De **perfecte** social media-mix voor makelaars.

Pagina 3

Jouw **persoonlijke** social media stappenplan!

Pagina 8

Nexxtmove®

Social media **Whitepaper**

voor makelaars



Social media
een huis vol mogelijkheden

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Bijna iedereen heeft wel Facebook of Instagram en steeds meer mensen gebruiken Tiktok. Maar heeft het zin om als makelaar aanwezig te zijn op social media? Absoluut! In deze whitepaper geven wij jou praktische handvatten om social media succesvol in te zetten voor jouw makelaardij.

Waarom social media?

Voordat we ingaan op hoe je social media effectief inzet, bekijken we eerst waarom het een slimme keuze is voor jouw makelaarskantoor. Hier zijn de drie belangrijkste redenen:

1 Blijf top-of-mind bij jouw doelgroep

Door consistent actief te zijn op social media, vergroot je jouw bereik en kom je onder de aandacht van potentiële klanten. Regelmatig posten versterkt je **naamsbekendheid,** zodat mensen bij de aan- of verkoop van een woning als eerste aan jouw makelaarskantoor denken.

2 Zorg voor meer contactmomenten

Door actief te posten op social media, blijf je zichtbaar en vergroot je de kans dat mensen juist jou benaderen bij de verkoop van hun woning. Je blijft top-of-mind en maakt het voor potentiële klanten makkelijker om de stap te zetten en contact met je op te nemen. Elke post is een waardevol contactmoment!

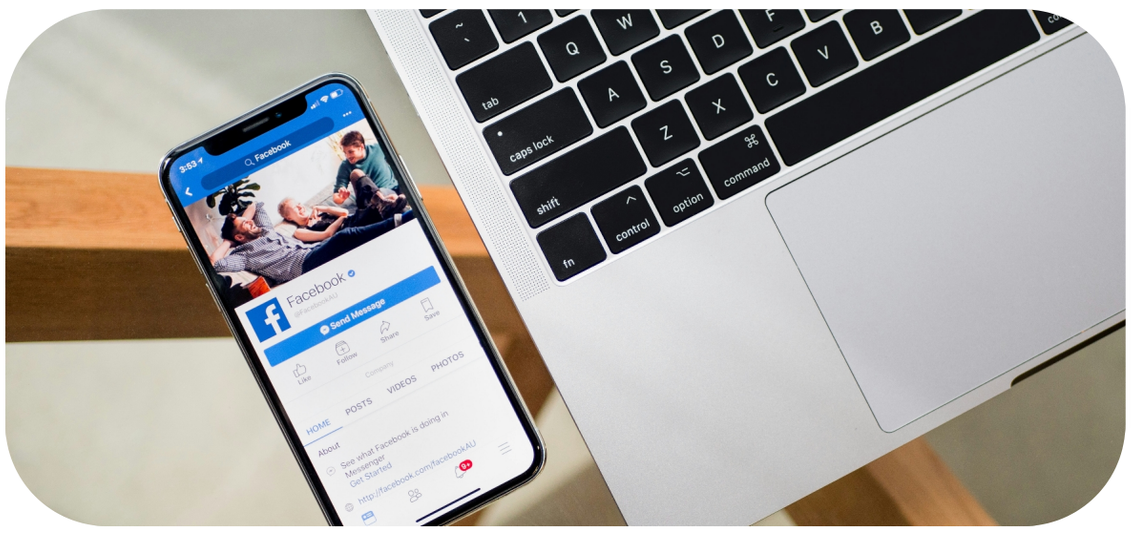
3 Toon jouw expertise

Mensen die een woning (ver)kopen doen een van de grootste financiële transacties van hun leven. Daarbij is een deskundige en betrouwbare makelaar essentieel. Door actief te zijn op social media, kun je laten zien dat je de juiste kennis en ervaring in huis hebt. Dit wekt vertrouwen bij potentiële klanten en vergroot de kans dat ze voor jouw makelaarskantoor kiezen.

De perfecte social media-mix voor makelaars

Er zijn veel social media kanalen waarop je zichtbaar kunt zijn. Welke kanalen interessant zijn voor jou als makelaar, lees je hieronder.

