structureel aan deze groep?

De ideale werkwijze voor meer grip:
In een kantoor dat vooruitkijkt, is nazorg een geautomatiseerd onderdeel van het proces. Op de juiste momenten gaat er automatisch een attent bericht of een verzoek om een review uit naar de klant. Dit gebeurt zonder dat je team erover na hoeft te denken. Zo blijf je ‘top-of-mind’ in de buurt. Wanneer de buren van je oud-klant willen verkopen, ben jij de eerste naam die valt.

Klaar om de **volgende stap** te zetten met jouw kantoor?

Je hebt nu gezien hoe je op elk cruciaal punt in de klantreis het rendement kunt verhogen en de operationele druk kunt verlagen. Met Nexxtmove zorg je dat je weer volledige grip krijgt op je processen, beter zichtbaar wordt in de markt en structureel tijd bespaart op administratieve ruis.

Al je tools op één overzichtelijke plek, zodat jij en je team weer kunnen focussen op wat echt telt: de klant en de deal.



Benieuwd hoe dit werkt
voor jouw kantoor?

Plan een vrijblijvende demo

Nexxtmove

De Singel 20
7722 RR Dalfsen

info@nexxtmove.nl

085 878 34 70