



HYPOTHEEK.WINKEL

CRO-ANALYSE

KATRIEN WYNS | APRIL 2026



Hypotheek.winkel

Een hypotheek afsluiten is voor de meeste Belgen de grootste financiële beslissing van hun leven. Hypotheek.winkel positioneert zich als de neutrale gids in dat proces: geen bank, geen verkoper, maar een onafhankelijke makelaar die leningaanvragen vergelijkt bij 25 banken — volledig gratis voor de klant, met 70 kantoren verspreid over België.

De website is het primaire contactpunt. Ze moet **vertrouwen wekken**, de bezoeker **begeleiden** én hem of haar richting één doel **bewegen**: een afspraak in een kantoor. Deze analyse bekijkt hoe goed de site daarin slaagt.



FUNNEL

Op papier lijkt de funnel logisch:

01. HOMEPAGINA

02. INFOPAGINA

03. SIMULATIEPAGINA

04. CONVERSIE

Deze stappen zijn niet als funnel ingericht — er is geen duidelijke rode draad die de gebruiker van oriëntatie naar conversie leidt.

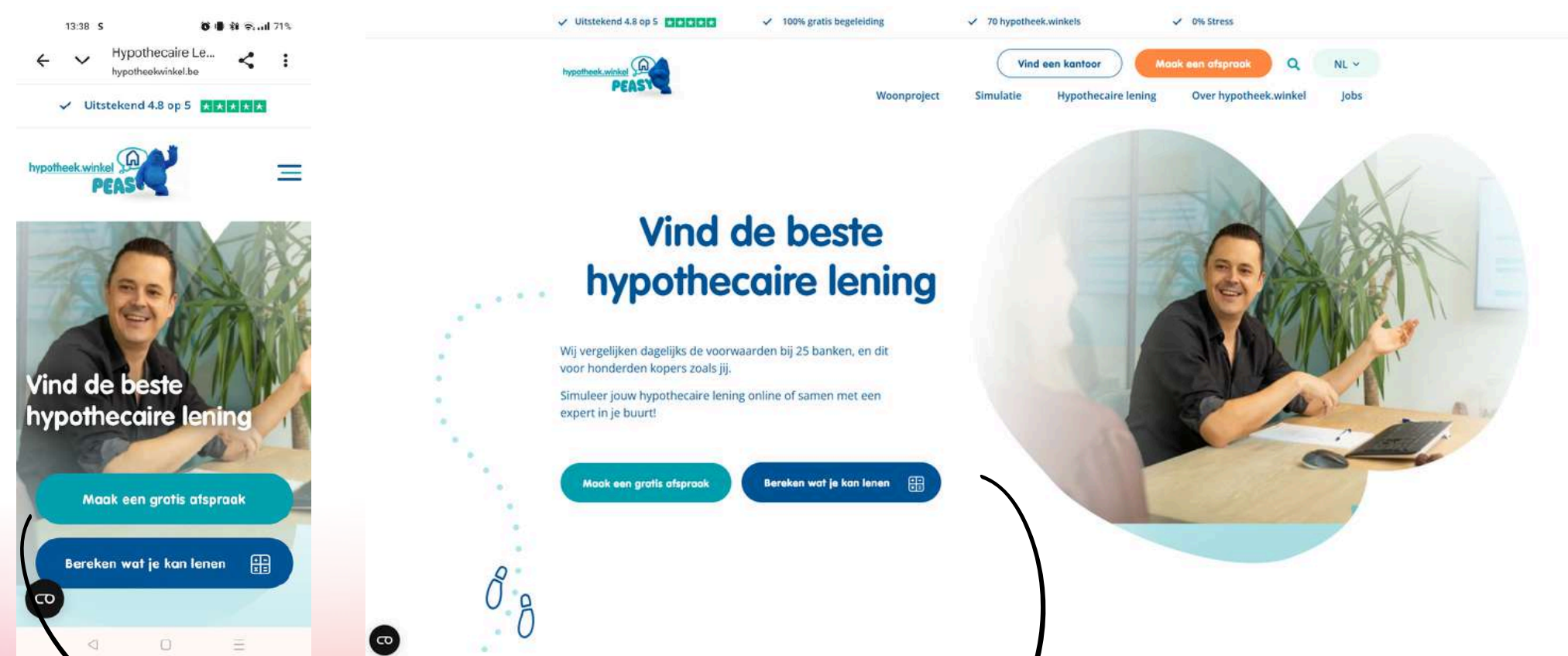


Homepage



Maak de simulatie-CTA primair (gevulde knop) en de afspraak-CTA secundair (outline).

