

‘EEN RELAXTE VERKOOP.’
DIE OMSCHRIJVING VAN
EEN TEVREDEN KLANT
OP FUNDA IS MISSCHIEN
WEL HET GROOTSTE
COMPLIMENT VOOR
IVOR BREVÉ
BEIDEN DIRECTEUR
VAN **MAKELAARSLAND**.
WANT DAT IS PRECIES
WAARVOOR HUN
BEDRIJF DESTIJD IS
OPGERICHT.



Door vergaande automatisering en professionele ondersteuning zorgt Makelaarsland ervoor dat de verkoper veel zaken zelf kan regelen, altijd inzicht heeft in het proces en geld kan besparen op de makelaarskosten. Deskundige makelaars en adviseurs. Korte lijntjes. Een soepel proces. Een vaste prijs. En vooral: eigen regie voor de klant. Dat is in een notendop de kracht van Makelaarsland. Hier kan iedereen zelf zijn huis verkopen. De klant bepaalt welke onderdelen hij voor zijn rekening neemt en welke hij aan de makelaar wil uitbesteden. Die aanpak heeft inmiddels voor ruim 54.000 klanten gewerkt en levert op Funda gemiddeld een 9 op.

Ivor Brevé is vanaf de start betrokken bij Makelaarsland. Hij werkte voor een bedrijf dat startups hielp om snel te groeien. Toen Makelaarsland in 2006 voorbijkwam, was hij direct verkocht. Hij kwam aan boord om de ict-kant te ontwikkelen en werd later directeur. ‘Een huis kopen of verkopen is een grote stap in je leven. Dat moet geen kopzorg zijn’, is zijn overtuiging. ‘Dat vraagt om goede begeleiding en een transparant proces. Het is ontzettend gaaf om daar vorm aan te geven en te laten zien dat het (ver)kopen van een huis ook leuk kan zijn.’

Gijs van Wijgerden kwam drie jaar geleden aan boord, vlak na de overname van Makelaarsland door ING, waar hij al 21 jaar werkte. Na een sabbatical besloot hij dat het tijd was voor iets nieuws. Dat werd Makelaarsland. Drie jaar na de overname verkocht ING het bedrijf onlangs aan het tweetal. Een nieuwe fase voor Makelaarsland en eentje waar ze allebei vol voor gaan. Gijs: ‘Ik heb een prachtige tijd gehad bij ING en de kans om bij Makelaarsland in te stappen kwam op het juiste moment. We hebben als landelijke, digitale makelaar een unieke aanpak. Vanuit die stevige basis kunnen we verder invulling geven aan de groeiende klantbehoefte. We denken ook dat we een zinvolle rol kunnen spelen in de discussie over transparantie. Op dat gebied kunnen we nog veel stappen zetten.’

‘WE ZETTEN IN OP MAXIMALE DIGITALISERING EN TRANSPARANTIE’

‘DE KRACHT VAN MAKELAARSLAND: EIGEN REGIE VOOR DE KLANT’

DISRUPTIEF ‘Makelaarsland is in 2005 opgericht als disrupter in de markt onder het credo ‘verkopen doen we samen’. Terwijl traditionele makelaars het hele proces van A tot Z voor de klant regelden, kon de verkoper bij ons zelf rondleidingen verzorgen, foto's maken en de aanbiedingstekst schrijven. Verder werkten we niet met courtage, maar met een vast laag tarief van 795 euro. Dat was enorm disruptief. Daarnaast zetten we in op maximale digitalisering en transparantie. Dankzij een persoonlijke online omgeving was de klant altijd op de hoogte in het verkoopproces. Die aanpak voorzag in de behoefte van verkopers aan eigen regie en gaf tegelijkertijd de zekerheid van een professioneel team achter zich: het beste van twee werelden. Dat sloeg aan. Makelaarsland werd in korte tijd de grootste makelaar van Nederland. Zeker de eerste jaren was het echt gras maaien in de makelaardij. Fantastisch om te doen! We hebben echt iets toegevoegd aan de sector.’

VISIE ‘Wij geloven dat de consument prima in staat is om zelf de regie te voeren bij het kopen en verkopen van een huis. Niemand weet meer van jouw huis dan jijzelf. Dat maakt jou als verkoper de aangewezen persoon om bijvoorbeeld rondleidingen te verzorgen of een pakkende tekst te schrijven. Wij maken dat mogelijk door een persoonlijke online omgeving waar je als klant alle actuele informatie over de woning kunt vinden, de presentatie kunt creëren, je bezichtigingen kunt plannen en in contact kan treden met het team van experts. Het aan- en verkoopproces is zo eenvoudig en transparant mogelijk. Daarnaast begeleidt een persoonlijke makelaar de klant tijdens het hele proces. Zo is de klant altijd *in the lead*, terwijl hij daarnaast verzekerd is van goede begeleiding en ondersteuning. Zo kan iedereen zelf zijn huis verkopen zonder dat het een hoofdbreker hoeft te zijn. Daarnaast merkte Makelaarsland dat er een grote klantengroep bleef die ook de bezichtigingen uit wilde besteden. Daarvoor heeft zij in 2018 een eigen Agent Netwerk opgezet waarbij de verkoper of koper nog steeds gebruikmaakt van het digitale proces, maar daarnaast ook kan rekenen op een eigen makelaar die het hele proces uit handen neemt. Ook hiermee heeft de klant zelf de regie in handen.’



