

Klantbinding door social media

CIRON Gebiedscommunicatiecongres
IJsselstein, 17 november 2011



bouwfonds
ontwikkeling

Vormgeven aan vooruitgang

Wie ben ik?

Erik van der Wal

Verkoopmanager Bouwfonds Ontwikkeling, regio zuidwest



- @Erik_Wal
- @HollandsGoed



- Erik van der Wal



- /in/erikvanderwal

Over Bouwfonds Ontwikkeling

Bouwfonds bestaat 60 jaar en is sinds december 2006 onderdeel geworden van de Rabo Vastgoedgroep, de vastgoedonderneming binnen de Rabobank



Agenda

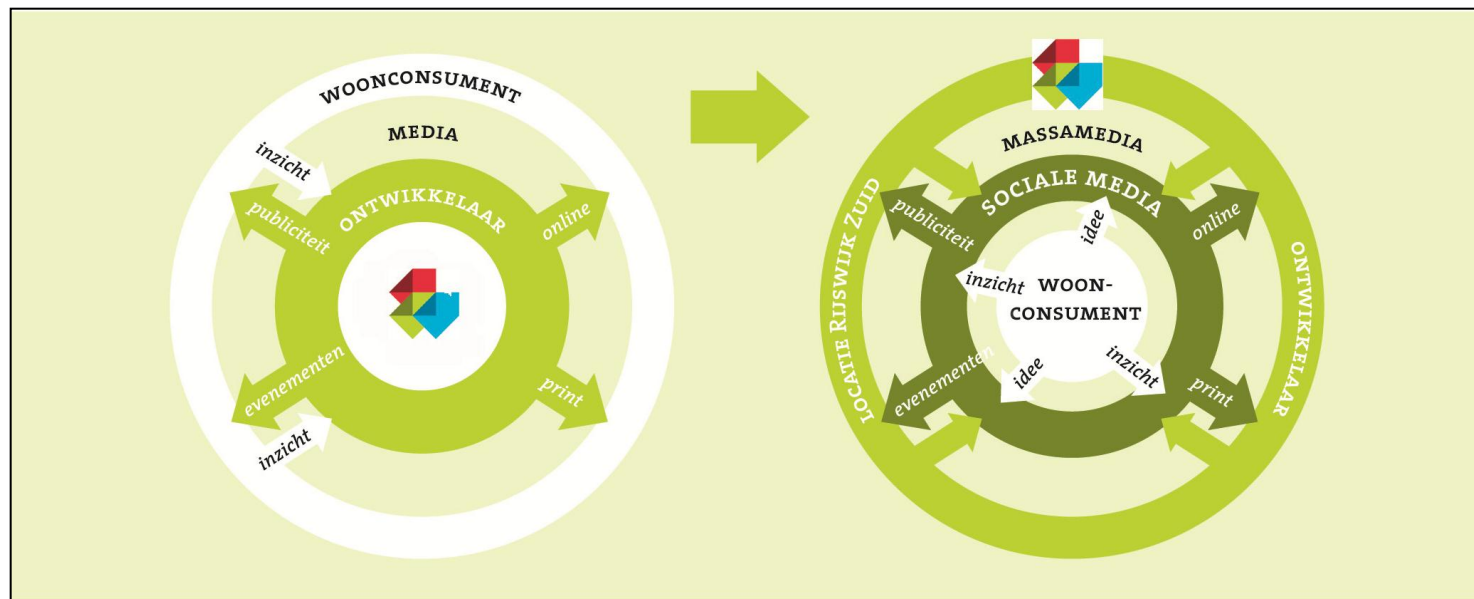
- Waarom gebruiken we social media bij Bouwfonds?
- Waarom is facebook interessant?
- Waarom is twitter interessant?
 - ✓ Praktijkcase Hollands Goed
 - ✓ Praktijkcase de Volgerlanden
- Voor optimale inzet van social media veranderen de dagelijkse werkzaamheden
- Meten is weten
- Tips voor gebiedspromotie

Waarom gebruiken we social media bij Bouwfonds?

- Inmiddels onderdeel van de marketing- en communicatiemix
- Klant verwacht transparantie en snelle informatievoorziening
- Commercieel succesvolle manier om klantenbinding te realiseren
- Alle sociale netwerken samen bereiken in Nederland 85,1 procent van de Nederlandse bevolking

Van:

Naar:

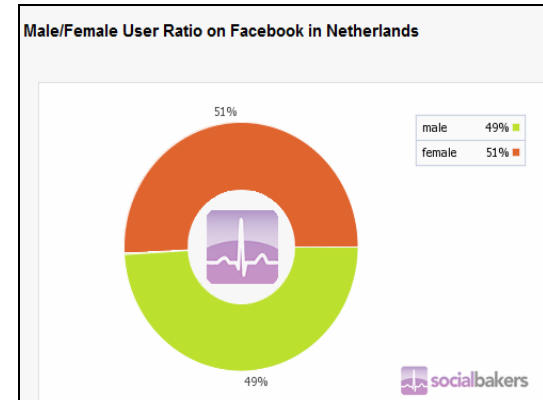
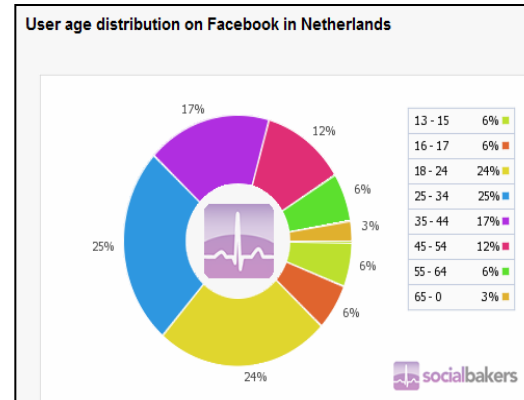
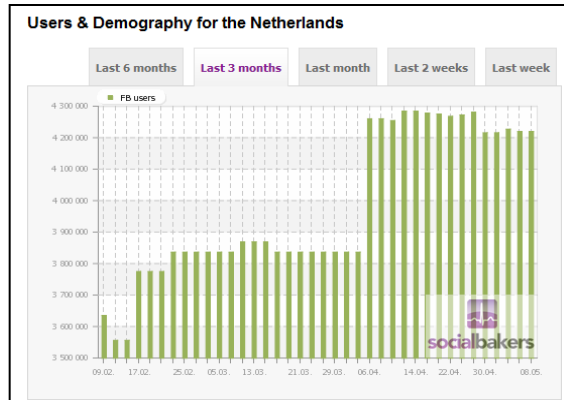


Klantreis



Waarom is facebook interessant?

- Onze doelgroep is aanwezig op facebook in Nederland:
 - aantal gebruikers in Nederland 4 mio+
 - verhouding gebruikers man/ vrouw is gelijk
 - 64% van de gebruikers is ouder dan 24 jaar
- Makkelijk communicatiemiddel:
 - informatie over het project delen
 - foto's & video's delen
 - mogelijkheid tot chatten met klanten
 - mogelijkheid om reacties te ontvangen en geven
 - mogelijkheid te zien wat de klanten doen



Waarom is twitter interessant?

- Onze doelgroep is aanwezig op twitter in Nederland:
 - bereik twitter is 26,1% van de bevolking in Nederland
 - verhouding gebruikers man 60% en vrouw 40%
 - de gemiddelde twitteraar is 39 jaar
- Makkelijk communicatiemiddel:
 - informatie over het project delen
 - foto's en video's delen
 - mogelijkheid om reacties te ontvangen en geven
 - mogelijkheid te zien wat de klanten doen

Top 5 Social Networking Sites in the Netherlands
 March 2011 vs. March 2010
 Total Netherlands, Age 15+, Home & Work Locations
 Source: [comScore Media Metrix](#)

	Total Unique Visitors (000)		
	Mar-2010	Mar-2011	% Change
Total Internet : Total Audience	11,927	11,953	0
Social Networking	9,742	11,490	18
Hypes	7,692	7,650	-1
Facebook.com	3,717	6,556	76
Twitter.com	1,923	3,207	67
Linkedin.com	1,830	3,118	70
Windows Live Profile	2,924	2,769	-5

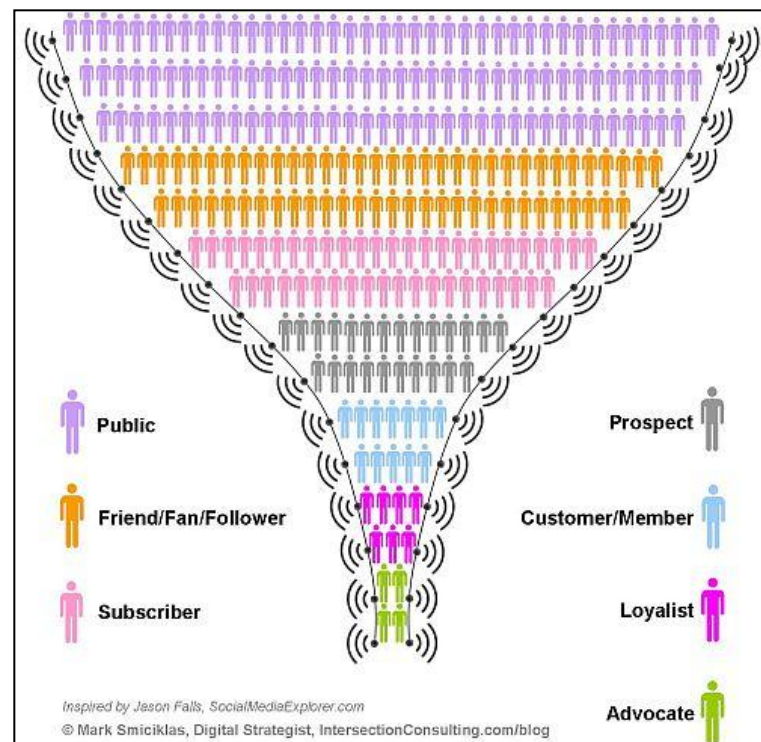
Top 10 Countries in Internet Penetration for LinkedIn.com and Twitter.com by Reach (%)
 March 2011
 Total Internet, Age 15+, Home & Work Locations
 Source: [comScore Media Metrix](#)

