



Onderzoek free-listings

Onderzoek fusie
De Telefoongids – Gouden Gids

Petra Rosenboom
René Vogels

Zoetermeer, 27 juni 2008

In opdracht van NMa.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Stratus. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Stratus. Stratus aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Stratus. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Stratus. Stratus does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

	Samenvatting	5
1	Inleiding	7
1.1	Aanleiding onderzoek	7
1.2	Opzet van het onderzoek	7
2	Steekproef en respons	9
2.1	De steekproef en de respons	9
3	Kenmerken free-listings	11
4	Advertentiebudgetten	13
4.1	Advertenties in de gidsen	13
4.2	Advertenties in andere media	14
5	Kans op aanschaf betaalde vermelding	17
5.1	Papieren gids	17
5.2	Online gids	18
	BIJLAGE 1	
	Vragenlijst onderzoek online adverteerders	20
	BIJLAGE 2	
	Tabellenbijlage	27

Samenvatting

De free-listings zijn de bedrijven of instellingen die geen betaalde advertentie hebben in De Telefoongids en de Gouden Gids. Deze bedrijven of instellingen hebben alleen een gratis vermelding in de gidsen. De bestanden voor dit deelonderzoek zijn aangeleverd door de fusiepartijen De Telefoongids en Gouden Gids. Hierbij is gevraagd 5.000 adressen aan te leveren. Hieruit heeft Stratus een random steekproef getrokken die is gebruikt voor het telefonisch interviewen van 303 bedrijven.

Als controlevraag is opgenomen of bedrijven een betaalde advertentie hebben in één van de papieren gidsen. Bij 75% is dat niet het geval. Een kwart van de bedrijven zegt wel een betaalde vermelding te hebben of leeft in de veronderstelling dat dat het geval is. Zo'n 88% heeft naar eigen zeggen een gratis vermelding in de online gids.

De free-listings zijn in meer dan de helft van de gevallen niet actief in andere media.

Aan de free-listings is een tweetal scenario's voorgelegd. De eerste casus is die waarbij de gratis vermelding in de papieren gids komt te vervallen. Alleen tegen betaling van 10 tot 20 euro worden bedrijven opgenomen in het bedrijvendeel van de gids. De helft van de bedrijven zegt deze advertentie zeer waarschijnlijk niet te kopen en 17% zegt dat de kans groot is dat ze het wel gaan doen.

Een vergelijkbare casus is voorgelegd voor de online vermelding. Van de free-listings zegt 50% deze advertentie niet te zullen kopen en 19% wel.

De fusiepartijen hebben overigens aangegeven niet van plan te zijn de gratis vermelding in de gids te stoppen. Een disclaimer is hiervoor aan het eind van het onderzoek voorgelezen/getoond.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding onderzoek

De NMa heeft inzake de overname van Truvo Nederland B.V. (Gouden Gids) door European Directories SA (De Telefoongids) besloten dat de overname een vergunning behoeft van de NMa. Tijdens de vergunningsfase doet de NMa onderzoek naar de markten waarop de betrokken ondernemingen actief zijn en naar de gevolgen van de voorgenomen concentratie op die markten.

Voor het onderzoek zijn de klantenbestanden van de fusiepartners geanalyseerd door de NMa. Hieruit zijn vier verschillende groepen bedrijven en instellingen geselecteerd:

- De *normale adverteerders* die een advertentie in de papieren Gouden Gids en/of de papieren Telefoongids hebben. De Telefoongids-adverteerders hebben hiermee vanzelf online dezelfde advertentie als in de papieren gids.
- De *online adverteerders* die online in de Gouden Gids staan en/of een extra advertentie hebben boven de bundel in de Telefoongids online. In deze groep zijn ook iLocal-adverteerders opgenomen.
- De *switchers*. Switchers zijn adverteerders die het advertentiebudget geheel of gedeeltelijk in de periode 2006-2007 hebben verschoven van Telefoongids naar Gouden Gids of andersom.
- De *free-listings*. Dit zijn bedrijven die alleen de gratis vermelding in de gids hebben staan en dus géén advertentie hebben.

Per doelgroep heeft de NMa een vragenlijst ontwikkeld die in een aantal proefgesprekken uitvoerig is getest.

Per doelgroep is een apart verslag gemaakt van de uitkomsten van het onderzoek. In dit rapport worden de resultaten beschreven van het onderzoek onder de free-listings.

De uiteindelijke vragenlijst die is gebruikt in het onderzoek is opgenomen in de bijlage van dit rapport.

1.2 Opzet van het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd met behulp van een telefonische enquête onder bedrijven en instellingen die in 2007 geen advertentie hebben gehad in één of meerdere online en papieren gidsen. Het bestand voor dit deelonderzoek is aangeleverd door de fusiepartijen. De NMa heeft partijen gevraagd 5.000 adressen aan te leveren van bedrijven en instellingen die geen betaalde vermelding hebben in de gids. In totaal zijn in de eerste twee weken van juni 2008 303 gesprekken gevoerd waarbij alle vragen zijn gesteld.

2 Steekproef en respons

2.1 De steekproef en de respons

Voor het onderzoek zijn 303 interviews gehouden met bedrijven en instellingen zonder betaalde vermelding in de papieren en online gidsen. Er is niet gestuurd op bepaalde kenmerken van de bedrijven. In het beschikbare adressenbestand zaten 4.997 bruikbare adressen.

