

COMMUNICATIE

MONITOR



Het marketingvak verandert in een razend tempo. Meer dan ooit is het van belang om te weten via welke kanalen jij jouw klanten het beste kunt bereiken. Een gebalanceerde mix tussen online en offline is van vitaal belang, maar hoe zal de toekomst van bouwmarketing eruit zien? In welke mate zal corona voor permanente veranderingen zorgen? De Communicatie Monitor 2021 zet alle trends op een rij en onderbouwt deze met harde data over de mediaconsumptie van partijen uit de bouwkolom. Dat geeft jou de ideale onderlegger voor de verdeling van je marketingbudget en communicatiekalender.

De Communicatie Monitor geeft een toekomstvisie op marketing in de bouw. Welke trends zullen de komende jaren de marketingpraktijk in onze sector radicaal veranderen? Hieraan ligt een diepgaande analyse van het algemene marketingvak aan ten grondslag:

- › Welke kanalen zijn er bijgekomen en wat kunnen we in de komende jaren verwachten?
- › Hoe steekt de verwevenheid van technologie en marketing ('martech') nu eigenlijk in elkaar?
- › Wat zijn de marketingstrategieën van de toekomst?
- › Wat zijn de trends op het gebied van meten en weten in marketing ('metrics', kpi's)
- › Welke veranderingen zullen traditionele kanalen moeten ondergaan om toekomstbestendig te zijn?

Naast een trendmatige analyse is er uitgebreid aandacht voor harde data over aanwezigheid van de bouwkolom in de diverse kanalen. BouwKennis peilt al meer dan 10 jaar het gebruik en de beoordeling van de belangrijkste kanalen. Deze unieke schat aan data geeft je de ideale onderlegger voor het verdelen van je communicatiebudget.

ONDERVRAAGDE PARTIJEN

- › Architecten
- › W-installateurs
- › Aannemers B&U
- › E-installateurs
- › Klusbedrijven

MET DIT RAPPORT WEET JE

- › Hoe je jouw klanten zowel online als offline het beste kunt bereiken
- › Hoe de aanwezigheid van jouw doelgroep binnen de diverse kanalen zich heeft ontwikkeld in de afgelopen jaren
- › Hoe het marketingvak binnen de bouwsector zal veranderen in de komende jaren
- › Verdiepende cijfers over het gebruik van o.a. vakbladen, websites en beurzen

RAPPORTAGE

Dit product verschijnt in rapportvorm, waarbij een verhalende analyse met ondersteunende figuren en tabellen wordt gemaakt.

KOSTEN

€ 1.500,-

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





Toekomstvisie op marketing in de bouw



Hoe steekt de verwevenheid van technologie en marketing ('martech') nu eigenlijk in elkaar?



Wat zijn de marketingstrategieën van de toekomst?

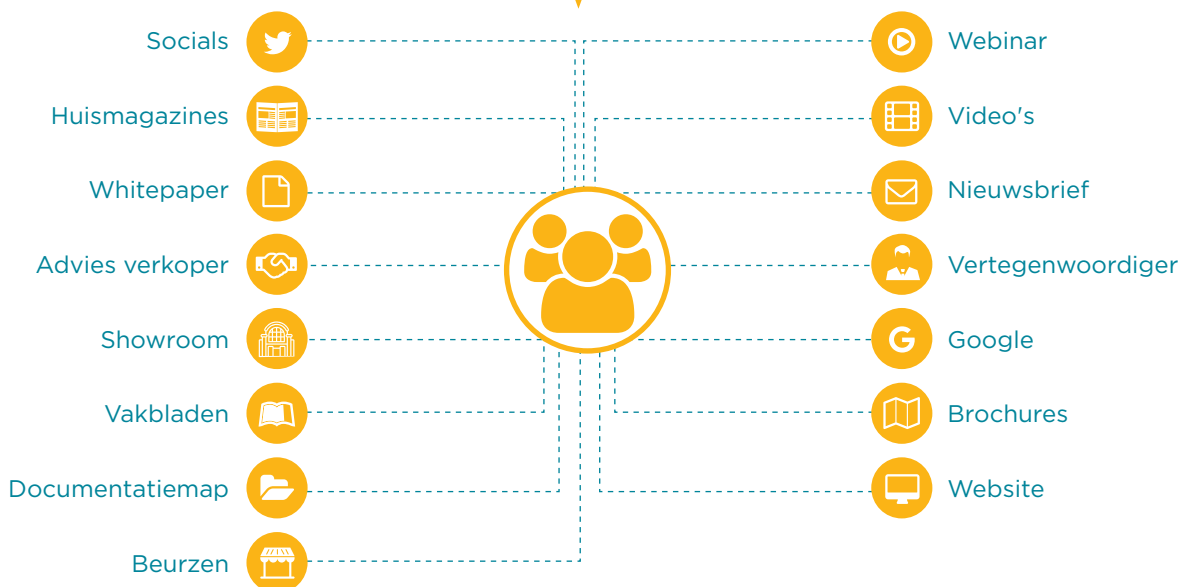


Wat zijn de trends op het gebied van meten en weten in marketing ('metrics', kpi's)



Welke veranderingen zullen traditionele kanalen moeten ondergaan om toekomstbestendig te zijn?

Via welke kanalen zijn jouw klanten te vinden



MEER INFORMATIE

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

CONTACT

Maurice van Dijk E maurice.van.dijk@bouwkennis.nl T 06 1524 93 72
 Janneke Filius E janneke.filius@bouwkennis.nl T 06 2526 67 78
 Jacco Ridderhof E jacco.ridderhof@bouwkennis.nl T 06 5266 44 18
 Arian Boer E arian.boer@bouwkennis.nl T 06 1536 15 84

SOCIAL

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