

INBOUND MARKETING – EXAMENOPDRACHT

Bouw een marketing campagne op

Cindy Vandendriessche

Inhoudstafel

1	Sector	1
2	Bedrijf	1
3	Buyer persona's per fase	2
	3.1 Awareness	2
	3.2 Consideration	3
	3.3 Decision	4
4	Blogposts	5
	4.1 Awareness	5
	4.2 Consideration	6
	4.3 Decision	7
5	Workflow	8
	5.1 Motivatie	9
	5.2 Landingspagina	10
	5.3 Bedankingspagina.....	11
6	Bedankingsmail	12
7	Nurture mails	13
	7.1 Nurture mail 1	14
	7.2 Nurture mail 2	15
	7.3 Nurture mail 3	16

1 Sector

Motivatie keuze vastgoedsector:

Ik heb gekozen voor de vastgoedsector. Zelf ben van Sint-Laureins en toch ben ik in Antwerpen gaan studeren. Het was voor mij helemaal niet makkelijk om een kot te vinden. Aan de hand van verschillende vastgoed bedrijven heb ik uiteindelijk toch mijn droom kot gevonden, maar daar heb ik lang voor moeten zoeken. Het ging zeker niet vanzelf en daarom kies ik voor de vastgoedsector omdat ik nu de kans krijg om een plan te maken met verbetering.

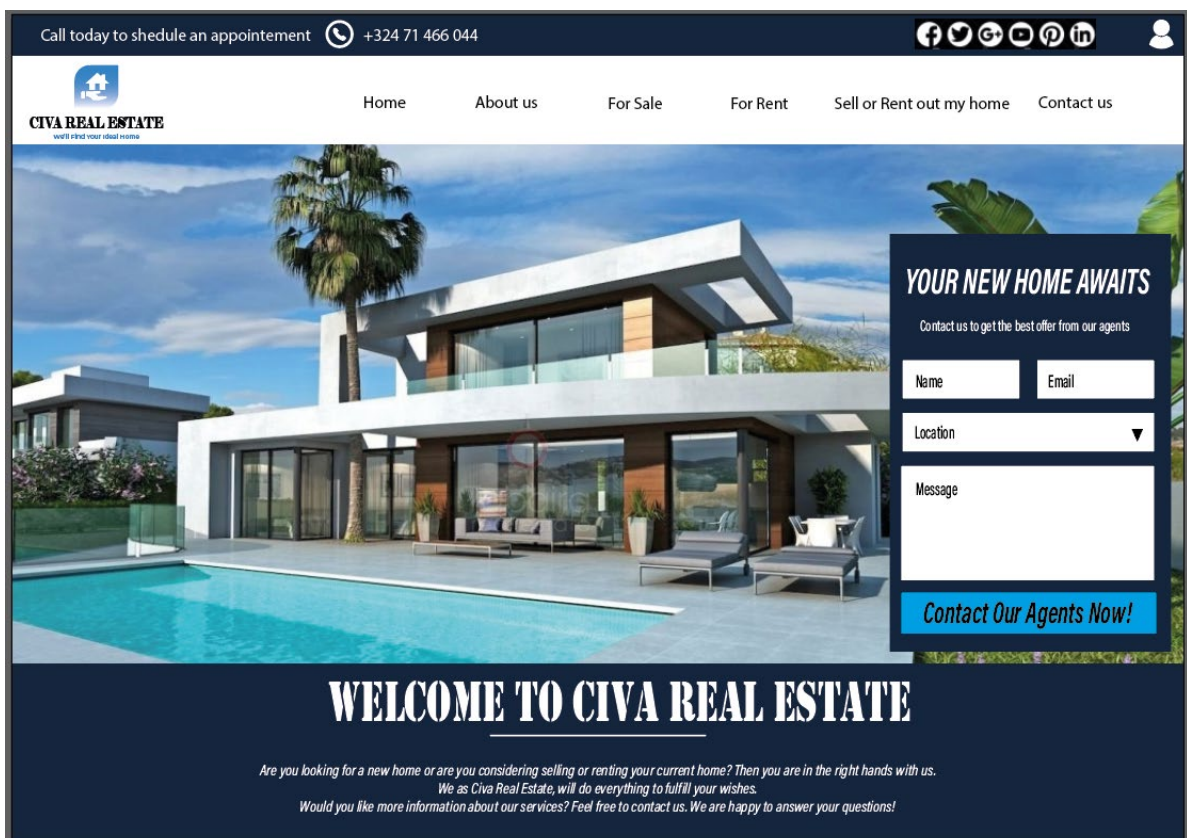
2 Bedrijf

Mijn vastgoedkantoor heet “CIVA REAL ESTATE”. Aan de hand van mijn immo-kantoor beng ik verkopers en kandidaat kopers met elkaar in contact. Dit kan zijn om hun droomhuis te vinden of om hun huis te verkopen/huren.

Hieronder vindt u mijn website: www.civarealestate.com.