Tabel 1 Responsverantwoording in procenten

<i>Status adres</i>	<i>Aantal</i>	<i>In % gebruikte adressen</i>	<i>Netto respons</i>
Interview compleet	303	22,0%	64%
Geen gehoor/in gesprek/antwoordapparaat	533	38,7%	
Afspraak gemaakt voor andere tijd	189	13,7%	
Weigering	173	12,6%	36%
Nummer onbruikbaar	129	9,3%	
Niet bereikbaar tijdens VW-periode	44	3,2%	
Taalprobleem	5	0,4%	
Totaal gebruikte adressen	1.376	100%	100%

Van de bedrijven en instellingen waarmee voor dit onderzoek telefonisch contact is geweest en waar de verantwoordelijke voor het advertentiebeleid is gesproken, heeft 64% alle vragen beantwoord.

Op basis van de onderzoeksresultaten worden uitspraken gedaan met een betrouwbaarheid van 95%. Dat wil zeggen dat als het onderzoek 20 keer met een steekproef van deze omvang wordt uitgevoerd, de resultaten 19 keer gelijk zijn.

Onderzoeken op basis van een steekproef geven afwijkingen ten opzichte van de werkelijkheid. Deze afwijking is de nauwkeurigheidsmarge of steekproefmarge. De marge is afhankelijk van de grootte van de steekproef en van het gevonden percentage in het onderzoek. Over het algemeen geldt: hoe groter de steekproef, hoe kleiner de nauwkeurigheidsmarge. Als de te verwachten uitspraken dicht in de buurt van de 50% liggen, neemt de nauwkeurigheidsmarge toe.

De steekproef van dit onderzoek is 303. De nauwkeurigheidsmarge bedraagt 5,5%. Dat betekent dat als uit het onderzoek een percentage van 50% naar voren komt, het daadwerkelijke percentage (van de populatie) tussen de 44,5% en 55,5% ligt.

3 Kenmerken free-listings

Aantal werkzame personen

De free-listings zijn naar aantal werkzame personen gezien een afspiegeling van het Nederlandse bedrijfsleven. Bijna 96% behoort tot het midden- en kleinbedrijf (tot 100 WP). De free-listings zijn doorgaans wat kleinere bedrijven.

Tabel 2 Free-listings naar aantal werkzame personen

<i>Grootteklasse</i>	<i>In %</i>
1 t/m 4 personen	64
5 t/m 9	16
10 t/m 49	14
50 t/m 99	2
100 t/m 249	2
250 of meer	3
Totaal	100

Typering klanten

De verdeling over de herkomst van de klanten over lokaal, regionaal en nationaal is vrijwel gelijk. Van de free-listings werkt 8% internationaal.

Een kwart van de bedrijven heeft vooral klanten die weten welk product of welke dienst ze willen hebben en die vooral op zoek zijn naar prijsinformatie. Eveneens een kwart heeft vooral klanten die met spoed iets nodig hebben. Met name de kleinere bedrijven hebben klanten die met spoed iets nodig hebben.

Het eerste contact leggen de klanten vaak per telefoon. Circa één op de vijf bedrijven zegt dat klanten via de website en/of e-mail het contact leggen. Een vergelijkbaar aantal bedrijven noemt het directe bezoek aan de winkel of het bedrijf.

Tabel 3 Typering van de klanten van free-listings (n= 303)

Waar komen uw meeste klanten vandaan?	Lokaal	29
	Regionaal	32
	Nationaal	30
	Internationaal	8
	Anders, te weten:	1
	Weet niet/wnz	29
Totaal		100
Hoe typeert u uw klanten?	Spoedklanten	25
	Klanten die weten welk product of dienst ze willen hebben en de prijzen willen vergelijken	27
	Klanten die grote hoeveelheden goederen/diensten of dure goederen/diensten willen hebben en prijzen vergelijken	7
	Geen van deze	42
	Totaal	100
Op welke manier leggen klanten meestal het eerste contact met uw bedrijf?	Via de telefoon	68
	Via uw website	18
	Via email	22
	Via bezoek aan ons bedrijf/winkel	20
	Anders, te weten:	3

4 Advertentiebudgetten

4.1 Advertenties in de gidsen

Aan de bedrijven is gevraagd of zij een betaalde advertentie hebben in de papieren gids. Op basis van de aangeleverde steekproef was dat in 2007 in ieder geval niet het geval. Toch heeft een deel van de respondenten genoemd dat ze *wel* een betaalde advertentie hebben. Dat kan zijn doordat er inmiddels wel een contract is afgesloten. De verkopers van beide gidsen zijn immers actief met het werven van nieuwe contracten.

75% heeft geen betaalde vermelding in papieren gids

75% van de bedrijven zegt géén betaalde vermelding in de papieren gids te hebben. Bijna een vijfde zegt wel een betaalde advertentie in De Telefoon-gids te hebben en 10% zegt een betaalde advertentie in de papieren Gouden Gids te hebben.

Van de grote bedrijven (vanaf 50 werkzame personen) heeft 50% een advertentie in de papieren Telefoongids, en geen in de papieren Gouden Gids. Van de kleinere bedrijven (tot 50 werkzame personen) heeft 11% een advertentie in de papieren Gouden Gids en 17% in de papieren Telefoongids.

Tabel 4 Heeft u een betaalde advertentie in de papieren gids? Meerdere antwoorden mogelijk (n= 303)

<i>Betaalde advertentie in...</i>	<i>In %</i>
Papieren Telefoongids	19
Papieren Gouden Gids	11
Nee	75
Weet niet/wil niet zeggen	1

88% niet in de online gids

In de online gids heeft 88% géén betaalde vermelding volgens de eigen opgave. Bijna 9% zegt wel een betaalde advertentie in de online Telefoongids te hebben en 5% zegt een betaalde advertentie in de online Gouden Gids te hebben.