GIJS VAN WIJGERDEN
IVOR BREVÉ

Waar komen jullie vandaan?

Een lange en mooie reis samen met ING waarin we zowel een Agentnetwerk als aankoopdiensten in de markt mochten zetten om ons nu als bedrijf zelfstandig verder te ontwikkelen en te groeien

Wat houdt jullie bezig?

De erg onrustige ontwikkelingen in de woningmarkt (tekort en imago van de makelaar) en hoe wij hierin als Makelaarsland een positieve en constructieve rol in kunnen spelen

Aan welk project werken jullie?

Aan het versneld invoeren van onze aangepaste strategie na de verzelfstandiging van Makelaarsland

Wat willen jullie bereiken?

Makelaarsland verder laten groeien en een relevante rol laten spelen op een belangrijk moment in het leven van onze klanten, namelijk de aankoop en verkoop van hun woning. Te zorgen dat de aankoop of verkoop van een woning voor onze klanten geen kopzorg hoeft te zijn

Wat is jullie visie voor de toekomst?

Dat de kopers en verkopers steeds zelfstandiger worden, zelf de regie willen voeren en transparantie eisen van een makelaar



IVOR BREVÉ



GIJS VAN WIJGERDEN

Welke wijze les neem jij ter harte?
Gijs: Blijf altijd dicht bij jezelf
Ivor: Verandering is goed
Van wie heb je het meeste geleerd?
Gijs: Van mijn vrouw Fiona
Ivor: Van mijn grootmoeder
Ben jij altijd zeker van je zaak?
Gijs: Zeker niet en dat zou ik een slechte eigenschap vinden
Ivor: Nee, maar ik denk wel goed na bij iedere beslissing
Waar kunnen ze jou voor wakker maken?
Gijs: Lekkere cuba libre met mooie donkere rum
Ivor: Dat zou ik sterk afraden
Waar ben je bang voor?
Gijs: Slangen
Ivor: Bungee jumpen
Wat/wie maakt jou boos?

Gijs: Onrecht
Ivor: Onrecht
Wat/wie maakt je blij?
Gijs: Mijn gezin en vrienden
Ivor: Als mijn kinderen gelukkig zijn
Waar moet je heel erg om lachen?
Gijs: Kan alles zijn. Een dag niet gelachen is een dag niet geleefd
Ivor: Mijn vrienden
Waar kun je wakker van liggen?
Gijs: Ik lig nooit wakker
Ivor: Toekomst voor volgende generatie
Waar ben je trots op?
Gijs: Op mijn kinderen en mijn eigen ontwikkeling
Ivor: gezin
Wat is je favoriete muziek?
Gijs: Herman van Veen
Ivor: Elvis Presley
Wat is je favoriete sport?
Gijs: Golf
Ivor: Hardlopen
Ben je een einzelgänger

of een groepsdier?
Gijs: Groepsdier
Ivor: Beide
Introvert of extravert?
Gijs: Extravert
Ivor: Ergens in het midden
Optimist of pessimist?
Gijs: Optimist
Ivor: Realistische optimist
Guilty pleasure?
Gijs: shoarma na het stappen
Ivor: Nutella
Welk jaargetijde is het fijnst?
Gijs: Voorjaar en zomer
Ivor: Lente
Welk vakantieland?
Gijs: Australië
Ivor: Noord Amerika
Wat zou je graag nog eens willen bezitten?
Gijs: Bezit is niet belangrijk
Ivor: Bootje
Waar wil je vanaf?
Gijs: Kilo's
Ivor: Coronapandemie

Wat heb je leren waarden in coronatijd?
Gijs: Familie en vrienden weer thuis uitnodigen
Ivor: Stilte in de duinen
Wat ga je zeker nog een keer doen?
Gijs: Nog meer verre reizen met mijn gezin
Ivor: Ballonvlucht maken in de woestijn

Dalende transacties op de woningmarkt
Beste zakenboek ever:
De zeven eigenschappen van effectief
Leiderschap – Stephen Covey
Het meest geleerd van: Mijn eigen medewerkers

Grootste verlies:
Een goede huisvriendin

PERSOONLIJKE TERUGBLIK 2021
IVOR BREVÉ
Welk cijfer geef je 2021: 9
Topserie Netflix: Stranger Things
Sportieve hoogtepunt: Crossfit op een parkeerdek
Beste boek: The Subtle Art of Not Giving a F*ck (Mark Manson)
Beste aankoop: Festool schuurmachine
Inspirerend: Barkley marathon documentaire
Grootste verlies: Memory van mijn dochtertje

