

Release:
oktober 2026

MARKETING SCORE CARD

NAAMBEKENDHEID & IMAGO INSTALLATIE

Hoe staat het met de spontane en totale bekendheid van je merk? Hoe is de conversie van bekendheid naar merktrouw? Wat is het imago van je merk en sluit dit aan op de gewenste identiteit?

De BouwKennis Marketing Score Card Naambekendheid & Imago Installatie brengt de naambekendheid, het imago en de merktrouw in de installatiesector in kaart. Toeleveranciers worden hiervoor verdeeld in productgroepen, waarna onder verschillende marktpartijen wordt gemeten wat de naambekendheid (top-of-mind awareness en spontane en geholpen naambekendheid), de merktrouw en de merklading (middels correspondentieanalyse) is. De resultaten worden vergeleken met de directe concurrenten, zodat je inzicht krijgt in de relatieve positie van jouw merk.

ONDERVRAAGDE MARKTPARTIJEN

- › W-installateurs
- › E-installateurs
- › Evt. Adviseurs

MET DIT RAPPORT WEET JE

- › Hoe het gesteld is met de bekendheid van je merk
- › Welke imago aspecten het beste aansluiten bij jouw merk
- › Wat voor effect je merkenbeleid heeft
- › Aan de hand van een brand funnel/fuikanalyse wat de mate van merktrouw is
- › Of het imago overeenkomt met de gewenste positionering

DOORGEMETEN ASPECTEN

De naambekendheid wordt op vier niveaus gemeten:

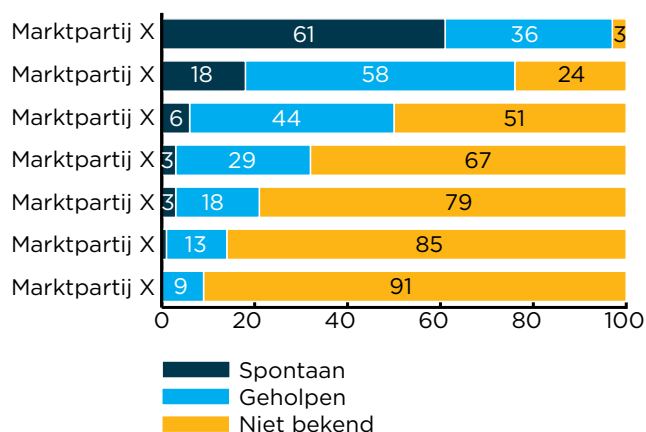
- 1) Top-of-mind awareness (TOMA); percentage respondenten dat een merk spontaan als eerste noemt.
- 2) Totale spontane naambekendheid; percentage respondenten dat een merk spontaan noemt.
- 3) Geholpen naambekendheid; percentage respondenten dat een merk niet spontaan noemt, maar wel kent.
- 4) De totale spontane naambekendheid wordt gerapporteerd naar 3 regio's.





De bekendheid wordt als volgt gerapporteerd:

Totale naambekendheid groep x onder marktpartij x



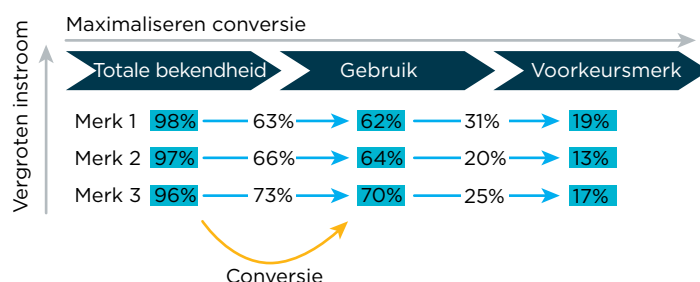
Naast naambekendheid wordt ook het imago van een merk gemeten middels een correspondentieanalyse.

Hierbij wordt het verband het merk en vaste aspecten op een overzichtelijke manier in kaart gebracht met als resultaat: een diagram waarin de merken en aspecten die sterk samenhangen dicht bij elkaar staan en de merken en aspecten die sterk van elkaar verschillen ver van elkaar af staan. De volgende aspecten worden gemeten:

› Fabrikanten: duurzaam, innovatief, duur, goede kwaliteit, klantgericht, deskundig.

› Handelaren: kennispartner, duur, goede kwaliteit, duurzaam, klantgericht en volledigheid assortiment.