Ook voor de online advertenties geldt dat de grotere bedrijven alleen een advertentie hebben in de Telefoongids (26%). Van de kleinere bedrijven heeft wederom een klein percentage in zowel de Online Telefoongids (7%) als de Online Gouden Gids (6%) een advertentie.

Tabel 5 Heeft u een betaalde advertentie in de online gids? Meerdere antwoorden mogelijk (n= 303)

<i>Betaalde advertentie in...</i>	<i>In %</i>
Online Telefoongids	9
Online Gouden Gids	5
Nee	88
Weet niet/wil niet zeggen	2

4.2 Advertenties in andere media

54% niet actief in andere media

Meer dan de helft van de bedrijven heeft geen advertentie gehad in andere media in de laatste 12 maanden. De grotere bedrijven zijn actiever met adverteren dan de kleinere, van de bedrijven met 250 of meer werkzame personen heeft 25% geen advertenties in andere media, bij bedrijven met 1 tot 5 werkzame personen is dit 63%.

Tabel 6 Heeft de laatste 12 maanden een betaalde advertentie in andere media geplaatst. Meerdere antwoorden mogelijk (n= 303)

	<i>In %</i>
Geen	54
Regionale dagbladen	17
Huis-aan-huisbladen / wijkblaadjes	17
Tijdschriften	14
Internet	11
Reclamedrukwerk, zoals folders	7
Landelijke dagbladen	5
Radio/televisie	1
Anders, namelijk	3
Weet niet/wil niet zeggen	1

Een klein deel van de bedrijven, 11%, is via internet actief. Meestal gaat het dan om de eigen website, en dit is meestal het geval bij de grotere bedrijven. Een kwart van de bedrijven heeft een advertentie op algemene zoekmachines en een even groot deel is actief op branchegerichte sites.

Tabel 7 Advertenties op internet. Meerdere antwoorden mogelijk (n= 34)

	<i>In %</i>
Eigen website	74
Algemene zoekmachines, zoals Google en Yahoo	27
Op branches gerichte sites zoals Dinnersite.nl Funda en Autotrack.nl	27
Online Telefoongids	12
Door respondent genoemde site	9
Online Gouden Gids	6
Overige websites, zoals Telegraaf.nl en Marktplaats.nl	6
Vergelijkingsites, zoals Kieskeurig.nl en Independer.nl	0
Anders	12
Weet niet/wil niet zeggen	6

Bedrijven met een eigen website kunnen op verschillende manieren de vindbaarheid van de site verhogen. De helft van de bedrijven met een eigen site doet dit door de eigen site te verbeteren. Het beïnvloeden van zoekmachines of het kopen van advertentiewoorden wordt gedaan door 40% van de bedrijven met een eigen site. Een derde heeft een extern bureau ingeschakeld en een kwart doet niets. De uitkomsten moeten echter met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd gezien de lage steekproefbasis (n= 25).

Tabel 8 Maatregelen om vindbaarheid eigen site te verbeteren.
Meerdere antwoorden mogelijk (n= 25)

<i>Maatregel</i>	<i>In %</i>
Het verbeteren van de functionaliteit en kwaliteit van mijn website	52
Het verbeteren van de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines	40
Ik heb advertentiewoorden gekocht bij bijvoorbeeld Google of Yahoo voor gesponsorde koppelingen	40
Ik heb een bureau ingeschakeld dat de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines verbetert	32
Ik heb geen maatregelen genomen om het effect te verhogen	24
Anders	4

5 Kans op aanschaf betaalde vermelding

5.1 Papieren gids

Meer dan 50% zal geen advertentie kopen als gratis vermelding voortaan € 10 tot € 20 kost

In het interview is een situatie voorgelegd waarbij de Telefoongids en de Gouden Gids worden samengevoegd tot één papieren gids. In deze nieuwe gids is een vermelding in de bedrijvengids niet meer gratis. Er wordt een bedrag van € 10 tot € 20 in rekening gebracht voor de vermelding in het bedrijvendeel van de gids. Vervolgens is aan de bedrijven gevraagd hoe groot de kans is dat zij zo'n vermelding tegen het genoemde tarief zullen kopen. De vraag is alleen gesteld aan bedrijven die zeggen geen betaalde vermelding in de papieren gids te hebben.

17% koopt de advertentie waarschijnlijk wel

Meer dan de helft van de bedrijven schat de kans maximaal 1% dat zij dit aanbod zullen accepteren en de advertentie kopen. Zo'n 17% acht de kans heel groot dat deze advertentie wordt gekocht.

Ruim de helft van de kleinere bedrijven (tot 50 werkzame personen) geeft aan dat de kans maximaal 1% is dat zij zo'n vermelding tegen het genoemde tarief zullen kopen, 16% schat deze kans op 99 tot 100%. Bij de grotere bedrijven (meer dan 50 werkzame personen) geeft 20% aan dat de kans maximaal 1% is, en 40% geeft het een kans van 99 tot 100%.

Van de bedrijven met klanten die grote hoeveelheden goederen/diensten willen, zegt 31% dat de kans dat zij een betaalde vermelding kopen 99 tot 100% is. Van de bedrijven met spoedklanten is dit 17% en voor bedrijven met prijsvergelijkers is dit 16%.