LinkedIn.com	% Reach	Twitter.com	% Reach
Netherlands	26.1%	Netherlands	26.8%
Ireland	21.0%	Japan	26.6%
United States	17.6%	Brazil	23.7%
Canada	15.6%	Indonesia	22.0%
United Kingdom	14.9%	Venezuela	21.0%
Denmark	14.4%	Canada	18.0%
Australia	13.1%	Argentina	18.0%
New Zealand	12.9%	Turkey	16.6%
Belgium	12.6%	Philippines	16.1%
Singapore	12.0%	Singapore	16.0%

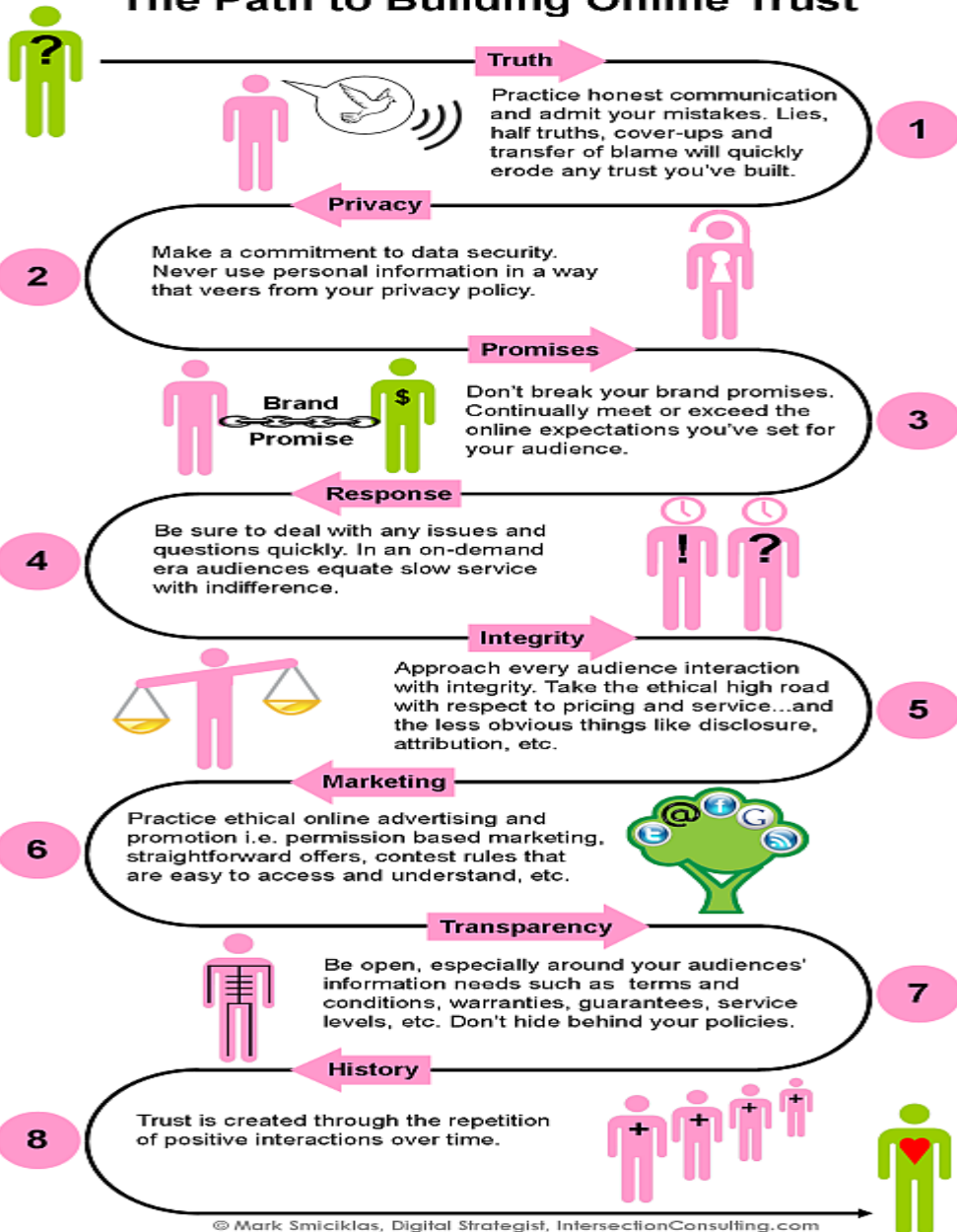
Praktijkcase: Hollands Goed

Welke uitgangspunten zijn er gekozen voor het werven van belangstellenden voor het project Hollands Goed (periode: maart 2009 tot heden):

