



Hebbes toont huizen in functie van reistijd naar werk of school

Mediahuis is een van de leidende mediagroepen in België en Nederland. De ruim 3.200 medewerkers realiseren een jaarlijkse omzet van 800 mio euro. Mediahuis exploiteert in België en Nederland een aantal belangrijke classifieds-platformen, zoals Jobat, Jellow, Hebbes, Zimmo, Vroom, Gaspedaal en Groupdeal. Als uitgever gelooft Mediahuis onvoorwaardelijk in onafhankelijke journalistiek en sterke en relevante media die een positieve bijdrage leveren voor mens en maatschappij. Vanuit die visie investeert het bedrijf permanent in zijn sterke nieuwsmerken, zowel op papier als digitaal.

De uitdaging

Het immoplatform Hebbes biedt meer dan 60.000 huizen, appartementen en gronden aan die in België te koop of te huur zijn. Hebbes is voortdurend op zoek naar manieren om de zoektocht naar een nieuwe thuis te verbeteren. Uit een bevraging van de bezoekers van het platform blijkt dat niet alleen klassieke criteria van belang zijn bij de keuze voor een huis of appartement – zoals de prijs of het aantal slaapkamers – maar ook de reistijd naar kantoor, school, station of familie. Bij de zoektocht naar een nieuw huis is de consument vaak gebonden aan die persoonlijke Points Of Interest (POI's). Een klassieke zoekmachine geeft echter enkel zoekresultaten op basis van een postcode of een bepaalde afstand. Toch is het in de praktijk niet het aantal kilometer, maar de concrete reistijden van en naar huis die een grote impact hebben op de work-life balance – en zo ook op de koopbeslissing. Hebbes zocht daarom naar een oplossing om de reistijd tussen een pand en de persoonlijke POI's van de consument in de aangeboden zoekresultaten mee te nemen.

De oplossing

Al snel bleek het moeilijker dan verwacht om een goed evenwicht te vinden tussen de prestaties van de zoekmachine – een belangrijke KPI voor het platform – en de implementatie van de feature die de reistijden berekent. Hebbes vond de uiteindelijke oplossing in Travel Time API. Via een gebruiksvriendelijke interface stelt Localyse de meest relevante data van Google Maps rond reistijden ter beschikking. Localyse ontwikkelde de tool die de zoek-resultaten met de reistijden combineert. De oplossing maakt gebruik van zogenaamde isochronen. Daarmee bepaalt Google Maps het gebied dat binnen een bepaalde reistijd van een opgegeven startpunt ligt.



Localyse Travel Times API en Google Maps verfijnen zoekresultaten

De nieuwe feature 'reistijd' maakt ons platform nog relevanter en gebruiksvriendelijker.

Mark Vercammen, Project Manager Hebbes

Dankzij de oplossing kan de consument een nieuw type zoekopdracht starten, door verschillende locaties als persoonlijke POI's te definiëren. Het zoekresultaat toont dan de passende zoekresultaten, op basis van de reistijden naar de persoonlijke POI's – met de auto, per fiets of met het openbaar vervoer. Daarnaast kan de consument uiteraard ook via de klassieke criteria naar een geschikt pand zoeken, onder andere ook op postcode. Hebbes voegt met de reistijd echter een belangrijke nieuwe feature aan de lijst van keuzecriteria toe. In de praktijk krijgt de consument er tijdens het zoeken op reistijd nieuwe inzichten bij. Hebbes stelt vast dat de gebruiker de nieuwe zoekmethode meer en meer gebruikt, en zo een beter beeld krijgt op de mogelijke opportuniteiten op de koop- of huurmarkt.

De voordelen

Reistijd en locatie zijn voor de consument twee belangrijke keuzecriteria. Voor Hebbes vormen hoge scores op het vlak van gebruiksvriendelijkheid en de snelle weergave van de zoekresultaten de hoogste prioriteit. Via de oplossing van Localyse op basis van Google Maps biedt Hebbes vandaag nog meer relevante informatie aan bij een zoekopdracht, zonder negatieve impact op de prestaties van de zoekmachine. De consument krijgt zo een nieuwe, unieke kijk op de woningen die binnen een bepaalde zone – bepaald door de reistijd – aan zijn zoekcriteria voldoen. Hebbes speelt zo onder meer in op de behoefte van de consument die de juiste balans zoekt tussen werk en vrije tijd.

De oplossing biedt een concrete meerwaarde aan consument en helpt tegelijk het mobiliteitsprobleem aan te pakken. Verder biedt de nieuwe feature een extra verkoopargument aan de verkoper of verhuurder van het vastgoed. De makelaar kan aan de hand van de persoonlijke POI's van de klant de meest relevante zoekresultaten afstemmen op de reistijd en zo een persoonlijke offerte opstellen.

We denken mee met de surfers helpen hem om zijn persoonlijke reistijden tot een minimum te reduceren. Zo plaatsen we de surfer centraal.

Yves Vanderveken, Manager Hebbes.be