Ik heb gewerkt met een blauwe kleur omdat die geassocieerd wordt met rust en vrede. Blauw wordt ook gezien als de kleur van vertrouwen, duidelijke communicatie en betrouwbaarheid. Daarnaast heb ik ook gebruik gemaakt van de kleuren zwart en wit (en grijs). Het is een kleur die waardigheid en aanzien kent en daardoor vaak gebruikt wordt om status, autoriteit, elegantie, stijl en luxe uit te drukken. Daarom is mijn kleurenpallet een ideale combinatie van vertrouwen en het zakelijke (luxe).

Ik heb ervoor gekozen om mijn website in het Engels te plaatsen. Natuurlijk heb je ook de mogelijkheid om de taal te veranderen.



3 Buyer persona's per fase

Schrijf 3 buyer persona's uit: 1 per fase (A/C/D) voor je klant.

3.1 Awareness

Persona 1

Persona:

- Givens Freeman, Vrouw, Gent, net afgestudeerd aan het middelbaar maar wil Business and languages gaan studeren, 18, single, studente job: winkelbediende in een koekjeswinkel.

Interesses:

- Hobby's: zwemmen, joggen
- Books & Magazines: Elle, Vogue
- Muziek: R&B
- Stuff I follow on Instagram, FB, YT: travel guides, beautiful destinations, beautyblogs, storytelling
- Restaurants/ bars I frequent: TapaBar, Manhattans burger, Hard rock café, ...

Goals & Values:

- What I'm trying to achieve: leuke ervaringen opdoen, studeren en mijn diploma behalen van Business and Languages. Ik wil graag mijn eigen beauty bedrijf opstarten, nadat ik een paar jaar gewerkt heb als personal assistant in een bedrijf. Ik wil graag klein beginnen, maar met de tijd zeker voldoende groeien.
- What are my values: Genieten van het leven en carrière maken.


Challenges & pains:

- Challenges I encounter: Het is zeer lastig om een goed kot te vinden voor een goede prijs. Zeker omdat ik zo ver woon en Antwerpen nog niet zo goed ken.
- Pain points: Iedereen is op zoek naar een kot en ik heb een maximumbudget en afstand.

Motivatie voor de fase:

Persona 1: Student die in Gent woont zoekt een kot om te verblijven in Antwerpen tijdens haar studies (hogeschool). Het kot moet op een goede afstand liggen van de campus en moet binnen een bepaald budget blijven.

"Oh nee, ik ga naar een vreemde stad. Hoe ga ik me daar integreren en zorgen dat ik mijn eigen stekje daar heb? Help! -> Civa Real Estate."



3.2 Consideration

Fase 2: Consideration Persona 2

Persona:

- Enora Mahati, een mama, 35 jaar, Antwerpen, Zelfstandig, 1 kind (5 jaar), woont samen met haar vriend, reist vaak voor langere periodes naar het buitenland voor het werk samen met haar (bekende) man.



Interesses:

- Hobbies: spinning en pilates, fashionshows bijwonen, model staan voor verschillende merken.
- Books & Magazines: Flair, Marie-Claire, Elle, Vogue
- Muziek: Mnm, R&B.
- Stuff I follow on Instagram, FB, YT: luxury fashion labels, mijn kinderen, mijn man, #travel
- Restaurants/ bars I frequent: Starbucks, fancy restaurants.

Goals & Values:

- What I'm trying to achieve: Een goed businesswoman zijn, een goede echtgenote, maar ondertussen ook een super mama voor mijn kind.
- What are my values: Dat iedereen altijd eerlijk is in ons gezin en dat we samen kunnen groeien ook op carrière gebied.

Challenges & pains:

- Challenges I encounter: Ik probeer een balans te vinden tussen werken, mijn gezin en tijd voor mezelf.
- Pain points: Vaak vind ik het lastig om me thuis te voelen. Ik ben heel vaak weg van huis (in Antwerpen). Het huis staat dan leeg. Ik moet dan dubbel betalen voor mijn huis in Antwerpen en voor de verblijfplaats in het buitenland. Zou ik niet beter mijn huis gaan verkopen/ verhuren en zelf iets gaan huren?

Motivatie voor de fase:

Persona 2: vrouw met gezin die voor het werk vaak lang weg is naar het buitenland. Aangezien ze vaak lang in het buitenland verblijft met haar gezin, denkt ze erover om eventueel om haar huis te verkopen of verhuren en zelf iets te huren. Daarom gaat ze op verschillende websites op zoek naar informatie hoe ze haar huis het beste kan gaan verkopen/ verhuren.

“Waar zou ik het meeste baat bij hebben? Ik twijfel.. “

3.3 Decision

Fase 3: Decision making Persona 3

Persona:

- Ben Janssens, een papa, 35 jaar, Antwerpen, getrouwd, Twee kinderen (8 en 6 jaar), Zakenman, heeft eigen business in verkoop van elektronica.



