



Maximaal rendement halen uit je communicatiebudget is essentieel. Je kunt een marketingeuro namelijk maar één keer uitgeven. Inzicht in waar je doelgroep zich oriënteert en de daarbij horende informatiebehoefte zijn hierbij van groot belang. De Communicatie Monitor 2017 biedt dit inzicht en helpt je bij het samenstellen van de ultieme communicatiemix.

Om optimaal rendement uit je communicatiebudget te halen, moet je weten hoe je doelgroep zich oriënteert op producten en diensten. Welke kanalen gebruikt men? Wat is het online zoekgedrag, wat zijn de daarbij horende vraagstukken en hoe vergroot ik mijn kans om gevonden te worden? Dit in kaart brengen is een uitdaging, zeker in een tijd waarin het aantal oriëntatiemogelijkheden nog altijd toeneemt en er van je verwacht wordt de je omnichannel communiceert. Paid media lijken nog van groot belang binnen de bouwketen. Ook in onze sector neemt het succes van earned media echter toe. Wat dit betekent voor je communicatiemix vind je in de Communicatie Monitor.

ONDERVRAAGDE PARTIJEN

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

KOSTEN

1.000

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

Als verdieping op de onderzoeksresultaten kun je ook de aanvullende workshop volgen. Deze workshop geeft je de mogelijkheid om conclusies en vragen die uit het rapport voortkomen verder uit te diepen en toe te passen. De kosten voor deze workshop bedragen 750,-.

MET DIT RAPPORT WEET JE

- Hoe je jouw klant zowel on- als offline het beste kunt bereiken
- Welke informatie belangrijk is voor jouw doelgroep voor welke doeleinden en waar zij deze informatie zoeken
- Wat de best bezochte, gelezen en meest gewaardeerde vakbladen, websites en beurzen zijn
- Wat de meest gewaardeerde en gebruikte (content)marketing-middelen zijn, zoals blogs, whitepapers, (video)infographics
- Welke media de grootste impact hebben en welk type informatie je doelgroep verwacht in de verschillende type media
- Voor welke doeleinden je social media in kunt zetten
- Met welk doel je doelgroep de grote social media kanalen bezoekt
- Welke rol BIM speelt in het keuzeproces
- Waar bestekteksten gezocht en gevonden worden
- De verwachting die jouw klant heeft ten aanzien van je accountmanagers
- De invloed van de handel op de keuze van je doelgroep



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
Jacco Ridderhof E jacco.ridderhof@bouwkennis.nl T 06 5266 44 18
Janneke Filius E janneke.filius@bouwkennis.nl T 06 2526 67 78

SOCIAL

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