De homepage is voor de meeste websites de drukst bezochte pagina — en hypotheekwinkel.be is daar geen uitzondering op. Het is het eerste contactmoment, de digitale etalage. De homepage heeft drie taken: vertrouwen wekken, de bezoeker oriënteren, en hem of haar in beweging zetten. Niet alle drie tegelijk, maar in die volgorde.

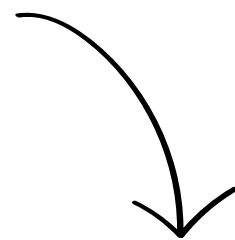
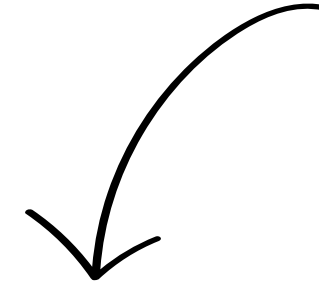


CTA-hiërarchie: wie bedien je eerst?

Op zowel desktop als mobiel staan twee CTA's naast elkaar met gelijk visueel gewicht:
"Maak een gratis afspraak" en "Bereken wat je kan lenen."

Homepage

Klantreviews verschijnen zowel halfweg als onderaan de pagina. De intentie is goed — sociaal bewijs werkt — maar de herhaling tast de geloofwaardigheid eerder aan dan dat ze hem versterkt. Eén sterke sectie, goed geplaatst, volstaat.



De sectie die uitlegt dat het advies gratis is, neemt op mobiel onnodig veel ruimte in. Dat vertrouwen kan je efficiënter opbouwen door de CTA zelf te hernoemen naar "Maak een gratis afspraak" — wat trouwens al het geval is, waardoor de aparte uitlegsectie dubbel werk doet.