Interesses:

- Hobbies: lopen, fitness, lezen
- Books & Magazines: Het laatste news, National Geographic, wetenschappelijke artikels
- Muziek: Q-music, r&b
- Stuff I follow on Instagram, FB, YT: Mijn kinderen, mijn vrouw, National Geographic, #Artificialintelligence
- Restaurants/ bars I frequent: Tapasbar, renaissance, chique restaurants, Mcdo met de kinderen.

Goals & Values:

- What I'm trying to achieve: Ik wil graag mijn bedrijf naar een hoger niveau tillen en daarvoor ben ik op zoek naar een tweede pand dat ook groter is. Ik wil dus mijn winkel uitbreiden.
- What are my values: Ik wil nu hard werken en carrière maken zodat mijn gezin kan onderhouden en zodat ik later kan genieten met mijn gezin.

Challenges & pains:

- Challenges I encounter: Het vinden van een groter pand om mijn winkel uit te breiden en daarbij de juiste locatie vinden.
- Pain points: Combinatie privé en werk is niet altijd gemakkelijk als je thuis werkt. Daarom zoek ik een pand dat een goede locatie heeft. Het mag toch niet te ver zijn van mijn thuis. Ik moet het bedrijf dagelijks/ wekelijks kunnen bezoeken om de zaken op orde te houden.

Motivatie voor de fase:

Persona 3: Hij wil graag zijn bedrijf uitbreiden en daarvoor een groter pand (2^{de} pand) vinden voor zijn fysieke winkel. Daarvoor is hij op zoek naar een geschikt pand dat aan al zijn wensen voldoet (locatie, grootte, prijs...). Nadat hij voorzien was van de nodige informatie (de prijsofferte en extra informatie aangevraagd had) van een pand dat werd voorgesteld door het immo kantoor en de info vergeleken had bij verschillende immo kantoren, had hij besloten om het aan te kopen bij Civa Real Estate.

“Na lang zoeken en vergelijken heb ik eindelijk de knoop doorgehakt. Ik ga een groter pand aankopen dat voldoet aan al mijn eisen bij Civa Real Estate.”

4 Blogposts

Zoek per fase en dus per buyer persona een blogpost die interessant kan zijn voor die personen voor de sector, plaats zeker de link van de blog er bij. Motiveer je keuze waarom je deze koos.

De blogs moeten voldoen aan de checklist.

Korte beschrijving per blog waarom deze voldoet aan de checklist.

4.1 Awareness

Blogpost 1

Motivatie blogpost: Als nieuwe studente die niet in Antwerpen woont, weet jij nog niks over hoe je een kot kan vinden en waarmee je allemaal rekening moet houden. Wanneer je meer informatie zoekt over het studeren in Antwerpen, verschijnt er een pop-up over koten in Antwerpen. Daarbij vond ik deze blog. In deze blog vind je terug hoe en wanneer ik het beste een kot vind en waarmee ik rekening moet houden.

Motivatie checklist:

- Er is een duidelijk keyword en dat is KOT, maar het komt wel veel meer voor dan 5 keer.
- Er zijn geen afbeeldingen, maar er is wel een duidelijke structuur. Er wordt ook gebruik gemaakt van opsommingen, wat voor duidelijkheid zorgt. De paragrafen zelf zijn ook kort en bonding geschreven wat goed is.
- Er zijn ook heel veel interne links. Er is maar 1 externe link en dat is de link naar twitter.
- De afbeeldingen bij recente koten bevatten wel een alt-tag met het woord kot erin. Er zijn dus ook LSI keywords: Kot te huur.
- Het keyword wordt ook in de url gebruikt en staat ook in de tittletag.
- De titel heeft een H1 wat zeer goed is. H2 is recente koten. Ze hebben hier dus een niveau overgeslagen. Ik zou het anders ingedeeld hebben, maar men heeft wel proberen zorgen voor een bepaalde structuur. Maar het keyword komt wel voor in zowel H1 en H2.
- De tekens van de tittletag zijn exclusief spaties 51 tekens.
- De metadescriptie telt 143 tekens met spaties dus is zeker toegestaan.
- Het keyword staat ook in de eerste 100 woorden.
- De website is ook op meerdere toestellen responsive.

www.student.be > student-life > hoe-en-wanneer-vind-j...
Hoe en wanneer vind je best een kot | Student Life | Student.be
12 sep. 2014 - Hieronder vind je enkele tips om je ideale studentenkot te vinden! Oplichterij.
Wanneer moet je beginnen zoeken? Welke type kot kiezen? Wat is ...
Je hebt deze pagina bezocht op 7/06/20.