Tabel 9 Kans op koop betaalde vermelding in gecombineerde papieren gids (n= 225)

<i>Kans</i>	<i>In %</i>
0 tot 1%	52
1 tot 10%	2
10 tot 20%	2
20 tot 30%	3
30 tot 40%	1
40 tot 50%	3
50 tot 60%	6
60 tot 70%	2
70 tot 80%	3
80 tot 90%	4
90 tot 99%	2
99 tot 100%	17
Weet niet/wil niet zeggen	4
Totaal	100

5.2 Online gids

Online vermelding
wordt evenmin
gekocht

Een vergelijkbare situatie als bij de papieren gids is voor de online gids geschilderd. De online gidsen zijn samengevoegd en de vermelding in de online gids kost € 10 tot € 20. De vraag is alleen gesteld aan bedrijven die zeggen geen betaalde vermelding in de online gids te hebben.

Bijna de helft gaat van dit aanbod vrijwel zeker geen gebruik maken en circa 19% bijna zeker wel.

Ook hier geeft bijna de helft van de kleinere bedrijven (tot 50 werkzame personen) aan dat de kans maximaal 1% is dat zij zo'n vermelding tegen het genoemde tarief zullen kopen, 18% schat deze kans op 99 tot 100%. Bij de grotere bedrijven (meer dan 50 werkzame personen) geeft 36% aan dat de kans maximaal 1% is, en ook 36% geeft het een kans van 99 tot 100%.

Ook voor het nemen van een online vermelding is de kans bij de bedrijven met klanten die grote hoeveelheden goederen/diensten willen het grootst: 47% geeft het een kans van 99 tot 100%. Van de bedrijven met spoedklanten is dit 19% en voor bedrijven met prijsvergelijkers is dit 17%.

Tabel 10 Kans op koop betaalde vermelding in gecombineerde online gids (n= 273)

<i>Kans</i>	<i>In %</i>
0 tot 1%	47
1 tot 10%	2
10 tot 20%	2
20 tot 30%	2
30 tot 40%	1
40 tot 50%	3
50 tot 60%	5
60 tot 70%	1
70 tot 80%	3
80 tot 90%	8
90 tot 99%	2
99 tot 100%	19
Weet niet/wil niet zeggen	5
Totaal	100

Aan het einde van het interview is expliciet genoemd dat partijen niet van plan zijn de gratis vermelding te stoppen.

BIJLAGE 1 Vragenlijst onderzoek free listings

De vragenlijst is afgenomen door de vaste interviewers van Stratus marktonderzoek. De vaste medewerkers hebben ruime ervaring met het interviewen van bedrijven en instellingen.

Voordat met de interviews is begonnen, hebben alle interviewers die op dit project zijn ingeschakeld een uitvoerige mondelinge instructie gehad waarbij de hele vragenlijst is doorgelopen. Hierbij is ook ingegaan op de mededelingen die de interviewer mag doen als de respondenten vragen stellen over het onderzoek. Het gaat om vragen als: hoe komt u aan mijn gegevens, komen de resultaten beschikbaar, waar is dit voor?

In de vragenlijst is bij een aantal vragen de klemtoon van belang en de pauze momenten bij het oplezen van de vraag. Dit is zeker het geval bij de vragen waarbij naar de reactie van de respondent wordt gevraagd als er een prijsverhoging zou komen. In de instructie is met klem gewezen op het belang van de juiste toon en rust bij deze vragen.

Daarnaast is ingegaan, waar nodig, op de terminologie. Bij de termen 'gebruikers' en 'gebruik' is uitgelegd dat het gaat om het aantal mensen dat een bepaalde bron gebruikt, net als de 'kijkcijfers' van Tv-programma's. Verder zijn er geen termen geweest die een nadere toelichting nodig hebben.

INTRO

Type CATI introductietekst

Tekst **Eventueel contactpersoon: < % ~ Naam % >**

Goeden < % ~ _DayPart_ % > u spreekt met ... van Stratus marktonderzoek. In opdracht van de Nederlandse Mededingingsautoriteit voeren wij een onderzoek uit naar het gebruik van verschillende advertentievormen door ondernemers. Bent u verantwoordelijk voor het advertentiebeleid in uw bedrijf?

Uw medewerking aan het onderzoek is van groot belang voor het bepalen van de beslissingen die de NMa gaat nemen. Schikt het om nu de vragen te stellen? Afhankelijk van uw antwoorden duurt dit ongeveer xxx minuten.

Mogen we doorgaan?

Indien nee niet verantwoordelijk: Kunt u mij doorverbinden met de persoon die verantwoordelijk is voor het advertentiebeleid binnen uw bedrijf?

Goeden < % ~ _DayPart_ % > u spreekt met < % ~ _IterName_ % > van Stratus marktonderzoek. In opdracht van de Nederlandse Mededingingsautoriteit voeren wij een onderzoek uit naar het gebruik van verschillende advertentievormen door ondernemers.

Uw medewerking aan het onderzoek is van groot belang voor het bepalen van de beslissingen die de NMa gaat nemen. Schikt het om nu de vragen te stellen? Afhankelijk van uw antwoorden duurt dit ongeveer xxx minuten.

Mogen we doorgaan?

V01

Vraagsoort Multiple response

Tekst **De volgende vragen hebben betrekking op uw advertentiebeleid. Onder advertenties bedoelen we ALLEEN betaalde vermeldingen of**

plaatsingen in diverse media.

Vraag 01a

Heeft uw bedrijf een betaalde advertentie in de papieren Telefoongids of de papieren Gouden Gids?

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Exclusief</u>
	1	Papieren Telefoongids	
	2	Papieren Gouden Gids	
	3	Nee	.

