

**Welke weg legt de  
potentiële koper af  
op Marktplaats?**



Wil jij succesvol zijn  
op Marktplaats?  
Scan de QR-code!

*Paul*  
DE VRIES

# De zes stappen van de Premium Customer Journey op Marktplaats

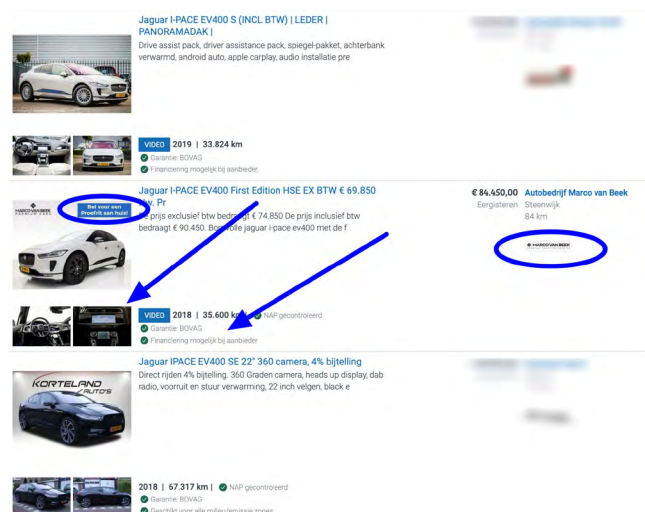
De Premium Vehicle Detail Page, de VDP-pagina op Marktplaats, is de plek waar het allemaal gebeurt. Hier kan de potentiële koper met jou, de aanbieder, in contact komen. Dat kan de facto op vier de manieren. De potentiële koper kan bellen, reageren via het Marktplaats Messaging Center, doorklikken naar je website, of gewoon langsgaan bij jouw bedrijf.

**Welke weg legt de potentiële koper eigenlijk af op Marktplaats en op welke wijze reageert hij op advertenties? Door middel van zes stappen neem ik je graag mee op de klantreis!**

## Stap 1

De eerste stap, voordat de potentiële koper een actieve klantvraag kan stellen, is de SRP-pagina. Deze Search Result Pagina is de pagina waarop je als adverteerder de potentiële koper moet verleiden om door te klikken naar de advertentie. Dit doe je door middel van een aantal zaken. Het begint bij goede foto's - de eerste drie zijn bepalend - vooral als je Premium Advertenties gebruikt. Door deze drie foto's, waar er ook eentje van het dashboard is, krijg je attentie.

Daarnaast kun je gebruik maken van de opvalsticker (bij Premium Advertenties) zodat de advertentie nog meer aandacht trekt.



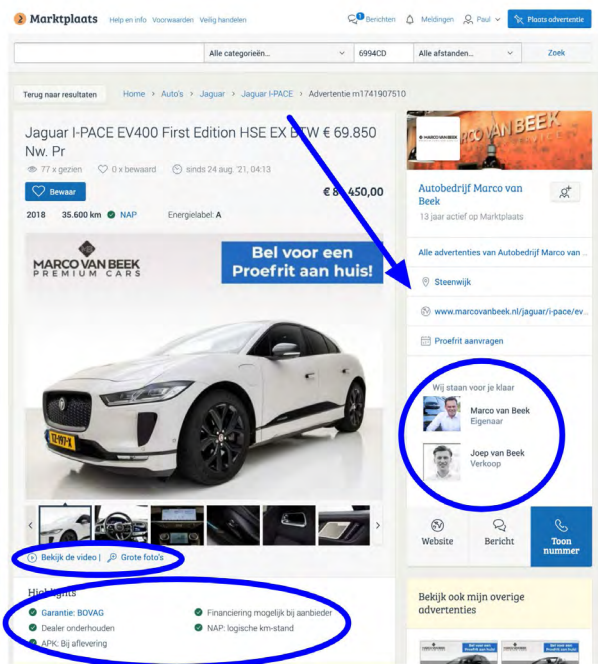
Een marktconforme prijs is belangrijk en de snippet, dat is de tekst eronder, kun je gebruiken om de klanten in 90 tekens te vertellen waarom jouw auto zo speciaal is.

De SRP-pagina is belangrijk omdat de potentiële klant, voordat hij op de pagina landt, door middel van zijn zoekfilter bewust specifieke zoekresultaten wenst. Hoe beter de auto wordt gepresenteerd op de SRP-pagina, hoe meer kliks op de VDP-pagina.

