

Een volgeboekte vakantiewoning

IN EEN VERHUURMARKT DIE VERANDERT





RoomProof voor jou

Met RoomProof helpen we eigenaren de verhuur van hun woning professioneel neer te zetten, van pricing en positionering tot website en gastbeleving.

Met een hands-on aanpak zorgen we voor oplossingen die werken in de praktijk. Zodat jouw woning niet alleen mooi gepresenteerd wordt, maar ook structureel beter geboekt wordt. Je hebt al de basis, wij helpen je om daar meer uit te halen.



Bij RoomProof geloven we dat een vakantiewoning meer is dan alleen een plek om te verblijven. Het is een plek met een eigen sfeer, een eigen verhaal en vaak ook een persoonlijke betekenis voor de eigenaar. En we willen hem massaal verhuren.

Tegelijk zien we dat veel woningen niet het aantal boekingen halen dat mogelijk is. Niet omdat de woning niet goed genoeg is, maar omdat het geheel van de verhuur nog niet helemaal klopt.

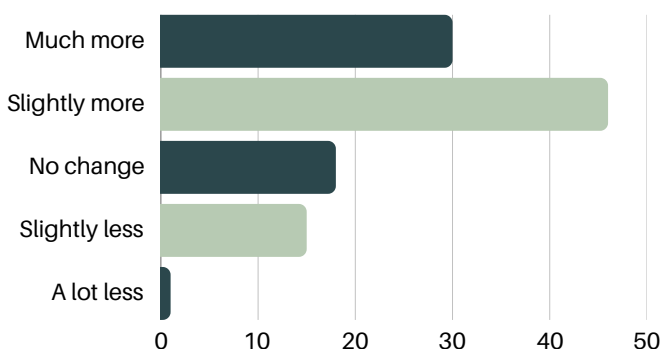
De verhuurmarkt is de afgelopen jaren flink veranderd. Concurrentie is in sneltreinvaart toegenomen en gasten vergelijken meer, kiezen bewuster en verwachten meer duidelijkheid.



De verhuurmarkt *verandert* in hoog tempo

De vraag, de concurrentie, en het tempo ligt hoog! Wil je 'meedoen' met het spel, dan zal ook jij moeten veranderen om geen boekingen te verliezen aan andere verhuurders die deze nieuwe regels al goed in de vingers hebben. Dit is wat we zien gebeuren:

Concurrentie in verhuur



> +/-76% van de verhuurders ervaart meer concurrentie in 2025 dan in 2024

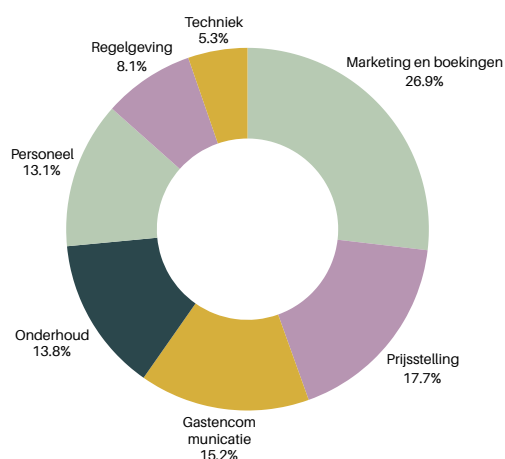
Scrollen, scrollen, scrollen

Gasten bekijken gemiddeld 7-10 accommodaties voordat ze boeken.

Jij concurreert dus niet met 1 woning in de buurt maar met wel tientallen tegelijk.



Grootste uitdagingen van verhuurders



Key Facts



Aantal nachten per verblijf wordt steeds korter



De boekings'window' (tussen boeking en aankomst) wordt steeds smaller



93% van de reizigers leest reviews voordat ze een accommodatie boeken

Conclusie: Vijf jaar geleden was online staan vaak genoeg. Vandaag concurreren vakantiewoningen met tientallen andere tegelijk. En precies daar begint het verschil tussen woningen die volgeboekt zitten... en verhuurkalenders die te vaak leeg staan.