The screenshot shows the Student.be website interface. At the top, there's a navigation menu with 'Startersjob', 'Stage', 'Studentenjob', 'Kot', and 'Blog'. The 'Blog' tab is selected. Below the navigation, the article title 'Hoe en wanneer vind je best een kot' is displayed, along with the date '12-09-2014' and a 'De kot opzoeken' button. The main content area contains a list of 'ALLES OMTRENT KOTEN' with a list of 5 questions: 1. Oplichterij, 2. Wanneer moet je beginnen zoeken?, 3. Welke type kot kiezen?, 4. Wat is de huurprijs van een kot?, and 5. Hoe zoek je een kot?. Below this, there's a section titled 'OPLICHTERIJ' with a paragraph of text and a list of 2 points: 'Betaal NOOIT vóór je de eigenaars ontmoet hebt of je het kot gezien hebt, en des te meer als de eigenaar je een betaling vraagt via Western Union.' and 'Wanneer alles te mooi lijkt, is het bijna altijd een puur bedrog!'. To the right of the main content, there's a 'DEEL DIT ARTIKEL' section with a 'Twitter' button, and a 'LAATSTE ARTIKEL' section with a featured article titled 'Toekomstige technische bachelor? Waar wacht je nog op om bij de MIVB te komen werken?'. At the bottom right, there's a 'COMPANIES DIE HEEFTEN OORDEELINGEN OVER COVID-19' section with a sub-heading 'Bedrijven die blijven rekruteren ondanks COVID-19' and a short paragraph of text.

Link: <https://www.student.be/nl/student-life/hoe-en-wanneer-vind-je-best-een-kot>

4.2 Consideration

Blogpost 2


Motivatie blogpost: Je gaat gericht gaan zoeken wat je opties zijn. Dit doe je door verschillende sites te gaan vergelijken. Hierbij kom je terecht op een site die verhuren en verkopen vergelijkt.

Motivatie checklist:

- 1 keyword per pagina? Ik heb het gevoel dat er hier 2 keywords zijn, maar de focus ligt hier vooral op verkopen. Het keyword komt ook meer dan 5 keer voor.
- Bij de afbeeldingen maken ze gebruik van alt-tags en van LSI-keywords. Ze staan wel in het

```
<div class="post_banner">
  
</div>
```

engels. Bv:

- Het keyword staat ook in de url en in de title tag. De title tag telt 50 woorden en dat is dus toegestaan. De metadescriptie telt 158 tekens met spaties en dat is dus 3 tekens te lang.

- Het keyword komt voor in de titel h1 en ook in de subtitel h2. Ze hebben hier een goed en duidelijk gebruik gemaakt van h1 en h2 (html-code). Het keyword komt ook voor in de eerste 100 woorden.
- Er zijn zeker genoeg interne linken. De externe linken zijn enkel de social media knoppen en dus niet op de keywords.
- Er zijn goede subtitels, er is gewerkt met een opsomming (bullets), de lengte van de paragrafen is ook beperkt.
- De website is ook op meerdere toestellen responsive.



Link: <https://blog.immoweb.be/nl/verkopen/woning-verhuren-of-verkopen/>

4.3 Decision

Blogpost 3

Motivatie blogpost: In de decision fase zorg je voor concrete informatie over uw prijszetting, voorwaarden, locatie, enzoverder zodat potentiële klant een goede beslissing kan maken. Nadat alles tot in de puntjes besproken werd, je een bezichtiging bijwoonde en je akkoord ging, besliste je om het te kopen. Om de verkoop zo vlot mogelijk te laten verlopen zocht je verschillende informatie omtrent de verkoopovereenkomst op.

Motivatie checklist:

- Er is 1 keyword per pagina en dat is verkoopovereenkomst. Het komt in totaal 8 keer voor en is dus meer dan het maximum.
- De afbeeldingen hebben ook een alt-tag en ook een lsi-keyword. Bv:

```

```
- Het keyword wordt ook in de url gebruikt en in de title tag.
- de title tag telt 48 tekens en dat is dus toegestaan. De metadescriptie telt 134 tekens en dat is dus ook toegestaan.
- Het keyword staat in de h1. De html-code werd zeer goed gerespecteerd: h1, h2, h3.
- Het keyword komt ook voor in de eerste 100 woorden.
- Er zijn verschillende interne links maar niet in de tekst, enkel onderaan aan de pagina. Er is 1 externe link maar niet op het kernwoord.
- Er is een duidelijke structuur met subtitels, opsommingen, afbeeldingen en men heeft er ook voor gezorgd dat de tekst kort en bondig is geschreven.
- De website is ook op meerdere toestellen responsive.