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Groepen randomiseren	0
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing	V02
---------	---------------------

V02

Vraagsoort Multiple response

Tekst **Vraag 02a**

Heeft uw bedrijf een betaalde advertentie in de online Telefoongids of de online Gouden Gids?

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Exclusief</u>
	1	Online Telefoongids	
	2	Online Gouden Gids	
	3	Nee	.

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Groepen randomiseren	0
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet / wil niet zeggen

Routing	expV3b
---------	------------------------

expV3b

Type Expressie

Expressie

Voorwaarde

Tkst3ba3 := "Website waar naam- en adresgegevens gevonden kunnen worden, zoals iLocal.nl "

Tkst3ba3 := "Andere Website waar naam- en adresgegevens gevonden kunnen worden, zoals iLocal.nl"

(V02 contains [1]) or
(V02 contains [2])

Routing [V03a](#)

V03a

Vraagsoort Multiple response

Tekst **Vraag 03a**

Heeft u de laatste 12 maanden een betaalde advertentie in andere media geplaatst? Zo ja, welke?

ENQ: Meerdere antwoorden mogelijk

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Exclusief</u>	<u>Vaste positie</u>
	1	Landelijke dagbladen		
	2	Regionale dagbladen		
	3	Huis-aan-huisbladen / wijkblaadjes		
	4	Tijdschriften		
	5	Reclamedrukwerk, zoals folders		
	6	Radio/televisie		
	7	Internet		
	8	Geen	.	.

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
-----------	----------------	---------------

Randomiseren	Ja
Groepen randomiseren	0
Open alternatief	Ja
Alt. titel	Anders
Geen/weet niet	Ja
W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing [V03b](#)

V03b

Voorwaarde V03a contains [7]

Vraagsoort Multiple response

Tekst **Vraag 03b**

Op wat voor soort websites adverteert u?

ENQ: Meerdere antwoorden mogelijk

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Voorwaarde</u>	<u>Vaste positie</u>
	1	online Telefoongids	False	•
	2	online Gouden Gids	False	•
	3	< % ~ Tkst3ba3% >		•
	4	Algemene zoekmachines, zoals Google en Yahoo		
	5	Op branches gerichte sites zoals dinnersite.nl funda en auto-track.nl		
	6	Vergelijkingsites, zoals kieskeurig.nl en independenter.nl		
	7	Overige websites, zoals Telegraaf.nl en marktplaats.nl		
	8	Eigen website		

Kenmerken

<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
Randomiseren	Ja
Groepen randomiseren	0
Open alternatief	Ja
Alt. titel	Anders
Geen/weet niet	Ja
W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing [V03c](#)

V03c

Voorwaarde V03b contains [8]

Vraagsoort Multiple response

Tekst **VRAAG 03c**

Welke van de volgende maatregelen heeft u genomen om het effect van uw eigen website te verhogen?

ENQ: Antwoorden oplezen, meerdere antwoorden mogelijk

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Exclusief</u>	<u>Vaste positie</u>
	1	Het verbeteren van de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines		
	2	Het verbeteren van de functionaliteit en kwaliteit van mijn website		
	3	Ik heb een bureau ingeschakeld dat de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines verbetert (Search Engine Optimisation)		
	4	Ik heb advertentiewoorden gekocht bij bijvoorbeeld Google of Yahoo voor gesponsorde koppelingen		
	5	Ik heb geen maatregelen genomen om het effect te verhogen	•	•

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Randomiseren	Ja
	Groepen randomiseren	0
	Open alternatief	Ja
	Alt. titel	Anders:.
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen
Routing	blok1	

blok1

Type	Blockrotation
Blocks	V04a V05a
Randomize blocks	Yes
Rotate blocks	No
Maximum blocks	No
Routing	V31

V04a

Voorwaarde	(V01 contains [3]) or (V01 is don't know)
Vraagsoort	Single response
Tekst	Vraag 04a

Tot nu toe heeft u een gratis vermelding in het bedrijvendeel van de Telefoongids en Gouden Gids. Stel dat de Telefoongids en de Gouden Gids worden samengevoegd tot één papieren gids. Voor een vermelding in het bedrijvendeel van de gids zou u voortaan een bedrag moeten betalen van EUR 10 tot 20. Hoe groot schat u dan de kans in dat u zo'n vermelding zult kopen?

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
	1	0 tot 1%
	2	1 tot 10%
	3	10 tot 20%
	4	20 tot 30%
	5	30 tot 40%
	6	40 tot 50%
	7	50 tot 60%
	8	60 tot 70%
	9	70 tot 80%
	10	80 tot 90%
	11	90 tot 99%
	12	99 tot 100%

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing [V04b](#)

V04b

Voorwaarde	(V04a = 1) or (V04a = 2)
Vraagsoort	Open
Tekst	Vraag 04b

U geeft aan dat het onwaarschijnlijk is dat u voor een basisvermelding zou gaan betalen. Wat zou u dan doen?

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
-------	-------------	---------------------

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet wil niet zeggen

Routing **Error! Hyperlink reference not valid.**

V05a

Voorwaarde (V02 contains [3]) or (V02 is don't know)

Vraagsoort Single response

Tekst **Vraag 05a**

Tot nu toe heeft u een gratis vermelding in het bedrijvendeel van de online Telefoongids en online Gouden Gids. Stel dat de online Telefoongids en Gouden Gids worden samengevoegd tot één website. Voor een vermelding in het bedrijvendeel van deze online gids zou u voortaan een bedrag moeten betalen van EUR 10 tot 20. Hoe groot schat u dan de kans in dat u zo'n vermelding zult kopen?