Het verschil

Waarom sommige woningen vol zitten En andere niet



Stel je voor..

Twee vakantiewoningen.
Aan de randen van hetzelfde dorp.

*Met dezelfde zon, hetzelfde strand
en dezelfde markt.*

De ene? Een agenda die bijna jaarrond vol zit.
De andere heeft lege weken. Te veel lege weken.

Hoe komt dat nou toch?
Het hoéft echt niet aan het huis te liggen. Er zijn
zoveel extra factoren die het verschil maken
tussen geboekt worden, of toch nét
overgeslagen worden, dat het vaak de details zijn
die het verschil maken.

We laten je een voorbeeld zien om het duidelijk
te maken.

Advertentie A

De algemene advertentie

VAKANTIEWONING VLAK BIJ STRAND EN CENTRUM



Beschrijving:

Gezellige vakantiewoning met drie slaapkamers, een tuin en een terras. De woning ligt op korte afstand van het strand en het centrum.

Ideaal voor een ontspannen vakantie met familie of vrienden.

Kenmerken

- 3 Slaapkamers
- Tuin
- Eigen parkeerplaats
- Gratis wifi

★ 4.6 (18 REVIEWS)

Advertentie B

De duidelijke keuze

RUSTIG DUINHUIS VOOR STRANDLIEFHEBBERS EN WANDELAARS



Beschrijving:

Dit lichte duinhuis ligt op 3 minuten lopen van de duinen en 5 minuten van het strand.

Perfect voor koppels of kleine gezinnen die rust zoeken, willen wandelen in de natuur en 's avonds de zon zien ondergaan bij zee.

Kenmerken

- Rustige ligging
- Loopafstand (300m) strand
- Aan uitgebreid wandelpaden netwerk
- Zonnig privé terras zonder inkijk

★ 4.8 (64 REVIEWS)

Wat is nu het verschil, waardoor huis 2 beter presteert?

Het is niet de grootte, niet de afstand tot belangrijke landmakers (die weten we van huis A niet want wordt niet beoemd). En het is ook niet dat de een luxer is dan de ander.

Wat het wel is: is duidelijkheid.

Duidelijkheid voor wie de woning geschikt is
 Duidelijkheid wat de woning bijzonder maakt
 Duidelijkheid hoe de woning zich positioneert

We hebben dit voorbeeld natuurlijk verzonnen. En bij huis A is er met het huis, de tekst en advertentie niks echt *mis*. Maar huis B zou wel beter verhuurd worden.

De ‘reis’ die een gast maakt

VÓÓR HIJ JOUW WONING BOEKT

Laten we beginnen met eens kijken wat er allemaal bij een gast moet gebeuren om tot een boeking van jouw woning te komen. Want realiseer jij je ook wel eens dat voordat jij de daadwerkelijke boeking van een gast binnenkrijgt, je gast al allerlei ‘stappen doorlopen’ heeft? We noemen dit ook wel de Guest Customer Journey. En die ziet er zo uit:

Stap 1 — Ontdekken

De start van een mogelijke toekomstige boeking. Hier is de vraag of je woning überhaupt wordt gevonden?

Factoren die hier bij komen kijken zijn:

- Je platform strategie (waar presenteer je je woning)
- Je platform ranking (o.a. door faciliteiten en reviews)
- Hoe vindbaar is je eigen website (SEO / doorlink inspiratieplatformen)
- Prijspositie

Stap 2 — Klikken

Vervolgens moet een potentiële gast vanuit een overzichtspagina (op bijvoorbeeld Google, of vanuit de Airbnb zoekresultaten kiezen om jouw advertentie te openen en verder te lezen (i.p.v. die van je buurman).

Hierbij speelt een rol:

- Hoe aantrekkelijk is je eerste foto?
- Roept je titel het goede gevoel op?
- ‘Klopt’ je prijs vs concurrentie (en je eigen positionering)

Stap 3 — Vertrouwen

Heb je deze test’ doorstaan? Dan bewegen we langzaam richting een boeking. En is de vraag: voelt de gast zich zeker genoeg dat jouw woning dé vakantieplek is om zijn vakantiedagen door te brengen?