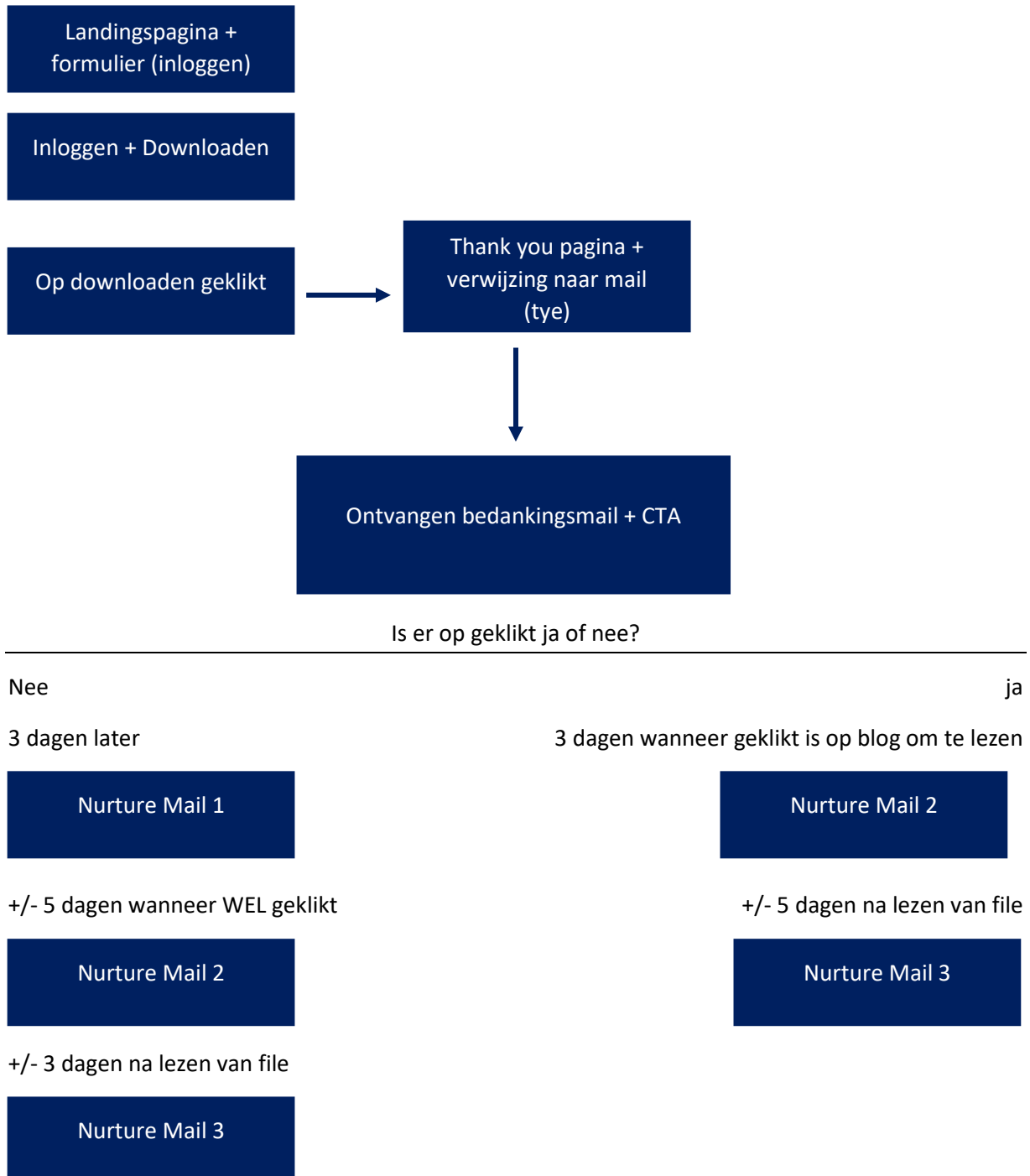
The screenshot shows a Zimmo blog post. The header includes the Zimmo logo and navigation menus for 'Te Koop', 'Te Huur', 'Nieuwbouwprojecten', 'Recht@vestigingsgoed', 'Beleggingsvestigingsgoed', and 'Prijswijzer'. The main content area features a large image of a house with a 'TE KOOP' sign. Below the image is the title 'Dit moet in de verkoopovereenkomst staan' and a share button. The article text discusses the importance of a purchase agreement in real estate. A sidebar on the right contains a 'Nieuwsbrief' sign-up form and a list of related articles under the heading 'Kopen & huren' and 'Verkopen & verhuren'.

Link: <https://www.zimmo.be/blog/2017/10/24/de-verkoopovereenkomst-wat-moet-erin-staan/>

5 Workflow

Maak een workflow voor 1 fase kiezen uit awareness, *consideration*, decision fase.
Leg de workflow kort uit. Waarom welke mail volgt op basis van welke trigger.

Schema:



5.1 Motivatie

Hier zitten we in de consideration fase. Men kent zijn/ haar probleem en wil daar iets aan doen (info opzoeken). In dit geval wil Enora Mahati haar huis verkopen of verhuren, maar zij weet niet wat dat allemaal inhoud.

Daarom gaat ze op verschillende sites van vastgoedkantoren gaan kijken.

Op de Civa Real Estate pagina gaat ze naar "Sell or Rent out my home" en daar ziet ze tips staan (= Waarmee moet je rekening houden bij het verkopen/ verhuren van je woning). Ze gaat onmiddellijk kijken wat de tips zijn.

