



PRISMA

Marketing in de autocar sector

Werkwijze

- Informatie inzamelen
 - Enquête in volledige sector
 - Diepte-interview met deelnemende bedrijven
- Verwerken
 - Enquête => in Survey Monkey
 - Interviews => eigen analyse
- Algemeen format maken
- Aangepast format voor deelnemende bedrijven



PRISM



Eerste resultaten

Enquêtes

PRISMA

Resultaten – bedrijfsactiviteiten

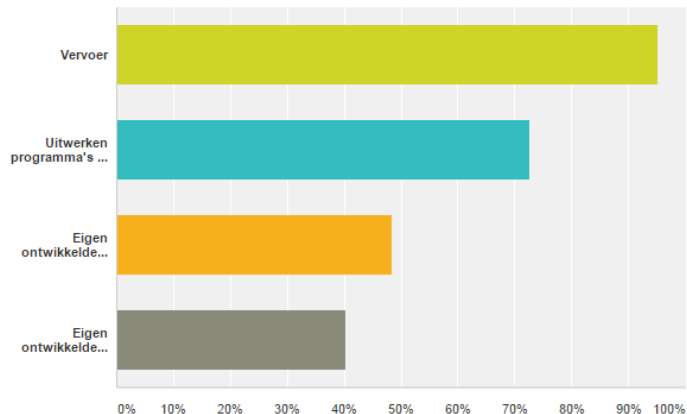
PRISM



- Gemiddelde leeftijd autocar: 11 jaar
- Activiteiten:

Welk soort van autocar activiteiten voert u uit? (meerdere antwoorden mogelijk)

Beantwoord: 62 Overgeslagen: 18



=> Meest voorkomende activiteit: vervoer

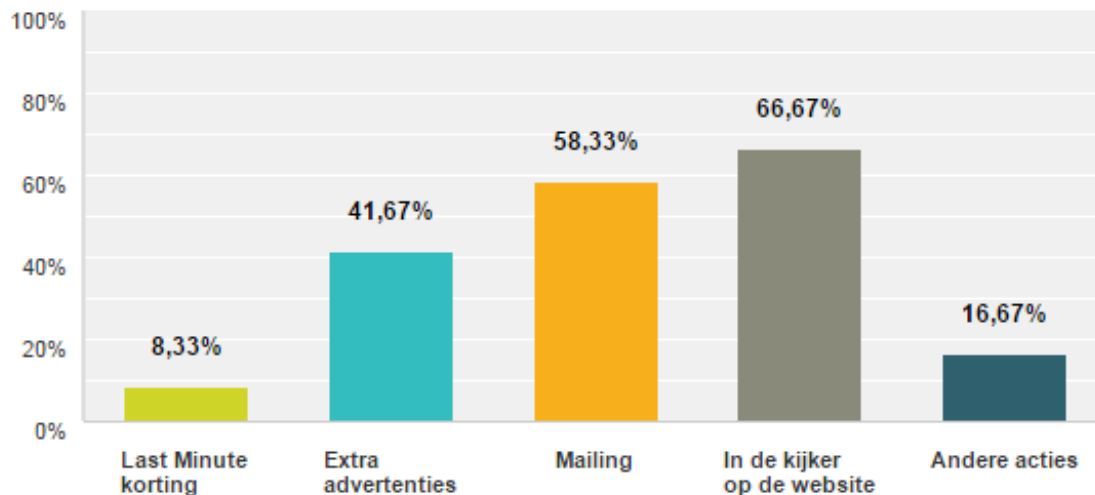
Acties

PRISM



Welke acties onderneemt u om de laatste plaatsen te vullen? (meerdere antwoorden mogelijk)

Beantwoord: 24 Overgeslagen: 56



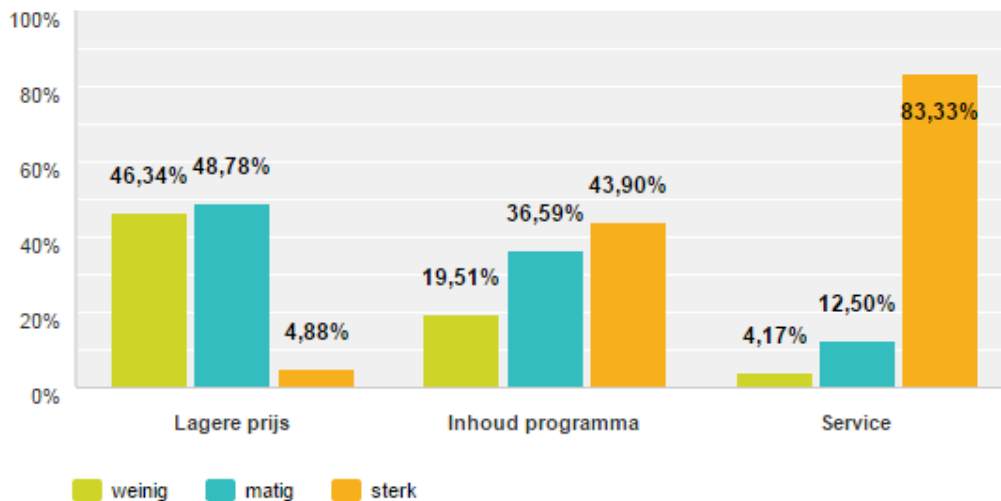
Strategie

PRISM



Hoe onderscheidt u zich van uw collega's?
Geef aan op de schaal in welke mate u dit
toepast.