Tenslotte wordt aan de hand van de brand funnel/ fuikanalyse de merkvoorkeur gerapporteerd. De fuikanalyse wordt voornamelijk ingezet om inzicht te krijgen in de conversie van naambekendheid naar merktrouw. De analyse brengt het hele proces in beeld van het kennen (zowel de spontane als de geholpen naambekendheid) naar het gebruiken van het merk en de merkvoorkeur. Op deze manier wordt inzichtelijk waar in de conversie nog terrein te winnen is.



www.bouwkennis.nl/bouwkennisdata

BOUWKENNISDATA

Informatie en kennis wordt aangeboden via het online dataportal BouwKennisData. Hier bieden wij de mogelijkheid om data inzichtelijk te maken op basis van jouw specifieke wensen.

KOSTEN

€ 3.650 per merk uit een productgroep

€ 1.850 per extra merk uit dezelfde of een andere productgroep

Standaardkorting van 10% voor abonnees van BouwKennis met een Basis of Pro Abonnement.

CONTACT

Maurice van Dijk

E maurice.van.dijk@bouwkennis.nl

T 06 15 24 93 72

Thijs Pesulima

E thijs.pesulima@bouwkennis.nl

T 06 21 87 50 22

Jerrol Suitela

E jerrol.suitela@bouwkennis.nl



BouwKennis MARKETING SCORE CARD NAAMBEKENDHEID & IMAGO INSTALLATIE

PRODUCTGROEPEN EN BEDRIJVEN IN DE STANDAARDMETING

W-installatie								
Leidingsystemen	Warmtepompen voor woningbouw	Cv-ketels	Radiatoren	Luchttechniek*	Koeltechniek*	Boilers	Vloerverwarming	Groothandel
DYKA	Alpha Innotec	ATAG	Brugman	Barcol-Air	Carrier Airconditioning	Inventum	REHAU	Dyka
Geberit	ATAG	Intergas	Henrad	Bergschenhoek/	CIAT	Itho Daalderop	Robot Vloerverwarming	Plieger
Henco	Daikin	Nefit-Bosch	Jaga	R-vent	Daikin	Nefit-Bosch	Thermanext (voorheen Thermagas)	Rensa
Pipelife	Intergas	Remeha	Radson	Biddle	Johnson Controls	NIBE	WTH	Solar
REHAU	Inventum	Vaillant	Stelrad	Brink Climate Systems	LG	Stiebel Eltron		Technische Unie
Uponor	Itho Daalderop		Thermrad	Duco	Mitsubishi Electric van			Thermo Noord
Viega	LG		Vasco	DYKA AIR	Alklima			Wasco
VSH van Aalberts	Mitsubishi		Zehnder	Itho Daalderop	Mitsubishi Heavy			Wildkamp
Integrated Piping Systems	Electric van Alklima			Solid Air	Industries van Coolmark			Van Walraven
Wavin	Nefit-Bosch			TROX	Toshiba van Intercool			
	NIBE			Zehnder	Trane			
	Remeha							
	Sinclair							
	Stiebel Eltron							
	Toshiba van Intercool							
	Vaillant							

*Naast de installateur meten we de naambekendheid en het imago ook door onder de adviseur.

E-installatie									
Noodverlichting	Draad en kabel	Installatiemateriaal	Schakel en verdeelinrichtingen	Schakelmateriaal	Installatiekasten	Kabeldraagsystemen	Domotica*	Deurcommunicatie	Groothandel
Eaton	Donné	ABB	ABB	Berker van Hager	ABB (Hafonorm)	Legrand	Busch-Jaeger	Bticino van Legrand	Oosterberg
ETAP	Draka	Attema	Eaton	Busch-Jaeger	Attema	Niedax	Eaton	Busch-Jaeger	Rexel
Fagerhult	Nexans	Legrand	Hager	Gira	Eaton	OBO Betterman	Gira	Comelit	Schuurman
Famostar	TKF	OBO Bettermann	Legrand	JUNG	Schneider Electric	Stago onderdeel van	Hager	Gira	Solar
Hertek		WISKA	Schneider Electric	Legrand	Hager (Vision)	Wibe Group	JUNG	Golmar van Vercoma	Technische Unie
Van Lien				Niko		Hager (voorheen Tehalit)	Legrand	Siedle	Wildkamp
				PEHA			Niko	Urmet	
				Schneider Electric			Schneider Electric		

*Naast de installateur meten we de naambekendheid en het imago ook door onder de adviseur.

Ontbreekt jouw bedrijf, maar wil je wel inzicht in je naambekendheid & imago? Neem dan contact met ons op!