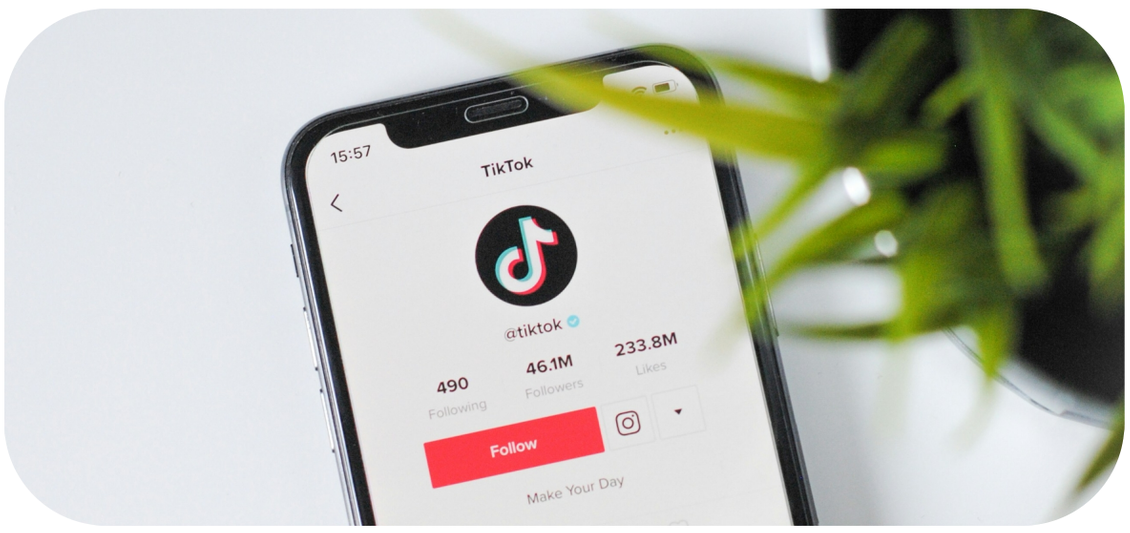
Meer weten hierover? Aan het einde van deze whitepaper lees je hoeveel dagelijkse gebruikers deze kanalen hebben.



Facebook heeft een interessante gebruikersgroep voor jou als makelaar. De meeste gebruikers zijn 30 jaar of ouder. Het is na WhatsApp het grootste social media-kanaal en daarom een must!



Instagram heeft gebruikers in de leeftijd 15-45 jaar. Veel van jouw potentiële klanten zijn hier dus aanwezig. Instagram biedt mogelijkheden om te plaatsen op de tijdlijn, maar ook stories zijn geliefd op Instagram.



TikTok is voornamelijk populair onder jongeren. In 2024 is er ook door mensen in de leeftijdscategorie 25-34 jaar meer gebruik gemaakt van TikTok. Die ontwikkeling maakt TikTok interessant voor makelaars.



WhatsApp wordt door de meeste Nederlanders dagelijks gebruikt. Voor veel mensen is het de belangrijkste manier van communiceren. Als makelaar kun je het effectief inzetten, door bijvoorbeeld een bezichtiging op te volgen of een herinnering te sturen.



LinkedIn wordt vooral ingezet voor zakelijk gebruik. Toch is LinkedIn voor makelaars interessant omdat het een professioneel netwerk biedt om contacten te leggen, gericht te adverteren, vertrouwen op te bouwen door expertise te delen en lokaal te netwerken.



Zo zet je social media succesvol in voor jouw makelaardij!

Het succes van jouw makelaardij op social media hangt af van verschillende factoren, zoals de kwaliteit van je content, de consistentie van je posts en het moment waarop je plaatst. Laten we deze aspecten eens nader bekijken!

Goede content

Een **social media post** bestaat uit verschillende elementen. In de basis kun je een post opdelen in twee delen: de visual en de tekst.

1. Visual

Huisstijl

Zorg ervoor dat jouw posts herkenbaar zijn door de visual consistent in de huisstijl van jouw makelaardij te maken. Overweeg een template te gebruiken die je voor iedere post kunt toepassen.

Minimalistisch

Zorg ervoor dat de visual ‘”overzichtelijk” blijft. Een logo, balk met tekst of een filter is prima, maar houd het minimalistisch. Een te drukke afbeelding kan mensen afleiden.

Hoge kwaliteit

Gebruik altijd een afbeelding van hoge kwaliteit. Dit straalt professionaliteit uit en maakt je posts betrouwbaarder. Een wazige afbeelding kan een negatieve indruk geven.

Call-to-action

Gebruik de juiste visual voor elk platform. Voor een story kies je een afbeelding van 9:16, voor posts op Instagram, Facebook of LinkedIn een afbeelding van 4:5, en voor TikTok gebruik je een video van 9:16.

Nexxtlevel: Een video voor TikTok, zoals een rondleiding door een nieuwe woning, is ook geschikt voor Reels op Instagram of Facebook!

2. Tekst

Relevantie

Het belangrijkste is dat je teksten relevant en waardevol zijn voor de lezer. Zorg voor originele content die iets toevoegt, zoals een handige woontip, een regionale ontwikkeling of een nieuwe woning in de verkoop. Er is genoeg inspiratie te vinden!

Eerste zin

Mensen hebben een steeds kortere aandachtsspanne. Zorg er daarom voor dat de eerste zin pakkend is. Gebruik bijvoorbeeld een emoji om de aandacht te trekken.