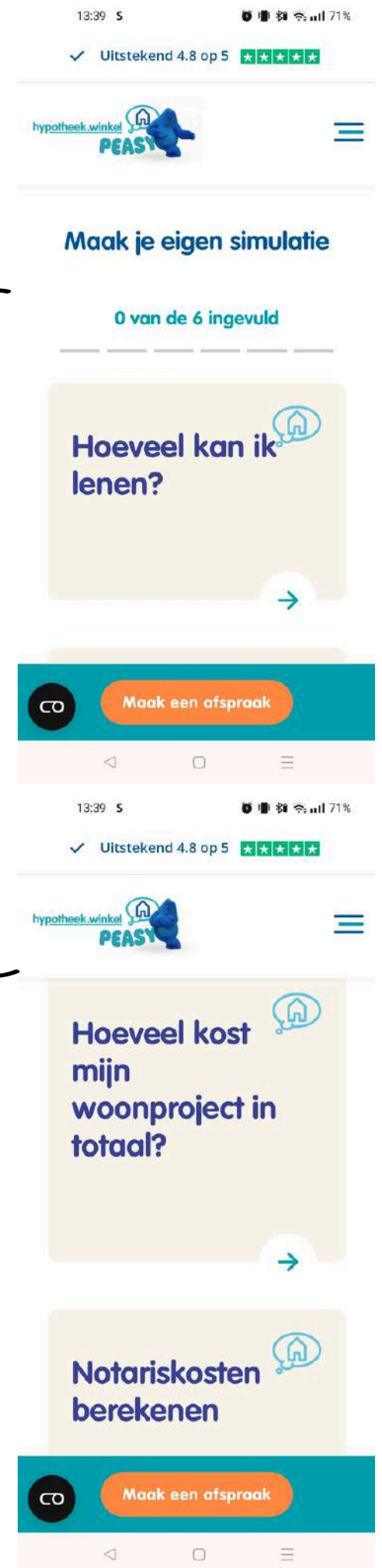
Homepagina



Op mobiel stapelen de zes simulatietools zich verticaal op, waardoor het overzicht volledig verdwijnt. De gebruiker ziet telkens één tool groot in beeld en heeft geen idee dat er vijf andere zijn. De "0 van de 6 ingevuld"-indicator suggereert bovendien een slider of horizontale navigatie — wat het nog verwarrender maakt.

Onderaan de pagina verschijnt de afspraak-CTA tweemaal kort na elkaar: eerst als knop, dan opnieuw als onderdeel van de footer.

Het zwarte icoontje voor de cookiepolicy is permanent zichtbaar en staat in competitie met de afspraak-CTA.



Homepagina

Navigatie en structuurinconsistenties

De navigatie telt 7 simulatietools, de homepage toont er 6. Kleine discrepantie, maar het ondermijnt het vertrouwen in de volledigheid van wat je ziet.

Via de zoekfunctie kom je terecht op blogcontent — maar vanuit de navigatie is er nergens een verwijzing naar het blog. Het staat enkel in de footer.

er je hy re

Verruim je kennis rond de hypotheecaire lening



Ebook 'Een huis kopen, wat kost dat'

Een huis kopen, hoe doe je dat? Dit gratis e-book legt je stap voor stap uit wat je te do's zijn. Succes met je woondroom!

Download



Ebook '7 aandachtspunten bij het tekenen van een compromis'

Een compromis is namelijk allesbehalve voorlopig en vraagt een aandachtige aanpak.

Download



Ebook 'In 12 stappen naar je huis'

Kwestie van te weten wat je te wachten staat, lijsten we even de twaalf grootste hoofdstukken voor je op.

Download

Whitepapers: vermoedelijk verkeerd kanaal

Whitepapers zijn typisch een B2B-instrument — bedoeld voor een publiek dat diepgaand onderzoek doet en bereid is persoonlijke data achter te laten in ruil voor inhoud.

Homepage

Wat goed werkt

De link naar klantenervaringen via Trustpilot is een sterke vertrouwenssignaal — concreet, extern en verifieerbaar. Ook de "Wat is jouw woonsituatie?"-functie is een uitblinker: ze personaliseert de ervaring onmiddellijk en past de context aan op basis van wat de bezoeker aangeeft. Dat is precies wat een homepage zou moeten doen.

Trustbalk: bijna raak, maar niet helemaal

De vier elementen in de trustbalk bovenaan (Trustpilot-score, gratis begeleiding, 70 kantoren, 0% stress) zijn goed geplaatst — maar niet allemaal even sterk. "0% Stress" is een belofte die je niet kunt meten en dus ook niet kunt waarmaken in de ogen van een sceptische bezoeker. Beter vervangen door iets concreets: het aantal vergeleken banken, een gemiddeld besparingsbedrag, of het aantal afgesloten leningen per jaar.

✓ Uitstekend 4.8 op 5 

✓ 100% gratis begeleiding

✓ 70 hypotheek.winkels

✓ 0% Stress

Infopagina

De copy is een sterk punt: toegankelijk, menselijk en helder. Maar structuur en conversie blijven onderbelicht.

Gebrek aan pagina-structuur

De tweekoloms-layout versnipperd de leeservaring. De rode draad verdwijnt, en daarmee ook de CTA — die raakt begraven in de hoeveelheid content in plaats van op het juiste moment te verschijnen.

Geen segmentatie

De pagina behandelt elke bezoeker hetzelfde. Het "Wat is jouw woonsituatie?"-principe van de homepage — dat wél werkt — wordt hier niet doorgetrokken.