Beantwoord: 49 Overgeslagen: 31



Belangrijkste verkoopkanaal

- Eigen kantoor/bureau
 - Bellen
 - Mailen
 - Op kantoor zelf komen
 - Faxen
- Online (webshop)



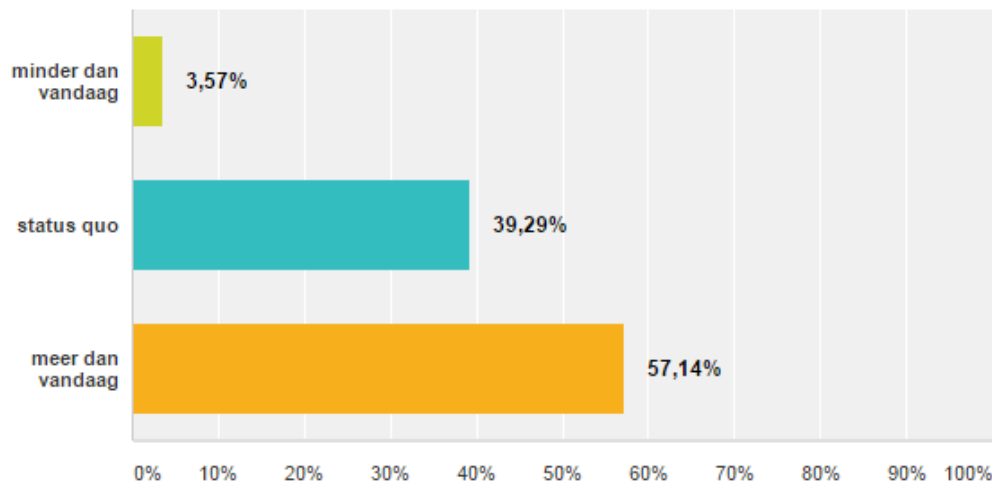
Marketing in de toekomst

PRISM



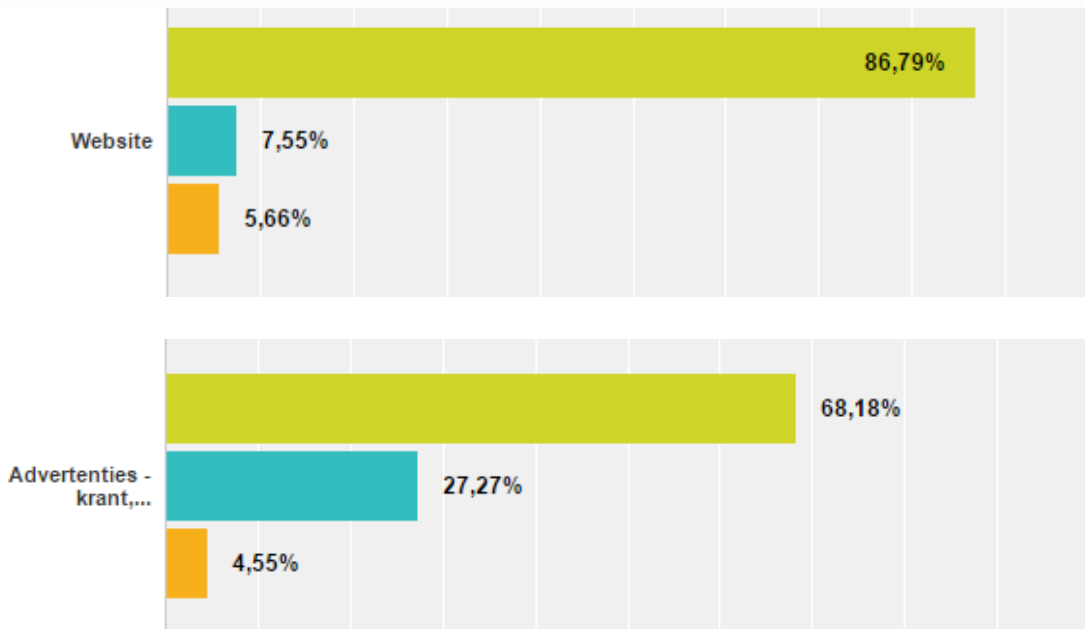
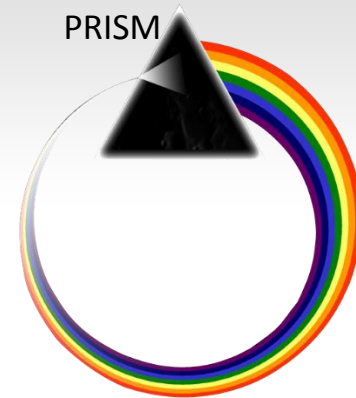
Hoe staat u tegenover de investering (in werktijd) in marketing naar de toekomst toe?

Beantwoord: 56 Overgeslagen: 24



Belangrijkste marketingelementen

PRISM



- Radio en TV blijft vaak te duur

Verhouding nieuwe-bestaande klanten

PRISM



Inschatting verhouding bestaand cliënteel
en nieuwe klanten (eerste aankoop) in %
aantal

Beantwoord: 36 Overgeslagen: 44