## Stap 2

De VDP-pagina, wat staat voor Vehicle Detail Page, is de pagina waar alles om draait. Hoe vaker de VDP-pagina wordt bezocht, des te groter de kans dat de auto wordt verkocht. Voor exotische merken als Porsche en Ferrari gaat deze vlieger overigens niet op, maar dat zal iedereen begrijpen.

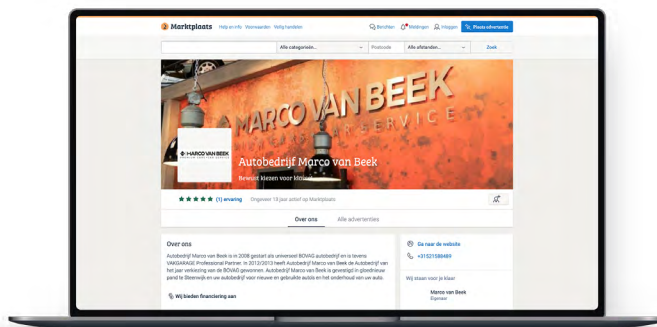
Op de VDP-pagina kan de consument alle informatie zien die je als bedrijf wilt laten zien over de auto. Specificaties, accessoires, maar ook de onderhoudshistorie en eigenschappen die de auto zo speciaal maken. Bij Premium Advertenties kun je tot wel 99 foto's publiceren. Potentiële klanten kunnen dan echt worden betoverd.



### Stap 3

Vertrouwen en waarde toevoegen zijn essentieel voor iedere aanbieder. Dit kan perfect bij Premium Advertenties. Daar kunt je bijvoorbeeld je verkopers voorstellen. En die verkopers kunnen op hun beurt de potentiële klant van allerlei informatie voorzien.

Ook op de uitgebreide bedrijvenpagina, die is gekoppeld aan een Premium-account, zijn een video, reviews en een uitgebreide presentatie te plaatsen. Daar kun je laten zien waarom potentiële klanten bij jou aan het goede adres zijn!