Sociaal bewijs ontbreekt op het juiste moment

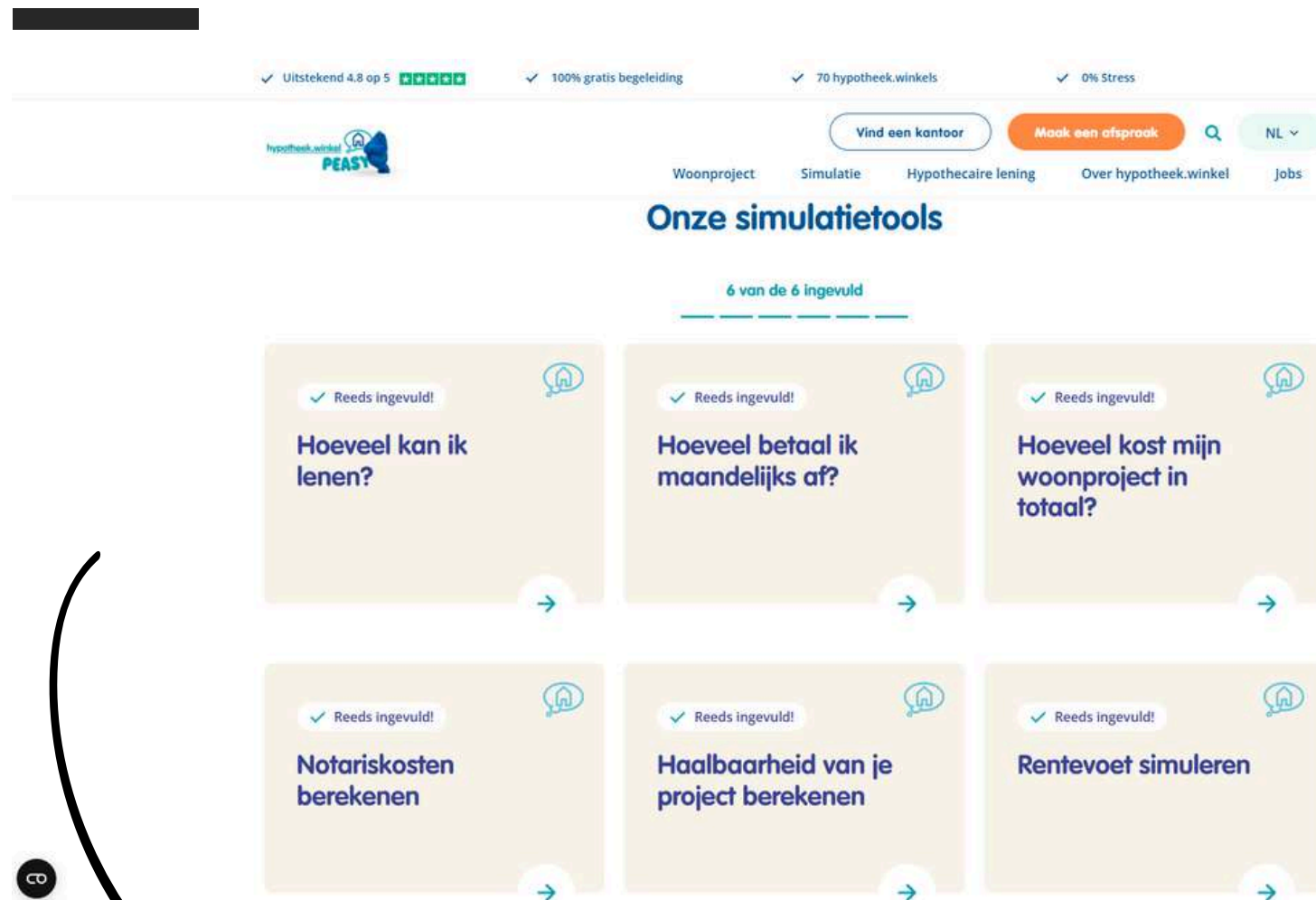
Klantreviews die specifiek ingaan op de begeleiding of het resultaat kunnen hier het verschil maken.