Hier zijn de doorslaggevende factoren:

- Wat zeggen je reviews?
- Geef je genoeg en duidelijke informatie?
- Oogt je uitstraling professioneel?

Stap 4 — Beslissen

Yes! Je bent zo ver. De gast staat eindelijk op het punt om te boeken. Doet hij dat ook werkelijk? Dat ligt aan..

- De prijs die je vraagt
- Je beschikbaarheid
- De voorwaarden (Denk: annulering, extra kosten, in-uitchecktijd etc)
- Én jouw reactie snelheid in het geval van vragen

Stap 5 — Ervaring

De gast komt aan. Nu komt het er op aan: komt de ervaring overeen met wat je hebt beloofd? Denk dan aan..

- Is je woning echt goed schoon
- Klopt de werkelijkheid met de verwachting die je online hebt geschetst
- ‘Werkt’ alles (geen kapotte lampen, vaatwassers etc)
- Ben jij duidelijk en vriendelijk in je communicatie
- En wat zijn de kleine details die het verschil maken

👉 Dit is waar reviews ontstaan.

Stap 6 - Terugkomen (of een review plaatsen / je aanraden)

Komt de gast terug of raadt hij je aan?

Dat ligt onder andere aan:

- De ervaring
- Jouw communicatie
- Hoe gastvrij hij zich ontvangen voelt
- En de opvolging met bijvoorbeeld een platform bericht of mail!

Zoals je ziet een héleboel stappen en daarmee (helaas) ook een heleboel momenten waarop die ene extra potentiële gast af kan haken. Dat is dan ook precies de reden waarom jouw verhuuraanpak in z'n totaliteit moet kloppen. Van duidelijkheid wie je ideale gast is, tot een heldere platformaanpak en van een pakkende advertentietitel, tot een uitgedachte review strategie. Als één van deze stappen minder sterk is, merk je dat vaak meteen in je boekingen.

De nieuwe verhuur realiteit

JE VERHUUR WERKT ALLEEN GOED ALS HET GEHEEL KLOPT

Die gastenreis laat iets belangrijks zien. Er zijn onderweg veel momenten waarop een potentiële boeker kan afhaken of juist nieuwsgierig wordt en verder kijkt.

Momenten waar jij als verhuurder invloed op hebt, als je ze bewust aanpakt.

En daarom is het tijd om anders naar je verhuur te gaan kijken.

Niet als iets wat je er af en toe bij doet, maar als iets waar je één keer goed voor gaat zitten zodat alles met elkaar samenwerkt. Dat begint wat ons betreft met een paar simpele maar belangrijke keuzes:

- Voor wie is jouw woning het meest aantrekkelijk? Wat kun je nog doen of toevoegen om daar een extra schepje bovenop te gooien?
- Hoe laat je deze 'ideale gast' en kwaliteiten van je woning terugkomen in je advertentie en foto's?
- Hoe zorg je voor herkenning en vertrouwen (reviews, duidelijke informatie, snelle reactie)
- En tenslotte hoe sluit de ervaring in je woning aan op wat je belooft?

De woningen die vandaag en in de komende jaren het beste presteren, zijn echt niet de grootste of de duurste. Het zijn de woningen waar deze onderdelen goed op elkaar aansluiten.

De vraag is dus niet (alleen) of je woning/advertentie mooi is, maar waar in deze reis misschien kansen blijven liggen.

Op de volgende pagina kun je dat snel voor jezelf ontdekken.

Snelle zelfcheck

WAAR LAAT JOUW VAKANTIEWONING BOEKINGEN LIGGEN?

Geen enkele vakantiewoning is perfect en dat hoeft gelukkig ook echt niet. Maar we weten nu dat kleine verschillen wel kunnen bepalen of een gast voor jouw woning kiest, of voor die van iemand anders.

