

# Inhoudsopgave

## Colofon

### Uitgever

BouwKennis BV  
Max Euwelaan 51  
3062 MA ROTTERDAM  
T 010-2066996  
E info@BouwKennis.nl  
www.BouwKennis.nl

### USP Marketing Consultancy

Reinier Zuydgeest  
Geert-Jan Ariès

### BouwKennis

Boudewijn Goedhart  
Guido van Beek

### Verkoop

Maurice van Dijk  
Jacco Ridderhof  
Janneke Filius

### Vormgeving

Shirrin Vonk

### Inlichtingen

T 010-2066996  
E info@BouwKennis.nl

### Prijzen

Losse nummers € 1.000,-

### Bestellingen

info@BouwKennis.nl

© [juni 2017] USP Marketing Consultancy B.V./BouwKennis B.V. De in deze uitgave vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk en alle hierop betrekking hebbende auteursrechten, databankrechten en overige (intellectuele) eigendomsrechten worden uitdrukkelijk voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van USP Marketing Consultancy B.V./BouwKennis B.V. worden veeelvoudig en/of openbaar gemaakt.



## 1 Voorwoord

## 4 Onderzoeksverantwoording

- 4 Inleiding
- 4 Rolverdeling USP en BouwKennis
- 4 ESOMAR/ICC-codex
- 5 Aanleiding en doelstelling BouwKennis Communicatie monitor 2017
- 5 Onderzoeksverloop
- 5 Representativiteit en responsoverzicht
- 6 Achtergrondkenmerken respondenten
- 6 Rapportopbouw

## 7 Managementsamenvatting

- 7 Inleiding
- 7 Gebruik en belang informatiebronnen in het algemeen
- 8 Customer Journey - online belangrijker dan offline
- 9 Bouwprofessionals zoeken offline naar innovaties en online naar specifieke informatie
- 10 Jonge bouwprofessionals gebruiken offline informatie bronnen meer dan oudere professionals
- 10 Grote bedrijven maken meer gebruik van online informatiebronnen dan kleine bedrijven
- 10 Grote aannemers en installateurs hebben een hoge inkoopwaarde van materialen, klusbedrijven mogen niet vergeten worden
- 11 Conclusie
- 11 Algemeen
- 12 Uitzonderingen
- 13 Architecten
- 13 Betere manieren om de architect te bereiken
- 16 Aannemers
- 16 Betere manieren om de aannemer te bereiken
- 19 Klusbedrijven
- 19 Betere manieren om de klusbedrijven te bereiken
- 22 E-installateurs
- 22 Betere manieren om de E-installateur te bereiken
- 25 W-installateurs
- 25 Betere manieren om de W-installateur te bereiken

## 28 Oriëntatie

- 28 Algemene hoofdpunten
- 28 Welke informatiebronnen worden het meest gebruikt door de bouwprofessionals?

- 29 Architecten
- 32 Aannemers
- 35 Klusbedrijven
- 38 E-installateurs
- 41 W-installateurs

## 44 Vakbladen en huismagazines

- 44 Algemene hoofdpunten
- 44 Wie worden bereikt door gebruik te maken van vakbladen?
- 44 Zijn vakbladen een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 45 Architecten
- 46 Aannemers
- 48 Klusbedrijven
- 49 E-installateurs
- 51 W-installateurs

## 53 Beurzen en events

- 53 Algemene hoofdpunten
- 53 Wie worden bereikt door gebruik te maken van beurzen en events?
- 53 Zijn beurzen of events een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 54 Architecten
- 55 Aannemers
- 56 Klusbedrijven
- 57 E-installateurs
- 58 W-installateurs

## 59 Vertegenwoordiger en verkooppunt

- 59 Algemene hoofdpunten
- 59 Wie worden bereikt door gebruik te maken van vertegenwoordigers en verkooppunten?
- 60 Zijn vertegenwoordigers een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 60 Zijn verkooppunten een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 61 Architecten
- 62 Aannemers
- 63 Klusbedrijven
- 64 E-installateurs
- 65 W-installateurs

## 66 Online

- 66 Algemene hoofdpunten
- 67 Wie worden bereikt door gebruik te maken van de websites, social media, online middelen en BIM?
- 68 Zijn websites van fabrikanten een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 68 Is social media een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 68 Zijn online middelen een goede manier om te communiceren met de bouwprofessionals?
- 69 Architecten
- 72 Aannemers
- 76 Klusbedrijven
- 80 E-installateurs
- 83 W-installateurs

## 86 Appendix

- 86 Overzichtstabellen van het hoofdstuk oriëntatie
- 94 Overzichtstabellen van het hoofdstuk vakbladen
- 101 Overzichtstabellen van het hoofdstuk vertegenwoordiger en verkooppunt
- 102 Overzichtstabellen van het hoofdstuk online
- 104 Inschatting van de kosten van informatiebronnen