Mobiele bereikbaarheid: technische bug

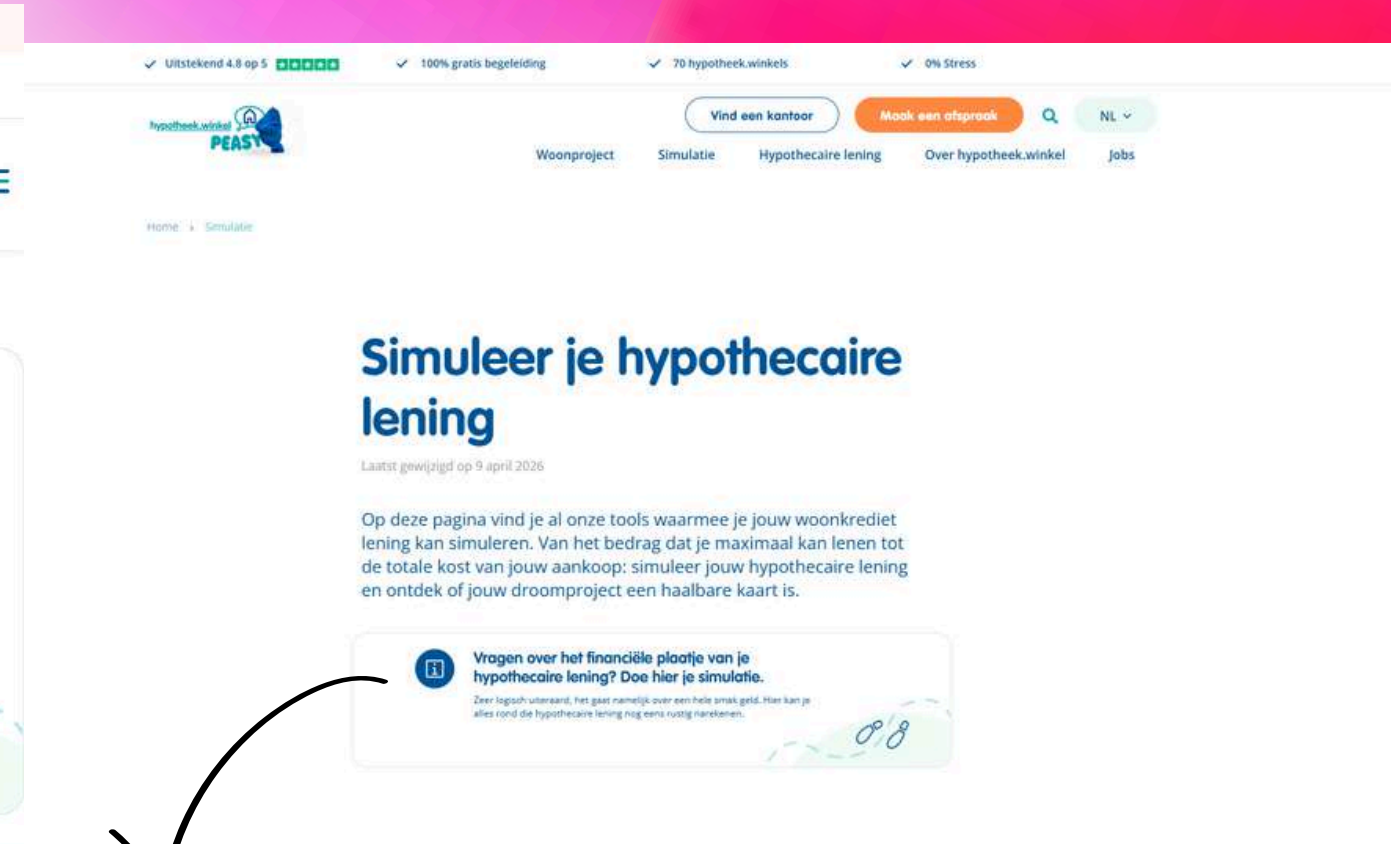
De overzichtspagina is op mobiel niet rechtstreeks bereikbaar via de navigatie — enkel via de breadcrumb vanuit een onderliggende pagina.