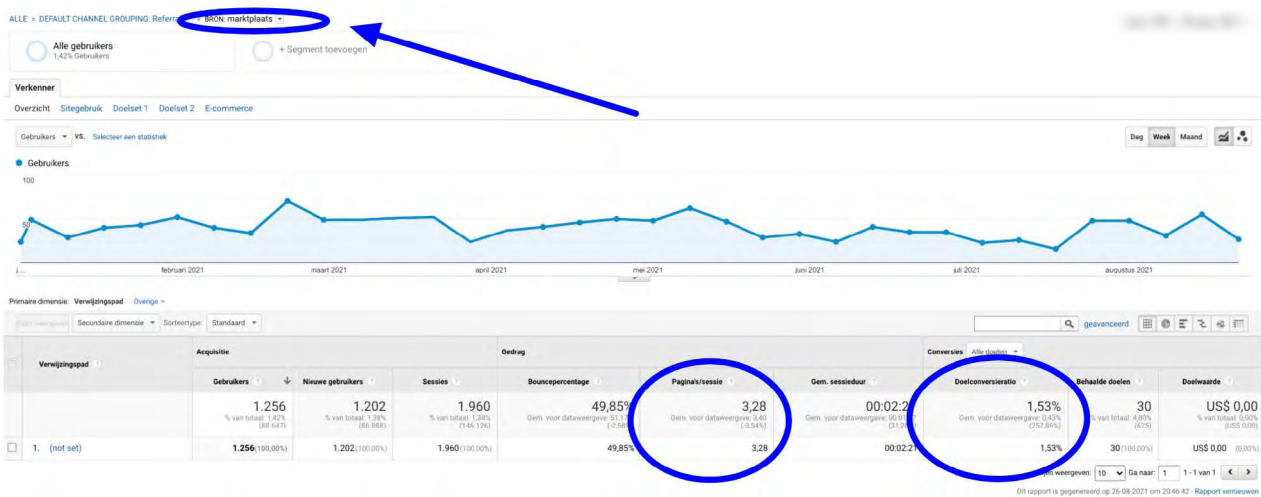


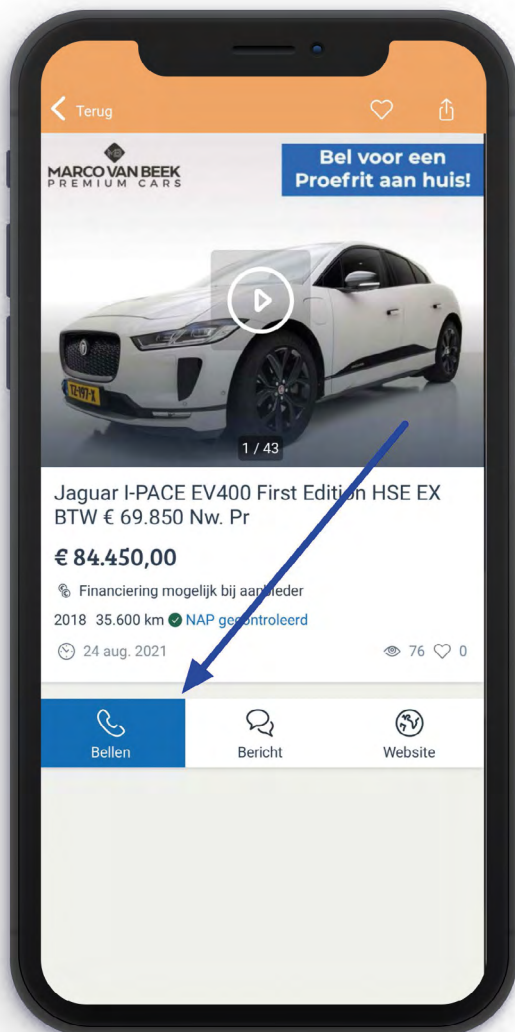
### Stap 4

Potentiële klanten die op zoek zijn naar meer informatie en meer vertrouwen om bij jou tot zaken te komen, klikken vaak door naar de website. De meeste klanten hopen daar meer informatie over de auto te vinden. Marktplaats vindt dit belangrijk en geeft de klant daarin een voorsprong via een makkelijke Call To Action (CTA). Onderzoek in Google Analytics bij dealers laat zien dat een referral vanuit Marktplaats meer engaged gedrag oplevert op de website, dan referral van een andere partij.

### Stap 5

De wereld draait om de smartphone, dat geldt ook voor potentiële klanten. Desondanks is bellen slechts de elfde activiteit op een smartphone. Toch is bellen de belangrijkste CTA op de VDP-pagina van Marktplaats. De belknop is blauw en trekt de aandacht van de klant om daadwerkelijk met de aanbieder van de auto te bellen.





De meeste verkopers waarderen zo'n telefonische lead, zij ontvangen liever een actieve klantvraag boven een elektronische variant. De potentiële klant die de vraag stelt middels een zelf geïnitieerd telefoongesprek, zal vaker en eerder overgaan tot aanschaf van de auto.

### Stap 6

De meest interactieve manier om als potentiële klant te reageren op een advertentie is via het Marktplaats Messaging Center. In een wereld waarin de e-mail niet meer dominant is in onlinecommunicatie, is messaging dat wel. Het Marktplaats Messaging

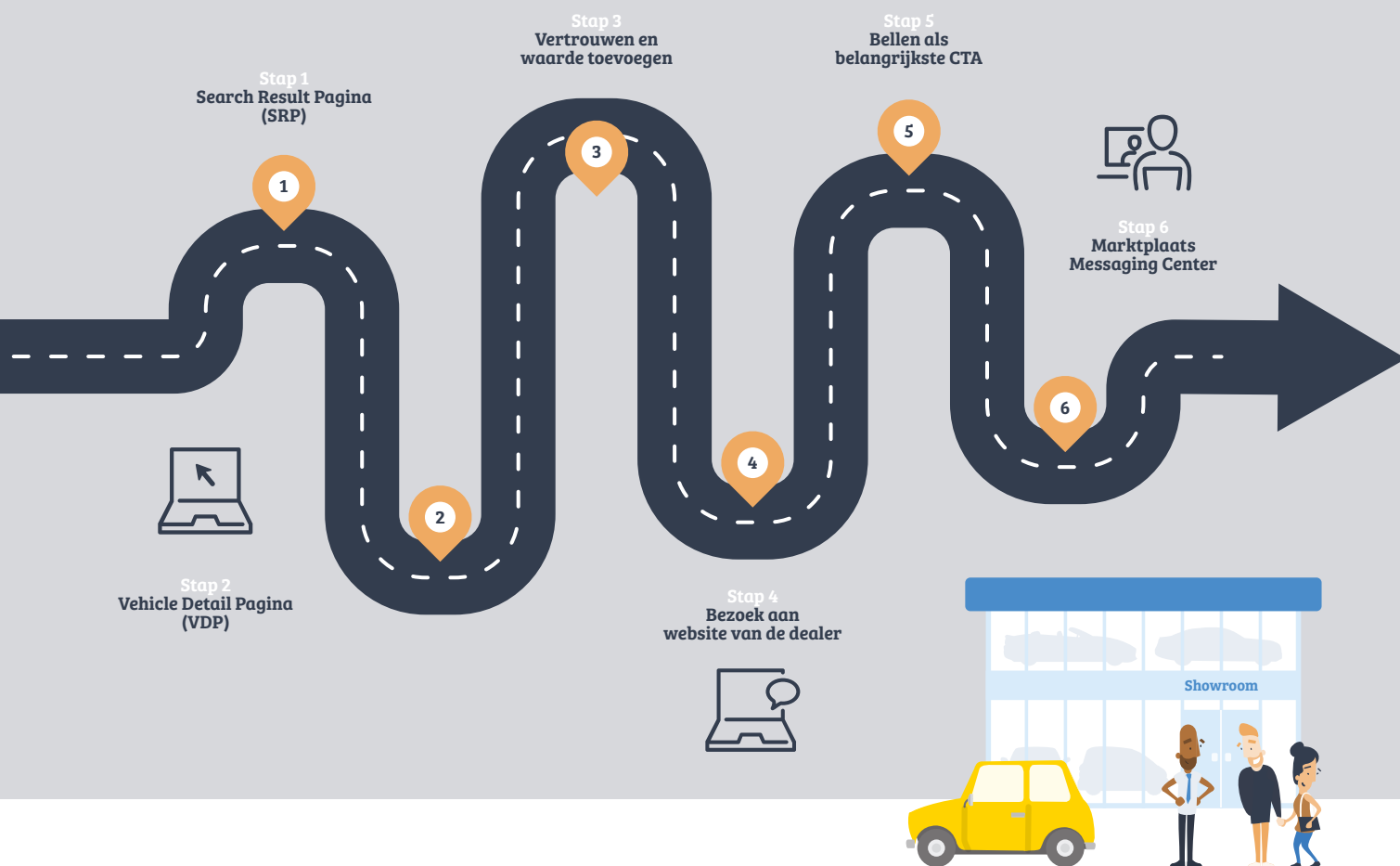
Center is dé manier om snel en informeel met potentiële klanten te communiceren.