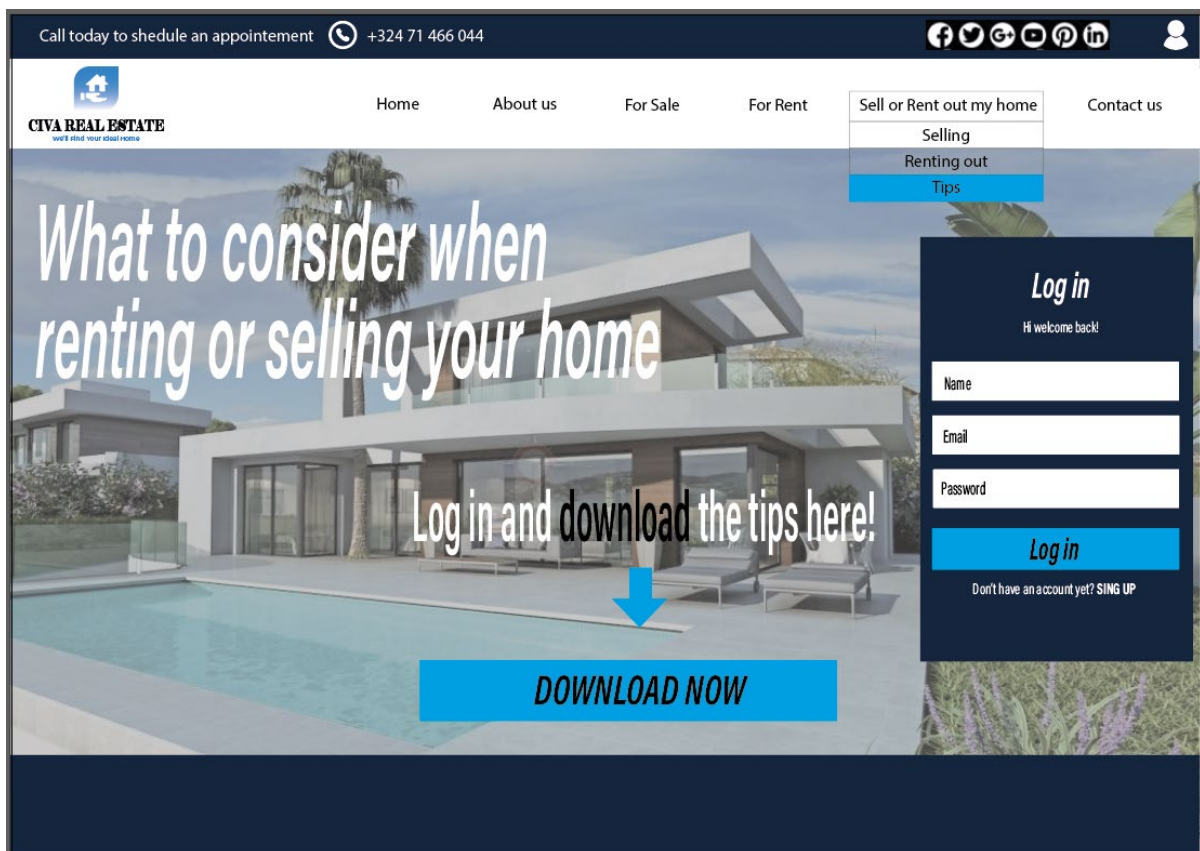
Maar om de tips te kunnen zien moet ze zich eerst inloggen/ aanmelden om het bestand te downloaden. Wanneer ze dit heeft gedaan, komt ze op de bedankingspagina. Daarop staat dat er een mail (TYE) verstuurd is naar haar e-mailadres waar ze het bestand zal kunnen downloaden (CTA).

Na ongeveer 3 dagen als Enora op de CTA geduwd heeft, zal ze een nurture mail krijgen met daarin een bedanking en de vraag of ze nog vragen heeft en of ze contact wil opnemen met één van onze agents. Na ongeveer 5 dagen krijgt ze opnieuw een mail met daarin de vraag of ze geïnteresseerd is in een nieuwe file en of ze haar wil inschrijven voor de nieuwsbrief.

Als Enora niet op de CTA geduwd heeft in de mail dan wordt er een nurture mail verstuurd met de vraag of ze het bestand al gelezen heeft. Na ongeveer 5 dagen sturen we haar weer een nurture mail (wanneer ze wel op de CTA geduwd heeft) met daarin een bedanking en de vraag of ze nog vragen heeft en of ze contact wil opnemen met één van onze agents. Ongeveer 3 dagen daarna zal ze opnieuw een mail krijgen met daarin de vraag of ze geïnteresseerd is in een nieuwe file en of ze haar wil inschrijven voor de nieuwsbrief.

5.2 Landingspagina

Ontwerp daarbij een landingspagina (met formulier) met basic conversion offer.