Nexxtlevel: Wil je écht impact maken? Gebruik tekst in unicode-formaat! Dit is dé manier om teksten te voorzien van extra visuele impact, zoals vetgedrukte of cursieve letters, symbolen en andere opvallende stijlen. Er zijn genoeg tools die je daarbij kunnen helpen, zoals ChatGPT, of andere online unicode-generators die snel en eenvoudig tekst omzetten naar verschillende stijlen.

Tekstlengte

Houd de tekst kort en bondig. Wil je meer vertellen over een onderwerp? Overweeg dan om er een artikel over te schrijven op jouw website.

Call to-action

Soms wil je de lezer aanzetten tot actie, bijvoorbeeld wanneer je een Open Huis event organiseert. Voeg onderaan je bericht een link toe, zodat mensen eenvoudig kunnen doorklikken voor meer informatie. Let er wel op dat linkjes op Instagram niet direct werken. Gebruik daar bijvoorbeeld een zin als: “Klik op de link in de bio voor meer details en om je aan te melden voor het Open Huis.”

Hashtags

Overweeg hashtags te gebruiken, zoals #makelaar #huiskopen #huisverkopen etc.



Wist je dat

De social media tool van Nexxtmove jou templates én kant-en-klare posts biedt? Met 1 klik op de knop kun je een mooie post maken, zelfs vanuit jouw woningaanbod!

Meer informatie vind je op:
https://nexxtmove.nl/tools/social-media/



Consistentie en momenten om te posten

Consistentie is voor veel makelaars de grootste uitdaging op social media. Je hebt goede voornemens, maar de dag vult zich snel. Bezichtigingen, een waardebepaling, telefoontjes, een nieuwe woning op Funda plaatsen en de stagiair begeleiden.

Onze tip!

Werk vooruit! Je kunt posts inplannen, zodat je alvast een aantal klaar hebt staan voor drukke momenten. Niet alle posts kunnen zo gepland worden, zoals het plaatsen van een nieuwe woning. Dan kunnen templates handig zijn om tijd te besparen.

Wat is het beste tijdstip om te posten?

Daar is geen eenduidig antwoord op, omdat het afhangt van je doelgroep, het platform en het type content. Over het algemeen zijn maandag, woensdag, donderdag en zondag de beste dagen om te posten. Om het je makkelijker te maken, hebben we een aantal aanbevolen tijdstippen per dag voor je op een rij gezet:

Maandag

Tussen **13:00u** en **17:00u**

Dinsdag

Om **8:00u** en om **17:00u**

Woensdag

Om **9:00u** en om **15:00u**

Donderdag

Om **11:00u** en om **15:00u**

Vrijdag

Om **12:00u** en om **14:00u**

Zaterdag

Om **8:00u**

Zondag

Om **9:00u** en om **15:00u**

Meten is weten

TikTok

Op **TikTok** kun je via je instellingen gratis TikTok Pro aanvragen. Zodra je dit hebt gedaan, kun je via TikTok Analytics zien hoe je video's presteren. Je kunt het aantal weergaven, likes, shares en reacties bekijken.

Instagram en Facebook

Als je geen tools gebruikt om je social media te beheren, kun je de resultaten van **Facebook** en **Instagram** bekijken via de Meta Business Manager. Hier zie je hoe elke post presteert en kun je bepalen welke soorten posts goed werken. Ook ontdek je welke tijdstippen het beste zijn. Gebruik je een tool zoals Nexxtmove, dan kun je zelfs zien welke opdrachten via social media binnenkomen.

LinkedIn

Met een zakelijke pagina op **LinkedIn** kun je via 'statistieken' zien hoe jouw account presteert. Daarnaast kun je bekijken welke leads je hebt gegenereerd, zodra je besluit een leadformulier aan te maken.

WhatsApp

WhatsApp biedt geen statistieken, maar dat is geen probleem. Gebruik WhatsApp vooral om eenvoudig in contact te blijven met potentiële klanten. Met tools zoals Nexxtmove kun je WhatsApp integreren in automations. Hierdoor kun je automatisch berichten sturen naar mensen met wie je afspraken hebt of naar contacten waarmee je al een tijdje geen communicatie hebt gehad. Ontdek hoe jij automations kunt inzetten voor jouw makelaardij.

Behoefte om te sparren?

Wil jij eens van gedachten wisselen over de marketing mogelijkheden voor jouw makelaardij? Met een team van makelaars, vastgoed experts en marketingspecialisten beschikt Nexxtmove over de kennis en ervaring om jouw makelaardij naar een hoger niveau te tillen. Plan een vrijblijvende **gratis** sparsessie met onze marketingspecialist Pim. Hij denkt graag met je mee en helpt je om de juiste stappen te zetten in je marketingstrategie!

Klik hier om een **gratis sparsessie** te plannen met onze marketingspecialist

Gratis sparsessie inplannen!