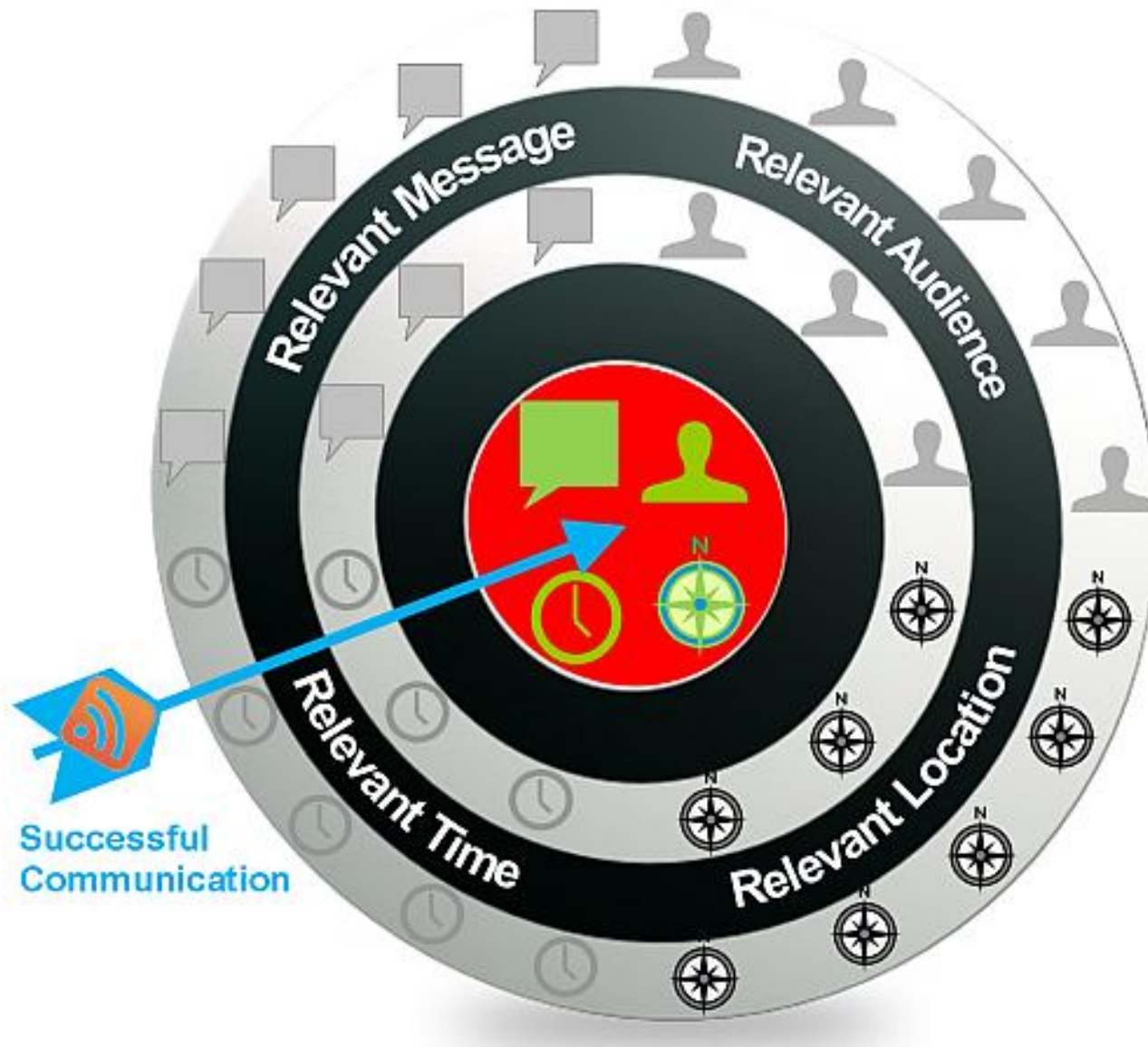
- De klant betrekken vanaf de VO fase tot DO fase op een interactieve manier
- Het project moest een gezicht krijgen, persoonlijk worden, die het contactpersoon is tussen de klant en Bouwfonds
- Inzet van Twitter en Facebook om een community te creëren met **loyale** belangstellenden voor het project
- Binnen 24 uur antwoord geven op alle vragen die belangstellenden hebben
- De projectsite, www.hollandsgoedwonen.nl, moet vernieuwend zijn, waar mensen graag naar terugkeren en die conversiegericht is