De aandacht van de klant heb je snel als je via de app reageert. Door middel van *push notificaties* en het rode icoontje in de Marktplaats-app ziet de klant dat er nieuws is. Dezelfde techniek wordt gebruikt door de meeste social mediaplatformen en WhatsApp. Gebruik Messaging wel voor Messaging en dus niet voor formele e-mails. Houd de berichten kort en bondig, vaak zonder aanhef en gebruik liever drie kleine berichten, dan een grote.

## In zes stappen van de SRP-pagina naar de VDP-pagina, naar de uiteindelijk sale.

Alles draait om de aandacht van de potentiële klant. Hoe kun je die aandacht krijgen op de SRP-pagina, om die aandacht vast te houden op de VDP-pagina en dan, nadat de klant zich meldt, de conversatie zo te sturen dat je de deal sluit?

**Wil je meer weten over het succesvol opvolgen van Marktplaats-leads? Bekijk dan onze online videocursus, specifiek gemaakt voor Marktplaats-leads.**



# Over Paul

Paul de Vries is oprichter van onder andere Nieuweautokopen.nl en #DCDW, het bedrijf waarmee hij dealers en autobedrijven traint in effectieve leadopvolging. Tevens is hij key-automotive spokesperson en trotse ambassadeur van Marktplaats.nl en 2dehands.be. Met meer dan twintig jaar ervaring is Paul een autoriteit op zijn vakgebied met een onvoorstelbare hoeveelheid kennis. Kennis die hij graag deelt door middel van blogs, artikelen, podcasts, presentaties, trainingen en video's.

---

## Paul de Vries

#DCDW Digital Car Dealer Workshop

Frankeneng 114  
6716 AA Ede

Honderden, misschien wel duizenden verkopers zijn door Paul getraind en profiteren daar dagelijks van.

**The Next Step** is na **Lead The Way** en **Follow Up** het derde boek van Paul de Vries waarin alle aspecten van online automotive, zoals marketing, online leads en telefonische leadopvolging, centraal staan.



---

## Wil jij succesvol zijn op Marktplaats?

Marktplaats, het grootste autoplatform van Nederland, heeft zijn eigen spelregels. Veel autoverkopers bij autobedrijven en dealerbedrijven hebben moeite met die regels. Ze willen graag verkopen, maar de Marktplaats-bieding is echt anders dan het voorstel dat via de eigen website binnenkomt.

Het bieden, het loven en ook het aanbieden van je auto's op Marktplaats vragen dus om een specifieke Marktplaats-aanpak. De cursus 'Hoe succesvol te worden met online leads en op Marktplaats', bestaat uit 40 video's en helpt je om beter te worden. Ook op Marktplaats.



Scan de QR-code  
en meld je aan voor  
de cursus.