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
	1	0 tot 1%
	2	1 tot 10%
	3	10 tot 20%
	4	20 tot 30%
	5	30 tot 40%
	6	40 tot 50%
	7	50 tot 60%
	8	60 tot 70%
	9	70 tot 80%
	10	80 tot 90%
	11	90 tot 99%
	12	99 tot 100%

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing [V05b](#)

V05b

Voorwaarde (V05a = 1) or (V05a = 2)

Vraagsoort Open

Tekst **Vraag 05b**

U geeft aan dat het onwaarschijnlijk is dat u voor een basisvermelding zou gaan betalen. Wat zou u dan doen?

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
-------	-------------	---------------------

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing **Error! Hyperlink reference not valid.**

V31

Vraagsoort Single response

Tekst **Tot slot willen we enkele vragen stellen over het type klanten dat u heeft.****VRAAG 31**

Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?

ENQ: alle vier de categorieën met even veel nadruk oplezen. Naast de drie genoemde typeringen zijn nog andere typeringen mogelijk. Deze kunnen worden opgenomen onder "Anders".

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
	1	Spoedklantenf dienst
	2	Klanten die weten welk product of dienst ze willen hebben en de prijzen willen vergelijken
	3	Klanten die grote hoeveelheden goederen/diensten of dure goederen/diensten willen hebben en de prijzen willen vergelijken
	4	Anders

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen
Routing	V32	

V32

Vraagsoort Multiple response

Tekst **VRAAG 32**

Hoe bereikt een aanzienlijk deel (toelichting: tenminste 1 op de 5) van uw klanten U in het eerste contact?

ENQ: Meerdere antwoorden mogelijk

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>	<u>Exclusief</u>	<u>Vaste positie</u>
	1	Via de telefoon		
	2	Via uw website		
	3	Via email		
	4	Via de winkel		
	5	Geen van deze mogelijkheden	•	•

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Randomiseren	Ja
	Groepen randomiseren	0
	Open alternatief	Ja
	Alt. titel	Anders
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen

Routing [V33](#)

V33

Vraagsoort Single response

Tekst **Vraag 33**

Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven? (toelichting: waar komen uw meeste klanten vandaan?)

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
	1	Lokaal
	2	Regionaal
	3	Nationaal
	4	Internationaal

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Groepen randomiseren	0
	Open alternatief	Ja
	Alt. titel	Anders

Routing [V34](#)

V34

Vraagsoort Single response

Tekst **Vraag 34**

Tot slot: hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?

ENQ: open vraag, eventueel categorieën opnoemen

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
	1	1 tot 5 werkzame personen
	2	5 tot 10
	3	10 tot 50
	4	50 tot 100
	5	100 tot 250
	6	250 of meer werkzame personen

Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen
Routing	V35	

V35

Voorwaarde RUBRIEKOM in (99999998, 99999999)

Vraagsoort Open

Tekst **Vraag 35**

Hou zou u uw bedrijf omschrijven?

(ENQ: In welke sector bent u actief?)

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Geen/weet niet	Ja
	W.n. titel	Weet niet/wil niet zeggen
Routing	opm	

opm

Vraagsoort Single response

Tekst **Dit waren onze vragen. De vragen die gesteld zijn vormen een onderdeel van de beoordeling door de NMa van de voorgenomen fusie tussen de Telefoongids en de Gouden Gids. De NMa benadrukt dat de uitgevers van de Telefoongids en de Gouden Gids hebben verklaard dat zij geenszins van plan zijn om te stoppen met het aanbieden van gratis vermeldingen. De hier gestelde vragen zijn noodzakelijk en gebruikelijk in het kader van een fusieonderzoek.**

Ik dank u hartelijk voor uw medewerking aan het onderzoek. Ik wens u nog een prettige dag/ middag/ avond.

ENQ: Noteer hier eventuele opmerkingen. LET OP: na deze vraag kun je niet meer terug in de vragenlijst!!

Items	<u>Code</u>	<u>Omschrijving</u>
	1	geen opmerkingen
Kenmerken	<u>Kenmerk</u>	<u>Waarde</u>
	Groepen randomiseren	0
	Open alternatief	Ja
	Alt. titel	opmerkingen:
Routing	einde	

BIJLAGE 2 Tabellenbijlage

Naar aantal medewerkers

Tabel 11 Werkgebied, herkomst klanten, type klanten

		<i>Hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?</i>						
		<i>1 tot 5</i>		<i>10 tot</i>	<i>50 tot</i>	<i>100 tot</i>	<i>250 of</i>	
		<i>werkzame</i>		<i>50</i>	<i>100</i>	<i>250</i>	<i>meer</i>	<i>Totaal</i>
		<i>personen</i>	<i>5 tot 10</i>				<i>personen</i>	
		%	%	%	%	%	%	%
Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?	Spoedklanten	28,6%	22,9%	17,5%	,0%	,0%	12,5%	24,7%
	Klanten die weten welk product of dienst ze willen hebben en	26,6%	31,3%	22,5%	16,7%	20,0%	37,5%	26,8%
	Klanten die grote hoeveelheden goederen/diensten of dure goe	5,7%	6,3%	7,5%	,0%	20,0%	25,0%	6,7%
	Anders	39,1%	39,6%	52,5%	83,3%	60,0%	25,0%	41,8%
Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?	Lokaal	30,9%	27,1%	23,8%	50,0%	20,0%	12,5%	29,0%
	Regionaal	33,0%	35,4%	28,6%	,0%	20,0%	25,0%	31,7%
	Nationaal	26,3%	29,2%	38,1%	50,0%	40,0%	50,0%	29,7%
	Internationaal	8,2%	6,3%	9,5%	,0%	20,0%	12,5%	8,3%
	Anders	1,5%	2,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,3%
hoe leggen de klanten contact met u?	Via de telefoon	70,1%	54,2%	66,7%	50,0%	80,0%	100,0%	67,7%
	Via uw website	14,4%	18,8%	33,3%	,0%	20,0%	25,0%	17,8%
	Via email	21,6%	29,2%	14,3%	16,7%	40,0%	25,0%	22,1%
	Via de winkel	16,0%	35,4%	11,9%	33,3%	20,0%	37,5%	19,5%
	Geen van deze mogelijkheden	3,1%	,0%	4,8%	,0%	,0%	,0%	2,6%
	Anders	12,4%	4,2%	16,7%	50,0%	20,0%	12,5%	12,5%
	Weet niet/wil niet zeggen	1,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,7%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 12 Advertenties en media

