RUIM 2.100 VOLGERS OP FACEBOOK DOOR HUMOR EN ECHTE INTERACTIE

De Facebookpagina van Ludo van der Eijken Makelaardij uit Roosendaal (4 medewerkers) is door de tool 'Likealyzer' uitgeroepen tot de beste pagina in de makelaardij. Deze gratis tool meet de prestaties van je Facebookpagina en geeft tips om je pagina te verbeteren. Eigenaar Ludo van der Eijken vertelt enthousiast hoe hij drie jaar geleden, midden in de crisis, naar middelen zocht om de verkoop van woningen te stimuleren.

#WAARBENIK

Ludo van der Eijken begon in eerste instantie op Twitter. Hier deelde hij zijn visie op de woningmarkt, het gevoerde beleid en uiteraard zijn woningaanbod. Al vrij snel kreeg hij het idee om #waarbenik te gebruiken. Hij deelde een foto van een straat, gaf tips en verlootte een dinercheque onder de twitteraars die het juiste antwoord gaven. Het was altijd een foto van een straat waar een van zijn woningen te koop stond, met een link naar de woning. Het gebruik van de hashtag (#) zorgde voor steeds meer volgers.

Van der Eijken merkte dat het werkte. Zijn naamsbekendheid groeide en de inzet van Twitter droeg direct bij aan de verkoop van woningen. Hij besloot naast Twitter, LinkedIn in te zetten om een andere doelgroep te benaderen, namelijk financiële adviseurs en notarissen. Zij hebben immers een klantengroep die voor een makelaar ook interessant is.

FACEBOOK

Twee jaar geleden startte Van der Eijken daarnaast met Facebook. En met succes. Hij heeft inmiddels meer dan 2.100 volgers, waarvan 90% uit de regio. Allemaal potentiële klanten waar hij, door de inzet van Facebook, dagelijks contact mee heeft.

Van der Eijken verklaart zijn succes doordat hij Facebook echt gebruikt als sociaal netwerk. Natuurlijk deelt hij ook te koop staande en verkochte woningen, maar altijd met extra informatie en een beetje humor. Regelmatig plaatst hij foto's met een leuke opmerking en ook de quiz #waarbenik is populair.

NIEUWSGIERIG MAKEN

Zo probeert Van der Eijken zijn fans altijd eerst nieuwsgierigte maken, voordat een woning op de website en Funda staat. Bijvoorbeeld door een of twee foto's te plaatsen met een leuke quote of vraag erbij. Het is zelfs gebeurd dat de woning al was verkocht voordat deze op Funda stond.

Van der Eijken besteedt elke dag aandacht aan zijn social media kanalen. Aan het plaatsen van berichten, het bedenken van acties en het reageren op volgers.

RESULTAAT

Het succes van Facebook is terug te zien in de statistieken. Van der Eijken houdt de statistieken van Facebook en van de website goed bij en deelt deze informatie ook met zijn klanten. Op deze manier zien klanten precies hoe vaak hun woning via welk kanaal is bekeken. Er zijn inmiddels veel bezichtigingen gepland én woningen verkocht door de inzet van Facebook. ■