Beantwoord de vragen hieronder en ontdek waar bij jouw woning mogelijk nog kansen liggen.

1

Waar kunnen potentiële gasten jouw woning vinden?

- Op 1 boekingplatform
- Alleen via via
- Op social media
- Via mijn website
- Op meerdere boekingplatformen
- Op (een) inspiratieplatform(en)

2

Als jij zelf op Airbnb zou tegengekomen: zou jouw eerste foto direct je aandacht trekken?

- Absoluut
- Redelijk
- Twijfelachtig

3

Is duidelijk voor welk type gast jouw woning ideaal is? We bedoelen zowel in je advertentie als in je woning.

- Ja heel duidelijk
- Een beetje
- Eigenlijk niet echt

4

Hoeveel reviews heeft je woning ongeveer?

- Minder dan 10
- 10-25
- 25+

5

Hoe vaak kijk je bewust naar je prijsstrategie of bezettingsgraad?

- Regelmatig
- Af en toe
- Eigenlijk zelden

DE SCORE

We vermoeden dat het geen verrassing voor je is, maar val jij in de categorie vooral antwoord 1 / 2, dan is de kans redelijk aanwezig dat er boekingen bij je lekken. Zonde! Tijd voor actie.

Jouw boekingen inhaalslag

BEGINT BIJ JE ADVERTENTIE

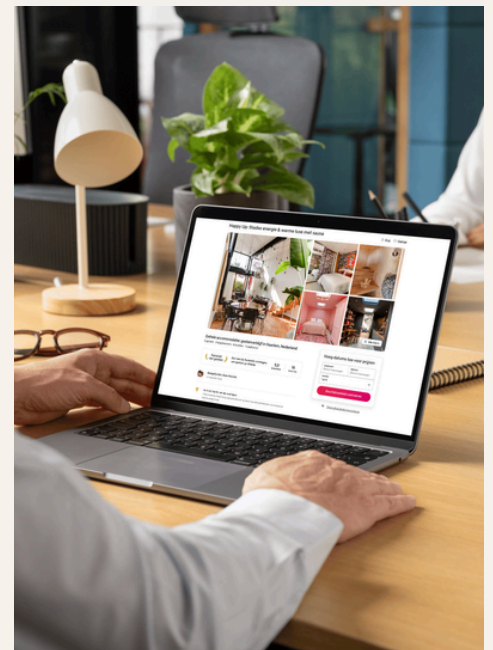
De gastreis heeft ons laten zien dat er veel momenten zijn waarop een boeking kan ontstaan of verdwijnen. En bijna al die momenten beginnen op één plek: **Je advertentie.**

Daar waar je potentiële gast:

- ✓ Jouw woning voor het eerst ziet
- ✓ Beslist of hij doorklikt of verder scrollt
- ✓ Enthousiast wordt, of nou ja, niet genoeg..

Een sterke advertentie lost echt niet 'alles' op. Maar een advertentie die niet goed genoeg is, zorgt er voor dat gasten niet eens kijken.

En dat betekent dat alle andere onderdelen die samen het totaalplaatje neerzetten (reviews, ervaring, je gastvrijheid, gastengids, of website), überhaupt nooit écht de kans krijgen.



Daarom is aan jou om te werken aan je *best mogelijke advertentie*

De meeste verhuurders weten inmiddels wel wat er in een goede advertentie moet staan... Maar zodra ze het zelf moeten schrijven, voelt het toch ineens lastig. Wil je daar een stap verder in zetten, dan hebben we iets gemaakt dat je daarbij helpt.

Een praktisch document waarin we laten zien:

- Hoe gasten advertenties daadwerkelijk bekijken
- Wat ervoor zorgt dat iemand doorklikt
- Hoe je titel, eerste foto en beschrijving beter samenwerken
- Hoe je advertentie duidelijk maakt voor wie jouw woning bedoeld is

Boordevol praktische ideeën die vaak direct verschil maken in hoe vaak gasten doorklikken. Waardoor verhuren voor jou *easy peasy* wordt.

[Meer info vind je hier](#)