



BouwKennis

BOUWKENNIS JAARRAPPORT NEDERLAND



Het gebruiken van marktonderzoek als onderlegger voor je strategie is essentieel. Het verzamelen ervan kost echter veel tijd en capaciteit. Met het BouwKennis Jaarrapport heb je alle relevante markt- en marketinginformatie gebundeld in één rapport. Zo kun je direct aan de slag met het ontwikkelen van je (marketing)plannen.

Het BouwKennis Jaarrapport helpt je bij het signaleren van trends en het maken van de juiste beslissingen. Ook in deze editie worden de productie- en prognosecijfers van de woning- en utiliteitsbouw uitgebreid behandeld, zodat je precies weet in welke markt je verkeert. Daarnaast komt het marketingbeleid van toeleveranciers en de belangrijkste DMU in de bouw in het rapport aan bod. De themahoofdstukken gaan dieper in op personeel, bouwlogistiek en disrupties. Kortom, de perfecte onderlegger voor je businessplan.

DOORGEMETEN PARTIJEN

- Architecten
- Advies- en bouwmanagementbureaus
- Fabrikanten
- Handelaren
- Gespecialiseerde onderaannemers
- Hoofdaannemers B&U
- Installateurs
- Klusbedrijven
- Ontwikkelaars

KOSTEN

De kosten bedragen € 595,-, een extra exemplaar kost je € 100,-. Het BouwKennis Jaarrapport Nederland is onderdeel van het BouwKennis Basis en Pro abonnement.

DIT RAPPORT BIEDT DE VOLGENDE INFORMATIE

- Welke demografische ontwikkelingen er zijn en wat die betekenen voor de bouwproductie
- Wat de verdeling van de omzet per bouwpartij is en wie de belangrijkste opdrachtgevers zijn
- Wat de belangrijkste marketingdoelstellingen zijn van fabrikanten en welke middelen ze daarvoor inzetten
- Hoe uitvoerende partijen zich oriënteren en welke bronnen zij gebruiken
- Welke middelen uit de communicatiemix het beste aansluiten bij je doelgroep
- Wat de ontwikkelingen zijn op het gebied van personeel in de bouw
- Welke kansen er ontstaan in de bouwlogistiek
- Welke disrupties er al zichtbaar zijn in de bouwsector



HET RAPPORT BEVAT DE VOLGENDE BOUWSTENEN VOOR JOUW STRATEGIE:



Productie en prognose

Hoe gaan de bouwvolumes zich de komende jaren ontwikkelen? Je krijgt een gedetailleerd beeld van de woning- en utiliteitsbouw. En met welke actoren hebben we te maken? De economie en demografie hebben verstrekkende gevolgen voor de bouw en het is daarom van belang om nader in te zoomen op de externe (macro) omgeving. De externe omgeving wordt in beeld gebracht via de DESTEP methode.



Marktsegment en opdrachtgevers

Per marktpartij wordt in kaart gebracht hoe de verdeling van de omzet per bouwpartij is en wie de belangrijkste opdrachtgevers zijn. De afgelopen jaren is het landschap veranderd als het gaat om omzetverdeling en opdrachtverrijking in de bouw. Veel van de partijen in de bouw bewegen zich richting de markt voor onderhoud en renovatie.



Bedrijfseconomische situatie in de bouw

De bouwkolom bestaat uit een groot aantal diverse marktpartijen. In dit deel worden de kerncijfers van de verschillende marktpartijen weergegeven. Je weet van projectontwikkeling, voorschrijvende partijen, uitvoerende partijen, fabrikanten en handelaren hoeveel bedrijven er zijn en hoeveel medewerkers deze bedrijven tellen. Daarbij maken we de omzet van de verschillende marktpartijen inzichtelijk. Welk type bedrijven zijn succesvol en waarom?



Strategische positionering

Dit deel biedt informatie over de strategische positionering. Er is een analyse gemaakt aan de hand van de theorieën van Ansoff, Treacy en Wiersema en Porter. Zoeken de marktpartijen nieuwe marktsegmenten op, gaan zij voor nieuwe producten/diensten? Gaan zij voor kostenleiderschap, goede klantrelaties of excellente producten?



Marketing in de bouw

Er wordt gekeken of het marketingbeleid van toeleverende partijen aansluit op het oriëntatiegedrag van bouwpartijen. Welke marketinginstrumenten staan centraal in het beleid van fabrikanten en handelaren? En via welke kanalen oriënteren uitvoerende partijen zich op bouwmaterialen? Wat is de rol van social media in het zoekgedrag? Welke overkoepelende vraagstukken bepalen het zoekgedrag van afnemers het komende jaar?



Themadeel

In het themadeel wordt dieper ingegaan op personeel, bouwlogistiek en disrupties. Hoe kun je rekening houden met het personeelstekort in de bouw? Welke ontwikkelingen hebben invloed op het personeel in de bouw en wat is het effect hiervan? Hoe gaat de bouwlogistiek er in de komende jaren uitzien? Wat verandert er en hoe kun je inspelen op inefficiënties in de bouwlogistiek? Wat zijn de voorwaarden van disrupties en welke disrupties zijn er zichtbaar in de bouwsector?

MEER INFORMATIE

BouwKennis
Max Euwelaan 51
3062MA Rotterdam
T 010 206 69 96
W www.bouwkennis.nl

CONTACT

Maurice van Dijk E vandijk@bouwkennis.nl
T 06 1524 93 72
Jacco Ridderhof E ridderhof@bouwkennis.nl
T 06 5266 44 18

SOCIAL

@bouwkennis
www.bouwkennisblog.nl
www.facebook.com/BouwKennisBlog