

# MARKETING MONITOR



**Klantinzicht is een belangrijke succesfactor voor iedere klantgerichte organisatie. Heb jij een duidelijk beeld van hoe de eindgebruikers van jouw productgroep er uitzien, zij zich oriënteren, waar zij hun aankoop doen en wie hen daar eventueel bij adviseert? Ben jij bewust van de trends die zich afspelen binnen jouw productgroep? En weet jij hoe je concurrentieveld eruit ziet? Deze kennis is essentieel om nog betere targetgroepen samen te stellen en gerichte, effectieve communicatie-uitingen te kunnen ontwikkelen en verspreiden. De Marketing monitor van BouwKennis geeft jou dit inzicht, tot op het niveau van jouw productgroep.**

De BouwKennis Marketing monitor brengt de belangrijkste achtergrondkenmerken van jouw afnemers (consumenten) in beeld, evenals het moment van aanschaf van jouw productgroep (rondom verhuizing, grotere renovatie of solitaire vervanging). De klant van jouw product wordt bekeken op basis van kenmerken als leeftijd, huishoudenstype, woonduur en inkomensklasse, maar ook de kenmerken van de woning worden blootgelegd, zoals het woningtype en het bouwjaar van de woning waarin jouw type klus heeft plaatsgevonden. Verder krijg je de belangrijkste feiten over het oriëntatie- en aankoopproces van je productgroep: waar heeft jouw klant informatie ingewonnen? Naar welke informatie zocht jouw klantengroep? Wie was er verantwoordelijk voor de aankoop en wie heeft het product geplaatst? Bovendien legt het rapport een verband tussen jouw marktontwikkeling en de dynamiek op de woningmarkt. Dit maakt dit rapport tot een must-have voor de marketingafdeling van je bedrijf!

## **MET DIT RAPPORT WEET JE**

- › Hoe jouw klantengroep eruit ziet
- › Wat voor jouw branche de consumentengroepen zijn met de grootste verkoopkansen
- › Hoe het concurrentieveld voor jouw productgroep eruit ziet
- › Welke trends er spelen binnen jouw productgroep
- › Hoe jouw product wordt toegepast binnen de bestaande woningvoorraad, verdeeld naar type eigendom (koop, sociale huur, particuliere huur)
- › Achtergrondkenmerken van de afnemers van jouw productgroep in de afgelopen 12 maanden (leeftijd, huishoudenstype, woonduur, inkomensklasse, bouwjaar woning, woningtype)
- › Wie jouw meest kansrijke doelgroep is
- › Het moment van aanschaf: verhuizing/mutatie, grotere renovatie/gepland onderhoud of solitaire vervanging/klachtenonderhoud
- › De belangrijkste feiten rondom het oriëntatie- en aankoopproces: wie koopt het product en waar? Wie plaatst het product? Waar oriënteert men zich en met welke vragen loopt men rond?





### BESCHIKBARE PRODUCTGROEPEN (ALLEEN NIEUWE EN BESTAANDE WONINGEN):

Binnendeuren	Dakbanen	Uitbouw
Buitendeuren	Hang- en sluitwerk	Tuin
Dakramen	Vloerbedekking, incl. vloertegels	Zonwering
Kozijnen	Badkamer(onderdelen)	Garagedeuren
Cv-ketels	Keuken (onderdelen)	Gipsplaten
Zonnepanelen	Isolatie	Wcd's en schakelmateriaal
Warmtepompen	Groepenkasten	Huisautomatisering

Staat jouw productgroep er niet tussen? Neem contact op met BouwKennis en bespreek welke mogelijkheden er zijn om jouw vragen beantwoord te krijgen.

Daarnaast kunnen wij analyses uitvoeren op een abstracter niveau. Denk bijvoorbeeld aan bouwdelen als:

- › verwarming (cv, warmtepomp, etc.) en warmte-distributie (radiator, vloerverwarming, etc.)
- › zolderverbouw (dakbedekking, isolatie, dakraam)
- › upgraden woonkamer (uitbouw, keuken, vloer)

### ONDERZOEK OP MAAT

Voor de Marketing Monitor maakt BouwKennis gebruik van een unieke dataset, die jaarlijks wordt verzameld. Op basis van deze dataset kunnen wij zeer uiteenlopende vragen beantwoorden. In overleg kunnen wij dus verder de diepte ingaan op een bepaald cluster van ingrepen, bijvoorbeeld als het gaat om de volgende zaken:

- › er sprake is van een concurrentieveld door substitutie van verschillende producten/oplossingen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het concurrentieveld van verschillende verwarmingstechnieken, zoals cv-ketels, warmtepompen of pelletkachels.
- › er sprake is van een logische of noodzakelijke samenhang tussen verschillende ingrepen. Denk bijvoorbeeld aan het plaatsen van vloerverwarming als er een warmtepomp de cv-ketel vervangt.
- › er sprake is van een groter bouwdeel/functie in de woning dat wordt aangepakt. Denk bijvoorbeeld aan het plaatsen van een uitbouw, het doorbreken van een draagmuur en het aanpassen van de keuken. Of een complete zolderrenovatie, waarbij er isolatie wordt aangebracht, een dakkapel wordt geplaatst en een nieuwe vloer wordt gelegd.

### KOSTEN

€ 5.000,- per productgroep.

€ 2.500,- voor iedere aanvullende productgroep.

Voor aanvullende wensen of het in kaart brengen van een breder productcluster maken we graag een offerte voor je op.

Abonnees van BouwKennis met een Basis- of Pro-pakket ontvangen 10% korting

#### MEER INFORMATIE

BouwKennis  
Max Euwelaan 51  
3062MA Rotterdam  
T 010 206 69 96  
W [www.bouwkennis.nl](http://www.bouwkennis.nl)

#### CONTACT

Maurice van Dijk E [maurice.van.dijk@bouwkennis.nl](mailto:maurice.van.dijk@bouwkennis.nl) T 06 1524 93 72  
Jacco Ridderhof E [jacco.ridderhof@bouwkennis.nl](mailto:jacco.ridderhof@bouwkennis.nl) T 06 5266 44 18  
Janneke Filius E [janneke.filius@bouwkennis.nl](mailto:janneke.filius@bouwkennis.nl) T 06 2526 67 78  
Nico van Schilt E [nico.van.schilt@bouwkennis.nl](mailto:nico.van.schilt@bouwkennis.nl) T 06 1536 15 84

#### SOCIAL

[@bouwkennis](https://www.bouwkennis.nl)  
[www.bouwkennisblog.nl](http://www.bouwkennisblog.nl)  
[www.facebook.com/BouwKennisBlog](https://www.facebook.com/BouwKennisBlog)