

WOONINFLUENCERS SCHRIJVEN OOK OVER NUT VAN VERDUURZAMING WONING

NIET VERBLIND RAKEN DOOR HIP 'INSTAGRAM- INTERIEUR'

De jonge generatie is tamelijk verslaafd aan hun smartphone en de gimmicks die op social media voorbijkomen. Maar raken jonge woningzoekers ook verblind door hippe interieurs op TikTok of Instagram bij het kopen van een woning? En sneeuwen belangrijker zaken als een passende indeling, ruimtelijkheid en de locatie van de woning daarbij onder? Volgens socialmediaexpert voor makelaars Sharon Sanders en woordvoerder Stephanie Hopmans van Wooninfluencers.nl valt dat in de praktijk – gelukkig – reuze mee.

Dat oogverblindende witte bouclé-bankje. Die 'vette' designhanglamp in Scandinavische minimalistische look. Het nostalgisch ogende glas-inloodvenster in de voordeur. Gaat het hart van de jonge woningzoeker van dergelijke trends sneller kloppen, in die lastige en soms lange zoektocht naar een geschikte woning? Of gaan ze toch voor een duurzamer keuze: die met beige en witte tinten ingerichte, degelijk geïsoleerde twee-onder-een-kapper, die met succes een bouwtechnische keuring heeft ondergaan?

'SERIEUZERE ZAKEN'

Blogs en vlogs van wooninfluencers en socialmediaposts van bevriende bewoners op met name TikTok, Instagram en Pinterest spelen een belangrijke rol in het woonwensenlijstje van starters. Socialmediaexpert voor makelaars en tevens freelance backoffice-makelaar, Sharon Sanders, gelooft zeker dat jonge woningzoekers aanslaan op hippe



Stephanie Hopmans, oprichter
van Wooninfluencers.nl.
(foto Wooninfluencers.nl)

interieurelementen die mooi digitaal worden uitgelicht. Daarom is het volgens haar van belang dat influencers van wooninspiratieblogs, maar ook makelaars, veelvuldig posten over serieuzere zaken die bezoekers inzicht geven in de ruimtelijkheden en indeling van een woning. "Bijvoorbeeld door een 3D-plattegrond of een Matterport van een woning te laten zien", vertelt ze. "Maar ook door woningzoekers erop te wijzen de vragenlijst bij een te koop staande woning goed door te nemen, of door het nut van het inschakelen van een aankoopmakelaar bij het koopproces te belichten. Het gaat erom dat mensen zo compleet mogelijk worden geïnformeerd over wat er allemaal bij de koop van een woning komt kijken."

Sanders wordt regelmatig door makelaars ingeschakeld voor backoffice-werkzaamheden. Daarbij ervaart ze dat ook de jonge generatie de wat minder 'sexy zaken' bij het kopen van de juiste woning serieus neemt. "Bijna de helft van de koopaktes die ik doorneem, bevat een bouwtechnische keuring. En veel kandidaat-kopers houden rekening met de voorwaarden voor kopen onder voorbehoud. Dus wat dat betreft zie ik niet dat jonge woningzoekers zich alleen maar laten verblinden door esthetische highlights in het aanbod van woningen die ze voorgespiegeld krijgen."

COMPLETE AFWEGING

Wooninspiratie-influencers dragen indirect een bepaalde verantwoordelijkheid voor het feit dat met name jonge woningzoekers een complete afweging maken tussen esthetische schoonheid van het 'droomhuis' en minder sexy zaken als een bouwtechnisch goede staat, flexibele plattegronden en een sociale en veilige buurt. Wooninfluencers.nl zorgt wat dat betreft voor een gezonde balans in de content van bloggers en vloggers die op het platform actief zijn. Volgens oprichter Stephanie Hopmans – met als achtergrond digital marketeer – blijkt uit de bezoekersdata van Wooninfluencers.nl allerm minst dat volgers zich laten verblinden door louter hippe woontrends. "Onze bloggers en vloggers vertellen ook relatief veel



Sharon Sanders, socialmediaexpert en freelance backofficemedewerker voor makelaars. (foto Sharon Sanders)

vloggers op in. "Natuurlijk publiceren we ook bijdrages over esthetische trends, die goed worden gelezen. Maar uit een onlangs gehouden poll bleek onze community het meest geïnteresseerd in duurzaam en biofiel woondesign en vintage/retro en smart wonen. We proberen echt de balans te bewaren tussen educatieve en esthetisch gerichte publicaties. Blogs over hypotheek en taxatiezaken en actuele trends op de woningmarkt passeren zeker ook de revue. Hoe kun je bijvoorbeeld een lagere hypotheekrente krijgen bij een verduurzaamde woning? Hoe laat je een oude woning taxeren? Dat soort content vinden wij belangrijk om de volgers zo goed mogelijk te informeren." ■

'Volgers van onze blogs laten zich niet verblinden door esthetische woontrends'

Stephanie Hopmans, Wooninfluencers.nl

over verduurzaming van de woning met isolatie, warmtepomp en zonnepanelen. Maar ook het verbouwen met ecologische materialen, circulair met meubels omgaan, budgetvriendelijk inrichten en biofiel design zijn populaire onderwerpen. Uit de statistieken van Google Analytics blijkt dat duurzaam renoveren van de woning het meest gelezen item is. Tips voor het duurzaam verbouwen van de zolder bijvoorbeeld worden echt verslonden."

MILIEU- EN BUDGETBEWUST

Volgens Hopmans zijn de volgers van Wooninfluencers.nl milieu- en budgetbewust met hun (toekomstige) woning bezig. En daar spelen de bloggers en

BETERE VINDBAARHEID DOOR WOONINFLUENCERS

Volgens Stephanie Hopmans van Wooninfluencers.nl worden hun bloggers en vloggers niet direct 'ingehuurd' door makelaars om voor hen een inspirerend blog of vlog te maken. Een gemiste kans, vindt ze. "Niet alleen krijgen makelaars en hun cliënten meer inzicht in bepaalde woon- en woningtrends, maar dergelijke publicaties zijn ook goed voor de vindbaarheid van een makelaarskantoor. Onze medewerkers beschikken elk over gemiddeld 4.000 tot 12.000 volgers." Wel blijkt dat makelaars interieur- en verkoopstylisten van vastgoed die op Wooninfluencers.nl actief zijn vaak op freelance basis inhuren.