Jouw social media stappenplan

Stap 1: Kanaalkeuze

Kies jouw kanaal. Vul jouw profiel compleet in en verwijs op jouw website naar jouw social media kanalen.



Kies je social media kanalen

Selecteer de social media kanalen die passen bij jouw makelaardij en stel ze in. Kies een passende gebruikersnaam, bij voorkeur de naam van jouw makelaarskantoor. Vul je profiel volledig in: voeg je bedrijfslogo toe en zet je contactgegevens in het account. Vergeet niet om je website in je Instagram-bio te plaatsen! Zorg er ook voor dat je website verwijst naar je social media.

Bereid je goed voor!

Denk goed na over de uitstraling van je social media. Laat templates maken en stel een overzicht op van onderwerpen waar je over kunt posten. Plan alvast posts in voor de komende weken, zodat je vooruit kunt werken.

Stap 2: Contentkeuze

Kies welke content je plaatst (zie onze inhaakkalender), maak gebruik van templates en werk een aantal weken vooruit.



Stap 3:
Jouw eerste post

Post een paar keer per week jouw content. Drukke dag? Plan posts alvast in via software of social media.

Zorg dat je regelmatig post

Begin met regelmatig posten op social media, bijvoorbeeld drie keer per week. Zet het in je agenda om het niet te vergeten! Heb je een drukke week voor de boeg? Plan je posts dan van tevoren in. Zo kun je ze automatisch laten plaatsen op een specifieke dag, wat ideaal is als je een dag vol bezichtigingen of andere afspraken hebt!





Vier je successen!

Social media vraagt om veel inzet, dus vergeet niet om je resultaten te meten en succesmomenten te vieren. Je werkt hard om je kanalen bij te houden, dus vier een klein feestje wanneer je bijvoorbeeld 1.000 volgers hebt bereikt! Neem regelmatig de tijd om te controleren hoe jouw social media kanalen presteren.

Stap 4:
Succesmomenten

Meet hoe jij groeit op social media en wat jouw volgers leuk vinden. Vier de succesmomenten en post erover.



Inspiratie

Nieuw in de verkoop

Plaats deze altijd zo snel mogelijk, dan is de post het meest relevant!

Gebruik een afbeelding die past bij jouw huisstijl, bijvoorbeeld in je template, voor de eerste visual. Voeg tot 9 extra afbeeldingen toe aan de post zodat mensen kunnen scrollen. Begin de tekst met een pakkende zin, zoals:

Nieuw in de verkoop 🏠

Wist je dat?

Dit is een perfect type post voor momenten waarop er even geen nieuwe woningen beschikbaar zijn.

Gebruik bij voorkeur een zelfgemaakte foto, maar een stockfoto kan ook een goede optie zijn. Deel iets relevants over de regio waar jij actief bent, zodat het voor je volgers interessant blijft. Vergeet niet om hashtags toe te voegen, zoals ***#interessant*, *#vastgoed* en *#feitje***, om je bereik te vergroten.



Collega aan het woord

Laat je volgers kennismaken met jouw kantoor en team.

Dit kan in de vorm van een foto, maar een filmpje maakt de post vaak persoonlijker en toegankelijker. Zorg ervoor dat de inhoud boeiend is; mensen hoeven niet te weten hoe oud je bent, maar misschien wel wat jou motiveerde om makelaar te worden. Het draait om het delen van een stukje persoonlijkheid!

Geef verkooptips

Deel af en toe een waardevolle tip voor mensen die overwegen hun woning te verkopen.

Dit kun je doen in de vorm van een video of foto. Zo blijf je relevant voor de juiste doelgroep, die zich voorbereidt op een verkoop. Heb je samenwerkingen met klus- of schoonmaakbedrijven? Voeg dit toe aan je post! Het biedt het extra waarde voor je volgers.

Social media woordenboek

Posten

Het plaatsen van een bericht op social media.

Interacties

Alle acties die mensen ondernemen met jouw post. Dit omvat likes, reacties, kliks en het aantal keren dat de post gedeeld wordt.

Bio

Bio is een afkorting van biografie en staat op jouw profiel. Het wordt vooral gebruikt op Instagram, waar je geen linkjes direct in posts kunt plaatsen. In plaats daarvan voeg je een link toe in je bio, zodat volgers gemakkelijk naar de gewenste website kunnen klikken.

Tijdlijn

Als je iets plaatst op social media, verschijnt het standaard op jouw tijdlijn. Dit betekent dat de post daar blijft staan. De post bestaat uit een afbeelding of video, met daaronder een beschrijving.

Story

Een story is een verticaal formaat en blijft slechts 24 uur zichtbaar. Stories worden vaak gebruikt voor tijdelijke updates of momenten die je met je volgers wilt delen.

Social media in cijfers