Simulatiepagina



6 losse tools verwarren meer dan ze helpen. Het is onduidelijk of alles ingevuld moet worden voor een volledig beeld — en de bezoeker wil snel één antwoord, niet 6 (of via de navigatie 7) stappen doorlopen.



De banner is niet klikbaar — terwijl je dat wel verwacht — én herhaalt de content erboven.



Weglaten: de simulatietools komen zo hoger in beeld.

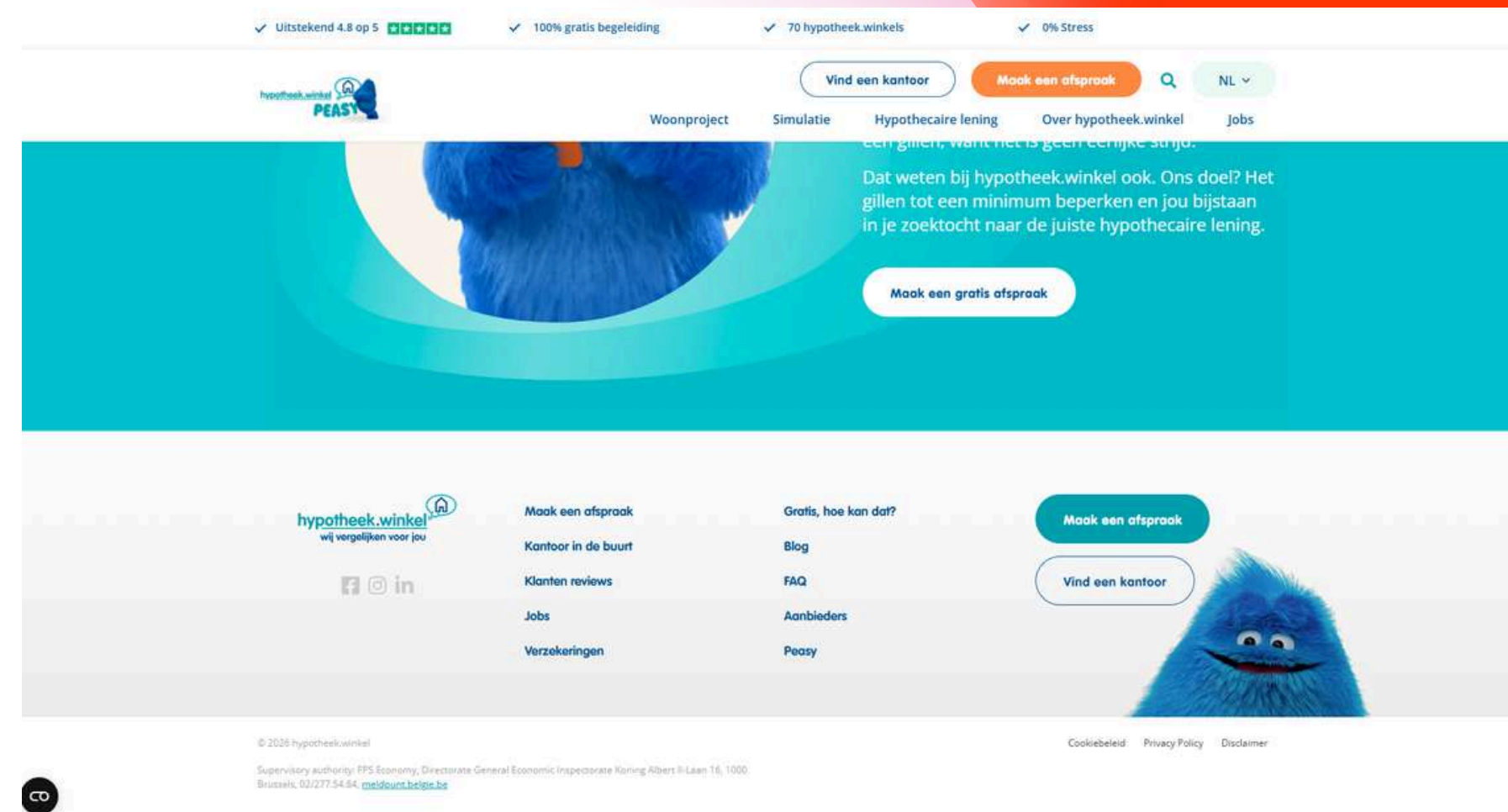


Een geïntegreerde tool naar het model van Keytrade reduceert keuzestress en houdt de bezoeker langer op de pagina. de simulatie-CTA primair (gevulde knop) en de afspraak-CTA secundair (outline).

Simulatiepagina

4 X

Op dit scherm staat er 4x de CTA om een afspraak te maken en de verwijzing naar het dichtstbijzijnde kantoor. Dit is overkill, vooral in de footer.



Plaats de CTA onmiddellijk na het resultaat van de simulatietool

Simulatiepagina

Via mobile is het niet mogelijk om op de algemene overzichtspagina te komen via de navigatie.

Het is wel mogelijk wanneer je een simulatie aanklikt, via de breadcrumb van de betreffende landingspagina door te klikken naar de overzichtspagina.



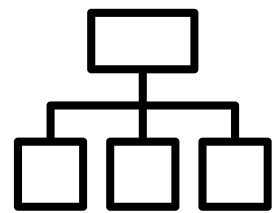
Door de paperclip links onderaan is de laatste link niet leesbaar.

Prioriteitenmatrix (ICE)

Impact (effect op conversie), Confidence (zekerheid zonder data, puur op basis van UX-principes), Effort (geschatte implementatietijd).

#	Aanbeveling	Pagina	I	C	E	Score
1	CTA-hiërarchie: 1 primaire + 1 secundaire knop	Homepage	9	8	9	8,7
