ONGEVRAAGD VOORBEELDRAPPORT · GEANONIMISEERD

Direct Booking Check: Hotel X

Onafhankelijk familiehotel, België · 12 november 2026 · website verborgen

> Opgesteld zonder opdracht van of contact met het hotel, uitsluitend op basis van publiek zichtbare informatie: de eigen website, één Lighthouse-test en publieke zoekresultaten. Geen oordeel over de kwaliteit van het hotel.

Samenvatting

Hotel X heeft de basis op orde: een eigen boekingsmodule en een boekknop die op mobiel goed zichtbaar is. Wat ontbreekt, is een **reden om direct te boeken**. Nergens staat waarom de eigen site beter is dan Booking.com, terwijl dat sinds de DMA zonder risico mag. Op mobiel verliest de site snelheid en duidelijkheid.

62	7,3 s	0
mobiele prestaties (Lighthouse)	LCP mobiel (lab)	zichtbare voordelen voor directe boekers

De drie snelste winsten

1. Gratis boekingslinks van Google activeren via de boekingsmodule.
2. Eén voordeel voor directe boekers kiezen en naast elke boekknop tonen.
3. De Engelse boekbalk op de Nederlandse pagina vertalen.

Samen minder dan een halve dag werk. Geen nieuwe website nodig.

Fix 2: één beslissing en een uur werk.

Bevindingen

Boekingsmodule op eigen site	● IN ORDE	Aanwezig. De knop “Book online” staat op mobiel boven de vouw en opent in de juiste taal.
Waarom direct boeken?	● ONTBREEKT	Geen voordeel voor directe boekers op de homepage of de prijzenpagina. De prijzenpagina noemt geen bedragen.
Mobiele UX	○ VERBETERPUNT	Geen kop boven de vouw (geen <h1>). Deelknoppen bovenaan. Engelse boekbalk (“Book here at the best price”) op de Nederlandse pagina.
Snelheid (mobiel)	○ VERBETERPUNT	Lighthouse, 1 labmeting op 12/11/2026: prestaties 62/100, LCP 7,3 s, FCP 2,9 s. ±1,8 s winst door render-blokkerende bestanden.
Toegankelijkheid en techniek	○ VERBETERPUNT	Toegankelijkheid 70/100, SEO 85/100. Geen lang-attribuut, onvoldoende contrast, te kleine tikdoelen.
Gestructureerde data en talen	○ VERBETERPUNT	Schema LocalBusiness in plaats van Hotel. og:title “Intro”, og:description leeg. Geen hreflang op een meertalige site.
Prijspariteit	○ NIET GEMETEN	De boekingsmodule zit achter een botcontrole en Booking.com weigert geautomatiseerde opvragingen. In de betaalde check: 10 datums met de hand.
Gratis boekingslinks van Google	○ NIET GEMETEN	De leverancier van de boekingsmodule staat op Google’s lijst van connectivity partners. Activeren is dus waarschijnlijk een instelling.
Reviews	○ NIET GEMETEN	Score en antwoorden op reviews niet live geverifieerd: de pagina’s blokkeren geautomatiseerde opvraging.

Wat we niet konden meten, staat er gewoon bij.

Methode: handmatige controle, desktop en mobiel 390 px, Lighthouse 12 (labmeting).

Acht fixes, in volgorde

1	Google free booking links en de EER-supplier unit verifiëren en activeren via de boekingsmodule. Prijs bij Google gelijk aan die op de eigen site. Bron: Google Hotel Center Help, Search Central	Laag · 1–2 u	Hoog
2	Eén duidelijk voordeel voor directe boekers kiezen en naast elke boekknop tonen: parking, late check-out of een kleine prijskorting. Bron: Europese Commissie (DMA)	Laag · 1 u	Hoog
3	De vaste boekbalk vertalen en verduidelijken: “Boek direct: beste prijs + [voordeel]”. Bron: Eigen observatie	Laag · < 1 u	Middel
4	Een kop en 2-3 zinnen kernboodschap boven de vouw; deelknoppen lager. Bron: Eigen observatie	Laag · 1–2 u	Middel
5	Een prijsindicatie (“vanaf €…”) met datumlinks naar de boekingsmodule op de prijzenpagina. Bron: Eigen observatie	Laag	Middel
6	Schema.org Hotel, hreflang voor alle talen en correcte og-tags. Bron: Google Search Central	Middel · 2–4 u	Middel
7	Mobiele snelheid: CSS en JS uitstellen, afbeeldingen op maat in WebP of AVIF. Doel: LCP onder 2,5 s. Bron: web.dev: LCP	Middel	Middel
8	Meten: cross-domain tracking naar de boekingsmodule en een maandrapport per kanaal. Bron: Eigen methode	Middel	Voorwaarde

Fix 1–3: samen minder dan een halve dag.

Inspanning en impact zijn onze inschatting; elke fix heeft een bron of een eigen observatie.

Rekenvoorbeeld

We kennen de bezetting, prijzen en kanaalverdeling van het hotel niet. Daarom rekenen we met **uitdrukkelijke aannames**.

AANNAME	LAAG	HOOG	BRON
Kamers	20		aanname, niet het werkelijke aantal
Kamerprijs	€120	€160	aanname
Bezetting	65%	80%	aanname
OTA-commissie	15%		aanname; Booking.com publiceert geen vast percentage (Partner Hub)
Verschuiving naar direct	2 pp	5 pp	aanname, voorzichtig

€0,57–0,93 mln	€850–1.400	€1.700–7.000
kameromzet per jaar	commissie per procentpunt	per jaar bij 2–5 pp

Kameromzet × verschoven aandeel × 15%. Laag: €569.400 × 2% × 15% ≈ €1.700. Hoog: €934.400 × 5% × 15% ≈ €7.000. Directe boekingen worden ook minder vaak geannuleerd (9,1% via de eigen site tegenover 19,0% via Booking.com, HOTREC 2026); dat zit niet in dit voorbeeld. Geen garantie op resultaat.

Werkwijze en beperkingen

- Website met de hand bekeken op 12/11/2026, desktop en mobiel (390 px).
- Snelheid: Google Lighthouse 12, één labmeting, mobiel. Echte gebruikerswaarden kunnen afwijken.
- Prijspariteit, Google-links en reviews niet gemeten: die bronnen weigeren geautomatiseerde opvragingen, en dat respecteren we.
- De bedragen zijn een rekenvoorbeeld met aannames, geen voorspelling.