The Path to Building Online Trust

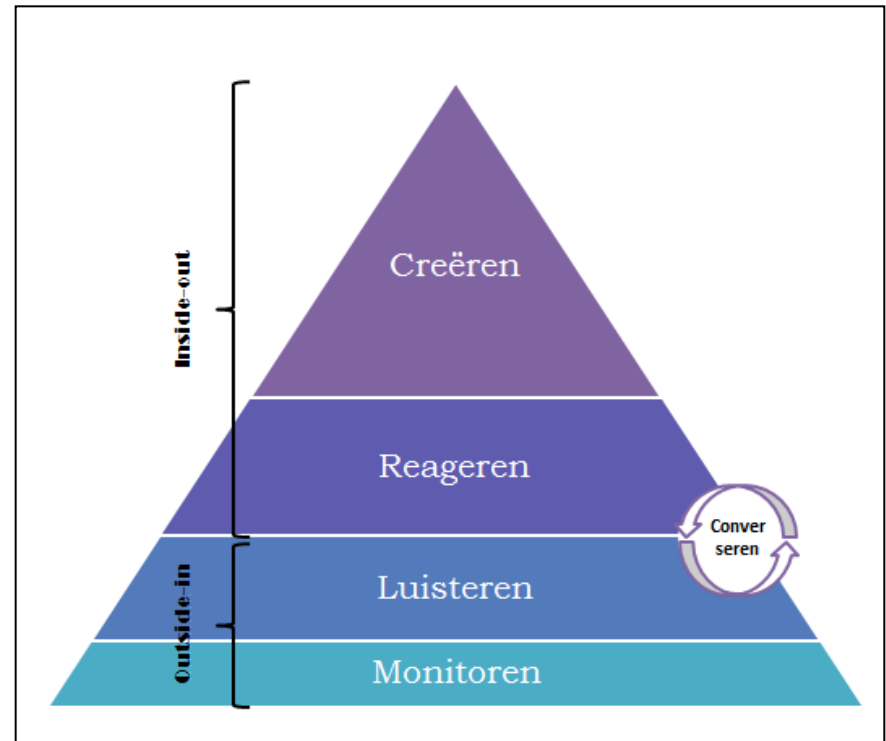


1. Eerlijke communicatie
2. Ga zorgvuldig met privacy om
3. Maak je belofte waar
4. Reageer snel op vragen/ problemen
5. Integere klant benadering
6. Marketing met meerwaarde
7. Openheid over o.a. service, dienstverlening, product
8. Neem de tijd, vertrouwen komt niet vanzelf