		<i>Hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?</i>							
		<i>1 tot 5</i>			<i>50 tot</i>		<i>100 tot</i>	<i>250 of</i>	
		<i>werkzame</i>			<i>100</i>		<i>250</i>	<i>meer</i>	
		<i>personen</i>	<i>5 tot 10</i>	<i>10 tot 50</i>	<i>100</i>	<i>250</i>	<i>personen</i>	<i>Totaal</i>	
		%	%	%	%	%	%	%	
Advertentie in papieren gids	Papieren Telefoongids	14,4%	20,8%	21,4%	50,0%	40,0%	50,0%	18,5%	
	Papieren Gouden Gids	9,8%	12,5%	16,7%	,0%	,0%	,0%	10,6%	
	Nee	79,4%	70,8%	71,4%	50,0%	60,0%	50,0%	75,2%	
	Weet niet/wil niet zeggen	1,5%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	
advertentie in online gids	Online Telefoongids	6,7%	6,3%	11,9%	16,7%	,0%	50,0%	8,6%	
	Online Gouden Gids	5,7%	4,2%	7,1%	,0%	,0%	,0%	5,3%	
	Nee	89,2%	85,4%	88,1%	83,3%	100,0%	50,0%	87,5%	
	Weet niet / wil niet zeggen	2,1%	6,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,3%	
advertentie in andere media	Landelijke dagbladen	3,1%	6,3%	9,5%	16,7%	,0%	25,0%	5,3%	
	Regionale dagbladen	11,9%	22,9%	23,8%	33,3%	20,0%	62,5%	17,2%	
	Huis-aan-huisbladen / wijkblaadjes	10,8%	27,1%	26,2%	16,7%	20,0%	50,0%	16,8%	
	Tijdschriften	10,3%	16,7%	16,7%	33,3%	20,0%	50,0%	13,9%	
	Reclamedrukwerk, zoals folders	3,1%	12,5%	9,5%	16,7%	20,0%	25,0%	6,6%	
	Radio/televisie	,0%	4,2%	,0%	,0%	,0%	,0%	,7%	
	Internet	9,3%	10,4%	14,3%	33,3%	,0%	37,5%	11,2%	
	Geen	62,9%	35,4%	45,2%	16,7%	40,0%	25,0%	53,8%	
	Anders	3,6%	2,1%	2,4%	,0%	,0%	,0%	3,0%	
	Weet niet/wil niet zeggen	,5%	,0%	2,4%	,0%	,0%	,0%	,7%	

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 13 Advertenties op websites

		<i>Hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?</i>						
		<i>1 tot 5</i>		<i>50 tot</i>		<i>250 of</i>		
		<i>werkzame</i>		<i>100</i>		<i>meer</i>		
		<i>personen</i>		<i>personen</i>		<i>personen</i>		<i>Totaal</i>
		<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>
op welke websites adverteren	online Telefoongids	5,6%	,0%	16,7%	,0%	,0%	66,7%	11,8%
	online Gouden Gids	5,6%	20,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	5,9%
	Door respondent ge- noemde site	11,1%	,0%	16,7%	,0%	,0%	,0%	8,8%
	Algemene zoekmachines, zoals Google en Yahoo	16,7%	60,0%	33,3%	,0%	,0%	33,3%	26,5%
	Op branches gerichte sites zoals dinnersite.nl funda en autotrack.nl	27,8%	60,0%	,0%	,0%	,0%	33,3%	26,5%
	Vergelijkingssites, zoals kieskeurig.nl en in- dependender.nl	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Overige websites, zoals Telegraaf.nl en markt- plaats.nl	11,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	5,9%
	Eigen website	61,1%	80,0%	83,3%	100,0%	,0%	100,0%	73,5%
	Anders	22,2%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	11,8%
	Weet niet/wil niet zeg- gen	5,6%	,0%	16,7%	,0%	,0%	,0%	5,9%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 14 Maatregelen genomen om effect eigen website te verhogen