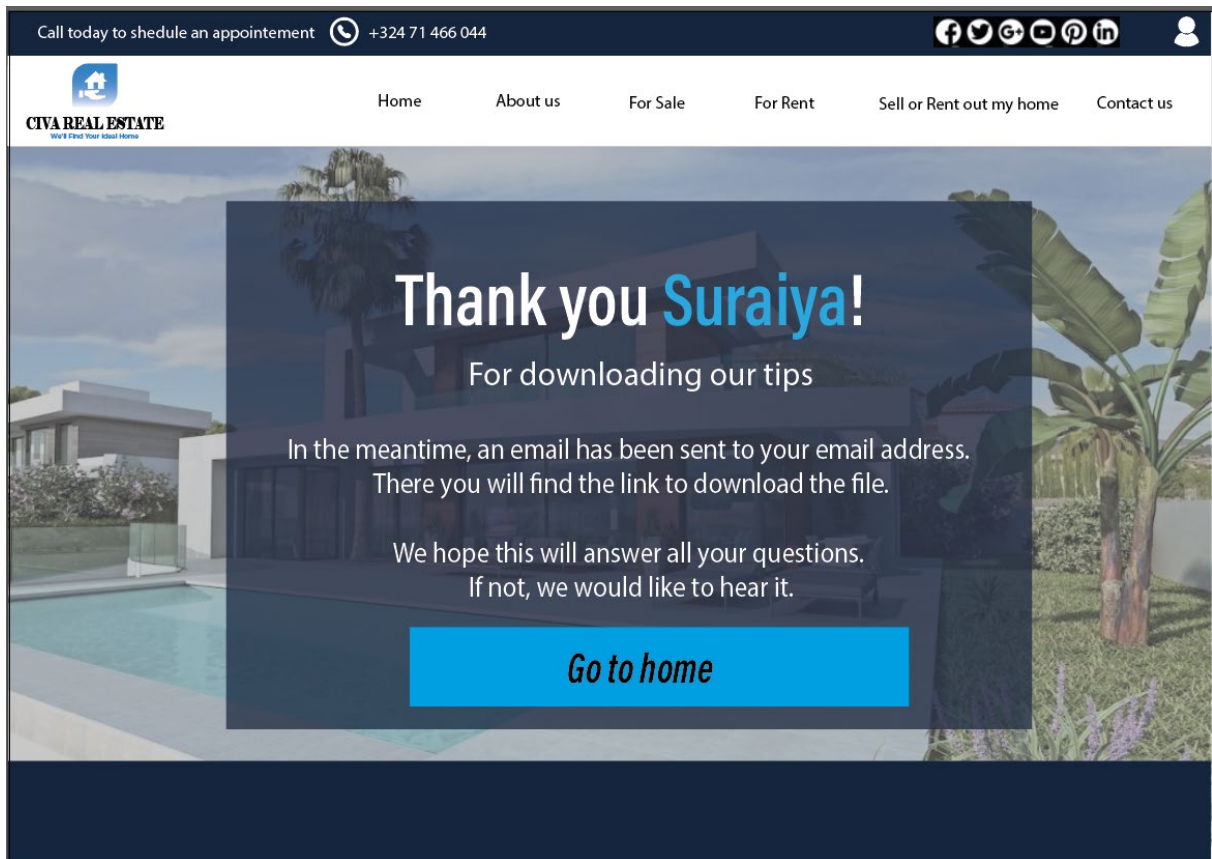
Dit is mijn landingspagina. U vindt de pagina onder “Sell or Rent out my home” bij “Tips”. U kunt duidelijk zien dat dit een pagina is waar u iets kan downloaden. Maar om iets te kunnen downloaden moet u u zich eerst inloggen/ aanmelden. Eenmaal u dit gedaan heeft kunt u op downloaden klikken en dan wordt u doorverwezen naar de Thank You pagina.

Lead generations kunnen op verschillende manieren. Aangezien dit een vastgoedkantoor is en de mensen daar enkel naartoe gaan voor informatie of om echt hun onroerend goed te gaan verkopen of kopen is het heel belangrijk dat de lezer daarbij goed geïnformeerd wordt en een vertrouwensband krijgt met het bedrijf. Daarom heb ik ervoor gekozen om een content offer aan te bieden omtrent de verschillen tussen verkopen en verhuren en heb ik bijvoorbeeld niet gekozen om een promo filmpje te laten zien en dat dan te stoppen om er zo voor te zorgen dat de mensen zouden inloggen.

Mensen willen een bepaald vertrouwen en dat kan je hier (naar mijn mening) het beste met ze voldoende te informeren. Daarom heb ik gekozen om te werken met formulieren. Het is een vast formulier en dat zorgt ervoor dat het niet opdringerig overkomt.

5.3 Bedankingspagina

Ontwerp een bijhorende bedankingspagina.





6 Bedankingsmail


Ontwerp een bedankingsmail en schrijf die uit.

Schrijf deze uit en denk hierbij aan de tips uit les 7. Voorzie een afzender, subjectline, bodytekst en andere elementen die besproken werden. Zorg dat het er visueel aantrekkelijk uit ziet.

Het mailverkeer is zeer belangrijk. Daarbij moet je proberen om de graymail te onderdrukken. Daarom gaan we onze mails zo gericht mogelijk sturen naar specifieke contacten. Daarom gaan we werken met een email-template en gaan we testen uitvoeren. (onderwerpregel, verzendtijd, body tekst, design, CTA...)