2	Banner simulatiepagina verwijderen (above the fold)	Simulatie	7	9	9	8,3
3	Post-simulatie CTA naar afspraak toevoegen	Simulatie	9	8	8	8,3
4	Mobiele navigatie: overzichtspagina direct bereikbaar	Simulatie + Info	7	9	8	8
5	"0% Stress" vervangen door meetbare claim	Homepage	6	8	9	7,7
6	Segmentatie infopagina (woonsituatie-principe)	Infopagina	8	6	4	6
7	Reviews consolideren tot één sectie	Homepage	5	8	8	7
8	Cookie-icoontje verplaatsen	Homepage	3	9	9	7
9	Whitepapers omzetten naar blogcontent	Homepage	6	6	5	5,7

Prioriteiten



PRIO 01

CTA-hiërarchie:
1 primaire + 1 secundaire knop

klikratio op "Maak een gratis afspraak" vanuit de hero

Succescriterium: minimum 10% stijging in klikratio op de afspraak-CTA

Secundaire metric om in de gaten te houden: klikratio op de simulatie-CTA mag niet significant dalen — beide doelgroepen moeten bediend blijven.

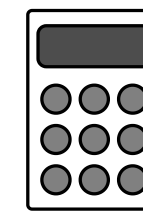


PRIO 02

Banner simulatiepagina
verwijderen (above the fold)

doorklikratio van simulatiepagina naar afspraakformulier
variant A zonder CTA na simulatieresultaat,
variant B met contextuele CTA direct na het resultaat.

Succescriterium: minimum 15% stijging in doorklik van simulatie naar afspraak



PRIO 03

Post-simulatie CTA naar
afspraak toevoegen

sessies op de simulatie-overzichtspagina via mobiel

meting via GA4: vergelijk mobiel verkeer naar /simulatie/ voor en na de fix, met een venster van 4 weken voor en 4 weken na de wijziging

Succescriterium: aantoonbare stijging in mobiele pageviews op de overzichtspagina's.