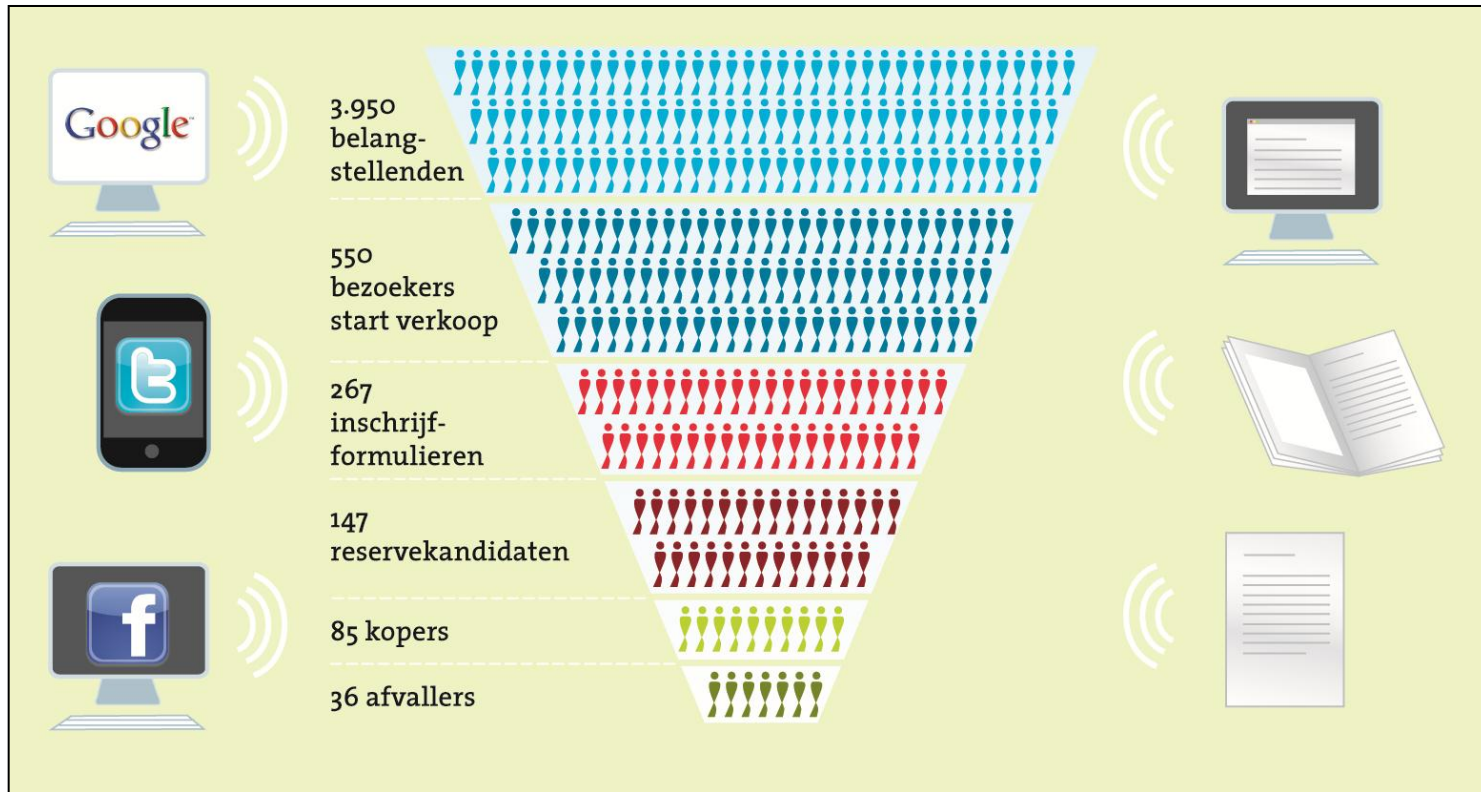


Welke inzet van middelen zijn succesvol gebleken

- De klant informeren over de planontwikkeling vanaf VO tot DO, eventuele verbeterpunten zijn in de plattegronden verwerkt
- Korte updates over de ontwikkeling via Twitter naar de volgers versturen, inmiddels heeft Hollands Goed 700+ volgers op Twitter
- Nieuws op de projectsite plaatsen over de omgeving van het project, bijvoorbeeld scholen en winkelcentrum
- Facebook zorgt voor veel interactie tussen Bouwfonds en belangstellenden en tussen belangstellenden onderling
- Filmpjes op de bouwplaats, start verkoop en andere evenementen, waarin Bouwfonds en klanten aan het woord komen



Conversie



Voorbeeld: Hollands Goed

Praktijkcase: de Volgerlanden

- Nieuwbouwwijk ingeklemd tussen Hendrik-Ido-Ambacht en Zwijndrecht
- Planning is 4.800 woningen, reeds ca. 2.900 woningen gerealiseerd
- Sophiapark, centraal gelegen in de wijk
- Winkelcentrum Hoogambacht



Welke communicatiestrategie heeft Bouwfonds voor de Volgerlanden

- Gebiedspromotie naar online verplaatst
- Focus op projecten van Bouwfonds (= eigenaar site: www.wonenindevolgerlanden.nl)
- 1 gebiedsportaal voor alle projecten die we in de Volgerlanden ontwikkelen (op dit moment 7 projecten in verkoop en zo'n 140 woningen in voorbereiding)
- Veel interactie mogelijk: reageren op nieuwsartikelen, polls, twitter, facebook, RSS, Flickr en een eigen Youtube kanaal
- Actuele verkoopstand projecten
- Mensen mogen meedenken met nieuw projecten, co-creatie light



- ▶ Drechtgaarde
- ▶ Terrazzo
- ▶ Tweede Ambachtswaerter
- ▶ Terra Mare
- ▶ 't Riethof
- ▶ Winkelcentrum
- ▶ Basisscholen & kinderopvang
- ▶ Zorgcentrum
- ▶ Informatiecentrum
- ▶ Sophiapark

Interesse in een woning?

Vooraankondiging: start verkoop 11 eengezinswoningen Drechtgaarde fase 10, type Rozenhout

Geplaatst op 7 december 2012 | Geen reacties

0

Op donderdag 8 december a.s. zal de verkoop starten van alweer de 1 na laatste fase van de eengezinswoningen type Rozenhout in de gewilde wijk Drechtgaarde. Fase 10 is een bijzondere fase aangezien deze fase bestaat uit twee korte rijtjes van 5 en 6 eengezinswoningen, waardoor er keuze is uit vier hoekwoningen. Verder liggen deze 11 woningen goed op de zon met hun achtertuin, namelijk op het zuidoosten.



