

Verschillen qua beroep

Verkoopstyling en interieurstyling zijn twee verschillende beroepen die toch dicht bij elkaar liggen. Ingrid van der Aa: "Het belangrijkste verschil is dat een interieurstylist met haar creatieve ideeën rekening mag houden met de smaak van de eigenaar want die blijft meestal nog heel lang in het huis wonen. Terwijl bij verkoopstyling de smaak van een breed publiek bepalend is. Verkoopstijlisten kijken naar een interesse-score van 100 procent.



► Voor en na.

Hoe neutraler het interieur, hoe makkelijker mensen zichzelf erin kunnen zien wonen. Trends zijn in verkoopstyling minder belangrijk."

► **METRO**

De verschillen

- **Interieurstyling:** Ten behoeve van bewoner. Persoonlijk maken. Ruim budget. Smaak bewoner en stijl zijn bepalend.
- **Verkoopstyling:** Ten behoeve van verhuizer. Neutraal maken. Beperkt budget. Bezig met marketing/verkoop. Smaak breed publiek is bepalend.

Kijken naar de verkoopkansen

► **Wildgroeï aan verkoopstijlisten dreigt** ► **Verkoopklaar maken hoeft niet duur te zijn** ► **"Iedereen is zelfbenoemd specialist"**

Ze vindt zich regelmatig op over de verkeerde manier waarop verkoopstyling wordt neergezet. "Vaak wordt ons vak verward met interieurstyling, wat toch echt iets heel anders is."

Ingrid van der Aa kan het weten. Ze was in 2006 een van de eerste verkoopstijlisten in Nederland. "Ik had het vreselijk druk en croste heel het land door. Daarom heb ik toen het trainingscentrum Verkoopstyling en Woningpresentatie en het Landelijk Netwerk Verkoopstijlisten opgericht."

In Nederland lijkt er een wild-

Tip

► **Neem als verkoper het heft in eigen handen en huur zelf een verkoopstijlist in.**

groeï te ontstaan aan verkoopstijlisten. Er komen steeds meer organisaties, opleidingen en cursussen, waarvoor het moeilijk is om het kaf van het koren te scheiden. "Iedereen is zelfbenoemd specialist, met of zonder opleiding", zegt Ingrid. "Certificaten worden ook zonder examen al uitgedeeld.

Maar goed opgeleide, professionele verkoopstijlisten zijn vastgoedmarketeers, die kijken naar verkoopkansen van een woning."

Ingrid benadrukt dat een verkoopstijlist heel creatief moet kunnen omgaan met de spullen van de eigenaar. "Dat vraagt veel empathie en tact. Maar dat hoeft helemaal niet duur te zijn. Bovendien is het bedrag voor het verkoopklaar maken lager dan de eerste prijsverlaging van je woning."

JOSÉ SCHELLEKENS

WONING@METRONIEUWS.NL

Uw huis verkopen, of nog even wachten? De Verkoopindicator helpt u beslissen

Ik zou nu verkopen.



Ik niet.



Samen met iBlue makelaars introduceren we de Verkoopindicator. Die geeft u inzicht in de te verwachten verkoopperiode en de waarde van uw woning. Zo helpen we u beslissen; nu verkopen of nog even wachten?

Binnen enkele dagen uw persoonlijke rapport

Via de online tool vult u eenvoudig een aantal gegevens in waarmee u uw rapport aanvraagt. Binnen enkele dagen kunt

u op uw persoonlijke pagina uw rapport bekijken. Dit rapport geeft u onder andere inzicht in hoe lang een huis in uw buurt gemiddeld te koop staat en wat de waarde van uw woning is.

Voor iedereen met een koopwoning

Wilt u meer inzicht in de verkoopmogelijkheden van uw woning in deze tijd? Maak dan gebruik van deze nieuwe gratis service op ING.nl.



► Ingrid van der Aa.

Snellere verkoop gegarandeerd

Het begrip verkoopstyling is in 1992 bedacht in Amerika. "Daar zijn de meeste makelaars vrouw", zegt Ingrid van der Aa. "Zij hebben 'home staging' uitgevonden en ik ontdekte het eind 2005 via het Amerikaanse tv-programma *House Doctor Ann Maurice*. Ik was zo enthousiast dat ik meteen de training tot verkoopstijlist in Londen ben gaan volgen. Mijn bedrijf is opgericht in 2006, ik was toen een van de eerste verkoopstijlisten van Nederland

maar het concept bestond hier al. Het is via Amerika naar Engeland en toen naar Nederland overgevoerd. De TV *Make-lear* kwam al eerder met verkoopstijlisten op de proppen. Wel was ik de eerste met een opleiding in het vakgebied en het eerste netwerk van professionals. Inmiddels is verkoopstyling ook in Nederland niet meer weg te denken als het middel om een snelle verkoop te realiseren. De statistieken wijzen het uit want het Amerikaanse concept werkt overal ter wereld hetzelfde: huizen die op een professionele manier verkoopklaar zijn gemaakt, worden 83 procent sneller verkocht." ► **METRO**

"Zij hebben 'home staging' uitgevonden en ik ontdekte het eind 2005 via het Amerikaanse tv-programma *House Doctor Ann Maurice*." INGRID VAN DER Aa

ING

Dat is de kracht van de ING