PERSOONLIJKE TERUGBLIK 2021
GIJS VAN WIJGERDEN
Welk cijfer geef je 2021: 9
Topserie Netflix: Zijn er te veel
Sportieve hoogtepunt: Start met kickboxen
Beste boek: Het leven is een zeven (ook goede potcast)
Beste aankoop: JBL partybox
Inspirerend: Potcast: Het leven in een zeven!
Geluk: Ben een tevreden en gelukkig mens

ZAKELIJKE TERUGBLIK 2021
GIJS VAN WIJGERDEN
IVOR BREVÉ
Welk cijfer geef je 2021: 7
Mooiste moment: I/O officiële overname van ING
Beste zet: Overname Makelaarsland van ING
Beste zakelijke bijeenkomst: Kwartaal bijeenkomst met alle toppers binnen Makelaarsland
Grootste irritatie:

‘DE KLANT IS ALTIJD IN THE LEAD, TERWIJL HIJ DAARNAAST VERZEKERD IS VAN GOEDE BEGELEIDING’

DURVEN ‘De beslissing om in deze tijd Makelaarsland te kopen, vereiste lef. De digitalisering gaat in onze sector momenteel namelijk minder hard dan in andere sectoren. Dat heeft o.a. te maken met de huidige marktomstandigheden. De krapte op de woningmarkt is een remmende factor voor de groei van online makelaars. Normaal gesproken scoort Makelaarsland goed doordat we een stuk goedkoper zijn en de klant ervoor kiest meer zelf te doen. Het krappe woningaanbod maakt echter dat mensen flink overbieden, waardoor de prijs van een makelaar in het geheel bijna in het niet valt. Daar komt bij dat mensen in spannende tijden, zoals de coronatijd, vaak teruggrijpen op traditionele methoden. Toch zijn we optimistisch over de toekomst. Dat zit in ons DNA en bovendien hebben we het tij mee. De maatschappij raakt steeds meer ingesteld op digitaal contact. Het gaat langzamer dan gedacht, maar dit is nog steeds *the way to go*. Daarnaast groeit de behoefte aan eigen regie en de aandacht voor transparantie. Wij hebben daar veel ervaring mee, dus dat geeft ons een flinke voorsprong.’

TEGENSLAG ‘Het is momenteel niet de makkelijkste markt om in te werken. De krapte op de woningmarkt is ongekend en met meer dan 20 procent minder transacties dan vorig jaar moet je als makelaar echt vechten voor je positie. Ook voor de consument is het niet eenvoudig. Als verkoper krijg je weliswaar een hoge prijs, maar daar schiet je weinig mee op als je weer iets moet terugkopen. Voor de koper is het aanbod nog nooit zo krap geweest. Het is voor alle partijen een ongezonde situatie. Maar de keerzijde is: het kan eigenlijk alleen maar beter worden. De markt gaat een keer draaien, en dan zitten we zo weer in de lift.’

INNOVATIE ‘Makelaarsland blijft zich ontwikkelen. De disrupter is nu een volwassen partij die volop

meedraait in de markt en ook nog steeds volop innoveert. Zo hebben we in 2018 onze dienstverlening uitgebreid, omdat er naast het online kanaal ook behoefte bleek te zijn aan face-to-face contact. Daarom hebben we een eigen Agent Netwerk opgezet met makelaars die vanuit huis werken. Klanten hebben verschillende wensen als het gaat om het niveau van dienstverlening. Daarom variëren onze pakketten voor aan- en verkoop van veel zelf doen tot complete ontzorging. De makelaar bekijkt samen met de klant welke aanpak het beste past. Het Agent Netwerk heeft inmiddels 70 procent landelijke dekking. Ook hebben we een app ontwikkeld waarmee de makelaar die de woningopname doet, alle informatie over de woning direct in het systeem kan invoeren waarna er meteen een rapport uit komt rollen. Dat is een stuk snelheid en gemak. Zo voegen we steeds elementen toe die de consument meer inzicht, controle en regie geven in het proces. Momenteel zijn we bezig met het nog inzichtelijker en transparanter maken van het biedingsproces; iets waar de markt nu sterk behoefte aan heeft.’

PARTNERS ‘Wij zijn een innovatief bedrijf. Dus kiezen we ook voor innovatieve partners. We zijn altijd op zoek naar partijen die in hun vakgebied vooroplopen. Zo waren wij een van de eerste makelaars die werkten met digitaal ondertekenen. Meer recent zijn we voor het maken van plattegronden en foto's van woningen in zee gegaan met een partij die dat op de meest snelle en moderne manier doet, met een scanner die alle kanten opdraait en geautomatiseerde plattegronden oplevert. Dankzij die aanpak kunnen we de kostprijs scherp houden en lopen we steeds voorop bij nieuwe ontwikkelingen doordat we al vroeg met de juiste partij aan tafel zitten. Zo houden we onze service up-to-date en kunnen we de klantreis van onze klanten steeds verder vereenvoudigen en verbeteren.’

‘DE MARKT GAAT EEN KEER DRAAIEN, EN DAN ZITTEN WE ZO WEER IN DE LIFT’