 To: Suraiya.Kienen@kdg.be
From: Cindy.Vandendriessche@Civarealestate.com
Subject: Suraiya your download is waiting for you..


CIVA REAL ESTATE
We'll find your ideal home


Display in browser

Thank you Suraiya!

Your file is now ready to download

You are about to download the file about
"What to consider when selling or renting out your home".


You have not yet downloaded the file. Below you will find the official download button.


[Download now](#)

We hope your questions will be answered with the information below. If this is not the case, you can always contact us. We are happy to assist you.

Kind Regards

Cindy Vandendriessche
Office Manager
Civa Real Estate
+324 71 466 045




CIVA REAL ESTATE
We'll find your ideal home
[Preferences](#) | [Unsubscribe](#)

7 Nurture mails


Ontwerp minstens 2 nurture/opvolg mails.

Schrijf deze uit en denk hierbij aan de tips uit les 7. Voorzie een afzender, subjectline, bodytekst en andere elementen die besproken werden. Zorg dat het er visueel aantrekkelijk uit ziet.


Een kleine side-note:

- Bij elke mail vindt u een afzender, een ontvanger en een onderwerpsregel.
Ik heb ervoor gezorgd dat er telkens een "echt" emailadres stond en geen info@...
- Elke mail die wij versturen wordt meestal op dinsdag om 11 uur verstuurd.
- In de mail vind je verschillende afbeeldingen die allemaal een hyperlink en alt-tags bevatten.
Ook het logo heeft een hyperlink en verbind je door naar de homepagina van de website.
- Alle letters die donkerblauw gekleurd zijn en onderlijnd zijn, zijn externe links.
- Er zijn ook duidelijke CTA terug te vinden in mijn mails.
- Waar ik ook zeker rekening mee gehouden heb is personalisatie.
- Daarnaast heb er ook voor gezorgd dat je duidelijke merkelementen van mijn website terugvindt in de mail en dat de lettergrootte 15 px is.
- Tot slot vindt u ook overal een unsubscribe (GDPR) button terug onderaan de pagina en vindt u bovenaan rechts een mogelijkheid om de mail te openen in een browser.
- Ps; alles is ook responsive op verschillende apparaten (ook mobiel).

7.1 Nurture mail 1



To: Suraiya.Kienen@kdg.be
From: Cindy.Vandendriessche@Civarealestate.com
Subject: Suraiya Pssst.. You forgot something



CIVA REAL ESTATE
We'll Find Your Ideal Home

[Display in browser](#)

Hi **Suraiya!**

Your download is still waiting for you..

Could it be possible you've overlooked our previous mail?
We would like to remind you that you haven't downloaded the file yet.

- The file concerning:
"What to consider when selling or renting out your home".


Below you will find the download button again


[**Download now**](#)


We hope your questions will be answered with the information below. If this is not the case, you can always contact us. We are happy to assist you.

Kind Regards

Cindy Vandendriessche
+324 71 466 045
Office Manager, Civa Real Estate







CIVA REAL ESTATE
We'll Find Your Ideal Home

[Preferences](#) | [Unsubscribe](#)

+

7.2 Nurture mail 2



To: Suraiya.Kienen@kdg.be
From: Cindy.Vandendriessche@Civarealestate.com
Subject: Suraiya thank you for downloading



CIVA REAL ESTATE
We'll Find Your Ideal Home

[Display in browser](#)

Hi Suraiya!

We've recently noticed you downloaded some resources from our website and we wanted to check in.

- You've downloaded the file:
"What to consider when selling or renting out your home".

We hope the information was helpful.
If you have any questions or want to talk more about it, feel free to [contact one of our agents](#).

We'd love to help you!



Kind Regards


Cindy Vandendriessche
+324 71 466 045
Office Manager, Civa Real Estate





CIVA REAL ESTATE
We'll Find Your Ideal Home

[Preferences](#) | [Unsubscribe](#)

7.3 Nurture mail 3

 To: Suraiya.Kienen@kdg.be
From: Cindy.Vandendriessche@Civarealestate.com
Subject: Suraiya We've got something for you!


CIVA REAL ESTATE
WELK NIET VOOR NIEMAND IS


Display in browser

Hi **Suraiya!**
We've got something for you..

We have noticed that you have recently downloaded a file regarding
"What to consider when selling or renting out your home".

We thought you might also be interested in the file
"which you should take into account when buying a house".


We as a company, ensure that our files are up-to-date and that there are weekly informative content offers. Would you like to be kept informed?


JOIN OUR NEWSLETTER

Subscribe to our newsletter to receive the latest news and exclusive offers every week. No spam.

Kind Regards

Cindy Vandendriessche
+324 71 466 045
Office Manager, Civa Real Estate




CIVA REAL ESTATE
WELK NIET VOOR NIEMAND IS

[Preferences](#) | [Unsubscribe](#)