Volgerlanden Poll

Wat is voor u een reden om in de Volgerlanden te gaan wonen?

- ▶ Ruime opzet van de wijk (25,86%, 15 Stemmen)
- ▶ Keuze nieuwbouwwoningen aanbod (29,31%, 17 Stemmen)
- ▶ Goede voorzieningen (13,79%, 8 Stemmen)
- ▶ Kindvriendelijke wijk om te wonen (31,03%, 18 Stemmen)

Totaal: 58

Volgerlanden foto's

Meer foto's van De Volgerlanden

Locatie en omgeving

Stel een snelle vraag

Youtube Kanaal

Denk mee!

Nieuw project op de locatie
Drechtgaarde, eengezinswoningen vanaf
€ 200.000 v.o.n. Interesse?

Geplaatsd op | 21 september 2011 | 11 reacties

Tweet 0

Vind ik leuk

+1 0

Op de locatie Drechtgaarde is Bouwfonds Ontwikkeling bezig met een nieuw plan. Het gaat in totaal om 68 woningen die gefaseerd in verkoop gebracht

Je kan als woningzoekende je mening geven over een nieuwbouw ontwikkeling, vragen stellen en suggesties doen.

www.wonenindevolgerlanden.nl



4. Ik zeg doen!!!!

oktober 28 2011 @ 17:10

Ik zeg doen dit project!!
Ziet er goed uit,
Ben zeker benieuwd hoe het er straks precies gaat worden.
Is een project voor ons om in de gaten te houden.

5. Beinema

oktober 30 2011 @ 21:20

Ik hoop overigens wel dat fase 1 de blokken E&F bevatten, want met huizen uitkijkend op terrazzo vind ik het project minder interessant.

6. Bouwfonds De Volgerlanden HI Ambacht

oktober 31 2011 @ 04:34

Beste Beinema,
Ik zal kijken of we inderdaad kunnen starten met de blokken E, F en I. Goed voorstel, dank je wel hiervoor.
Voorstellen en ideeën voor dit project zijn van harte welkom.
Met vriendelijke groet,
Erik van der Wal
Verkoopmanager Bouwfonds Ontwikkeling

7. Dominique

oktober 31 2011 @ 10:59

Dit is precies wat wij zoeken, iets betaalbaars.
En het is hele mooie bouw.
Ik zeg ook doen!!
Zou graag op de hoogte gehouden willen worden van dit project.
Ben benieuwd!

Ander “denk mee” voorbeeld

hootsuite

HootSuite.com - Web Dashboard Forum Sign in

Submit ideas, thoughts, and feature requests for the HootSuite that started it all -- the web app.
For any questions or support requests, please, refer to our Help Desk: <http://help.hootsuite.com>

I suggest you ...
- enter your idea (new feature, suggestion, etc) -

top ideas hot new accepted 343 closed 316

2,895 votes **Add support for Google+ social network**
As soon as possible :)
by [Martin Gaik](#) | [275 comments](#)

Status: started

HootSuite is pleased to be named as an official launch partner for Google+ Pages trial.

Currently, this functionality is available exclusively to HootSuite Enterprise clients. We'll work with Google+ to review the experience and hope to expand the offering in the near future.

Chris from HootSuite
ambassador of happiness

1,450 votes **@tagging for Facebook statuses**
allow @tagging of friends/fan pages within Facebook status updates
by [Melinda Pearce](#) | [91 comments](#)

Status: under review

This is a powerful tool and we're looking at the ability of Facebook's API to do this

10 votes left
What happens if I run out?

HootSuite.com - Web Dashboard activity feed

Need Help?

Categories

All ideas

Networks (284)

Forums

HootSuite.com - Web Dashboard (1,714)

HootSuite Affiliate Program (8)

HootSuite App Directory (183)

HootSuite App: Flickr (0)

HootSuite App: Tumblr (8)

HootSuite App: YouTube (3)

HootSuite for Android (113)

HootSuite for Blackberry (23)

Voor optimale inzet van social media veranderen de dagelijkse werkzaamheden

- Internet is hier en nu: op iedere vraag die gesteld wordt binnen 24 uur gereageerd
- Regelmatig nieuws vergaren en publiceren
- Belangstellenden meenemen met je nieuwbouw-/ gebiedsontwikkeling
- Het regelmatig versturen van email nieuwsbrieven, twitter- en facebook berichten
- Reageren op alle berichten
- Filmpjes maken
- Foto's plaatsen op Flickr
- Foursquare optimaal in de omgeving van de nieuwbouwlocatie
- Contentbeheer projectenwebsite

Hoe gaan we dit allemaal managen?

Hulpmiddelen...



- www.hootsuite.com



- www.tweetdeck.com

Meten is weten

Zorgen dat bij iedere nieuwbouw ontwikkeling de risico's beheersbaar zijn

Woninginfo

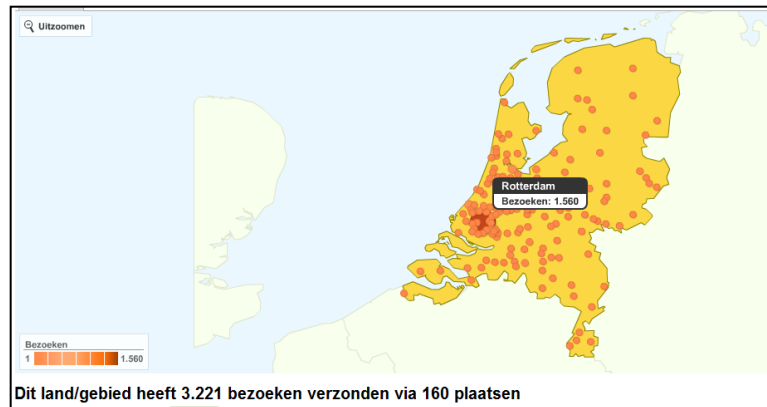
- Bouwnr 93
- Type D2a
- Kamers 4
- GBO 136 m²
- Kavel 161 m²
- Ligging tuin W
- Prijs vrij
- Status vrij

Kies uw woning

Klik op de impressie om een woning te kiezen. Bij elke woning die u aanklikt, komen de kenmerken en de verkoopprijs van dat type woning in beeld. Door de pijlen te volgen of door op het menu te navigeren, loopt u door alle mogelijke opties om er een geheel eigen woning van te maken. Tot slot kunt u uw ideale woning opslaan, downloaden en printen.

Met behulp van een woonwijzer snel inzicht krijgen in het klikgedrag van klanten.

Toepassen > 2 maanden voor start verkoop



Bezoekersloyaliteit

De meest herhaalde bezoeken: 1 keer

Aantal bezoeken van de bezoeker, inclusief het huidige	Het totaal aantal bezoeken van de bezoeker	Percentage van alle bezoeken
1 keer	1.703,00	50,99%
2 keer	395,00	11,83%
3 keer	184,00	5,51%
4 keer	101,00	3,02%
5 keer	79,00	2,37%
6 keer	59,00	1,77%
7 keer	49,00	1,47%
8 keer	41,00	1,23%
9-14 keer	176,00	5,27%
15-25 keer	124,00	3,71%
26-50 keer	162,00	4,85%
51-100 keer	137,00	4,10%
101-200 keer	97,00	2,90%
201+ keer	33,00	0,99%

Tips voor gebiedspromotie

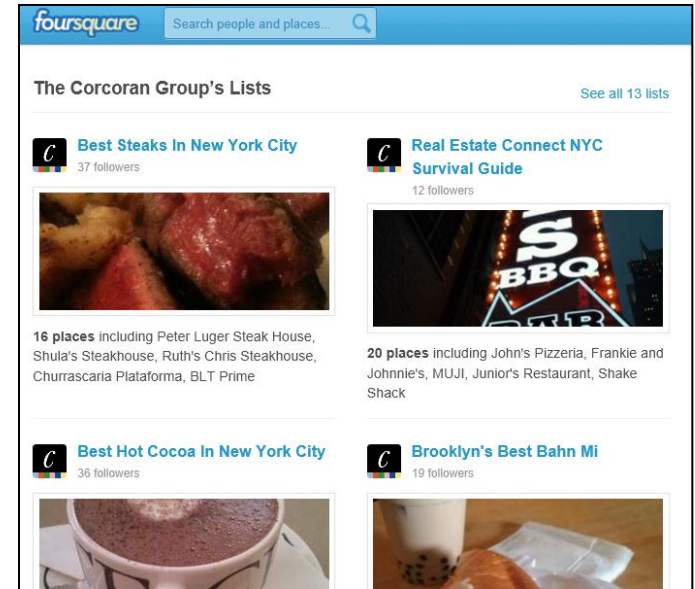
✓ Optimaal inzetten van Foursquare
Voorbeeld: foursquare.com/corcoran_group

✓ Communiceer bij de promotie van een gebied vanuit 1 website!

✓ Zorg voor goede online voorzieningen voor interactie, door o.a. inzet social media

✓ Neem online serieus, stel je strategie op, bepaal doelen, zorg dat er tijd aan besteed wordt. **HET IS GEEN HOBBY!**

✓ Meerwaarde voor klant creeëren, denk aan voordeel bij partners (lokale ondernemers)
voorbeeld: groupon.com



Einde

Bedankt voor uw aandacht.

Misschien zijn er vragen?



bouwfonds
ontwikkeling

Vormgeven aan vooruitgang