		<i>Hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?</i>						
		<i>1 tot 5</i>		<i>50 tot</i>		<i>250 of</i>		
		<i>werkzame</i>		<i>100</i>		<i>meer</i>		
		<i>personen</i>		<i>personen</i>		<i>werkzame</i>		<i>Totaal</i>
		<i>5 tot 10</i>	<i>10 tot 50</i>	<i>100</i>	<i>250</i>	<i>personen</i>	<i>Totaal</i>	
		%	%	%	%	%	%	%
maatregelen	Het verbeteren van de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines	27,3%	50,0%	60,0%	,0%	,0%	66,7%	40,0%
	Het verbeteren van de functionaliteit en kwaliteit van mijn website	27,3%	75,0%	80,0%	50,0%	,0%	66,7%	52,0%
	Ik heb een bureau ingeschakeld dat de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines verbetert (Search Engine O	27,3%	25,0%	20,0%	,0%	,0%	100,0%	32,0%
	Ik heb advertentiewoorden gekocht bij bijvoorbeeld Google of Yahoo voor gesponsorde koppelingen	27,3%	100,0%	40,0%	,0%	,0%	33,3%	40,0%
	Ik heb geen maatregelen genomen om het effect te verhogen	36,4%	,0%	20,0%	50,0%	,0%	,0%	24,0%
	Anders:	9,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	4,0%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Stratus marktonderzoek bv

Naar type klant

Tabel 17 Grootteklasse, Werkgebied, herkomst klanten

		<i>Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?</i>				
		<i>Klanten die grote hoeveelheden</i>			<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		<i>Spiedklanten</i>	<i>Prijsvergelijkers</i>	<i>goederen/diensten</i>		
		%	%	%	%	%
Hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?	1 tot 5 werkzame personen	74,3%	63,8%	55,0%	60,0%	64,2%
	5 tot 10	14,9%	18,8%	15,0%	15,2%	16,1%
	10 tot 50	9,5%	11,3%	15,0%	16,8%	13,4%
	50 tot 100	,0%	1,3%	,0%	4,0%	2,0%
	100 tot 250	,0%	1,3%	5,0%	2,4%	1,7%
	250 of meer werkzame personen	1,4%	3,8%	10,0%	1,6%	2,7%
Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?	Lokaal	39,2%	25,0%	5,0%	29,6%	29,1%
	Regionaal	32,4%	37,5%	25,0%	28,8%	31,8%
	Nationaal	25,7%	23,8%	40,0%	34,4%	29,8%
	Internationaal	1,4%	12,5%	30,0%	5,6%	8,0%
	Anders	1,4%	1,3%	,0%	1,6%	1,3%
hoe leggen de klanten contact met u?	Via de telefoon	67,6%	66,3%	70,0%	68,0%	67,6%
	Via uw website	13,5%	22,5%	30,0%	16,0%	18,1%
	Via email	24,3%	25,0%	25,0%	19,2%	22,4%
	Via de winkel	23,0%	21,3%	15,0%	16,8%	19,4%
	Geen van deze mogelijkheden	2,7%	1,3%	,0%	3,2%	2,3%
	Anders	6,8%	8,8%	5,0%	20,0%	12,7%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	,0%	5,0%	,8%	,7%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 18 Advertenties en media

		Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?				
		Klanten die grote hoeveelheden				
		Spoedklanten	Prijsvergelijkers	goederen/diensten	Anders	Totaal
		%	%	%	%	%
Advertentie in papieren gids	Papieren Telefoongids	24,3%	21,3%	20,0%	13,6%	18,7%
	Papieren Gouden Gids	14,9%	15,0%	10,0%	4,8%	10,4%
	Nee	68,9%	70,0%	75,0%	82,4%	75,3%
	Weet niet/wil niet zeggen	1,4%	1,3%	5,0%	,0%	1,0%
advertentie in online gids	Online Telefoongids	13,5%	7,5%	15,0%	5,6%	8,7%
	Online Gouden Gids	6,8%	10,0%	5,0%	1,6%	5,4%
	Nee	83,8%	86,3%	75,0%	92,0%	87,3%
	Weet niet / wil niet zeggen	2,7%	1,3%	10,0%	1,6%	2,3%
advertentie in andere media	Landelijke dagbladen	1,4%	11,3%	,0%	4,8%	5,4%
	Regionale dagbladen	14,9%	23,8%	30,0%	12,0%	17,1%
	Huis-aan-huisbladen / wijkblaadjes	20,3%	23,8%	15,0%	11,2%	17,1%
	Tijdschriften	14,9%	17,5%	20,0%	10,4%	14,0%
	Reclamedrukwerk, zoals folders	9,5%	2,5%	10,0%	7,2%	6,7%
	Radio/televisie	,0%	1,3%	,0%	,8%	,7%
	Internet	12,2%	10,0%	15,0%	11,2%	11,4%
	Geen	54,1%	45,0%	45,0%	60,0%	53,5%
	Anders	2,7%	5,0%	,0%	2,4%	3,0%
Weet niet/wil niet zeggen	,0%	1,3%	,0%	,8%	,7%	

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 19 Advertenties op websites

		<i>Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?</i>				
		<i>Klanten die grote hoeveelheden</i>				
		<i>Spoedklanten</i>	<i>Prijsvergelijkers</i>	<i>goederen/diensten</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>
op welke	online Telefoongids	11,1%	12,5%	33,3%	7,1%	11,8%
websites	online Gouden Gids	,0%	12,5%	,0%	7,1%	5,9%
adverteren	Door respondent genoemde site	22,2%	,0%	,0%	7,1%	8,8%
	Algemene zoekmachines, zoals Google en Yahoo	11,1%	12,5%	,0%	50,0%	26,5%
	Op branches gerichte sites zoals dinnersite.nl funda en autotrack.nl	11,1%	50,0%	33,3%	21,4%	26,5%
	Vergelijkingsites, zoals kieskeurig.nl en inder.nl	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Overige websites, zoals Telegraaf.nl en marktplaats.nl	11,1%	12,5%	,0%	,0%	5,9%
	Eigen website	88,9%	75,0%	66,7%	64,3%	73,5%
	Anders	33,3%	,0%	33,3%	,0%	11,8%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	,0%	,0%	14,3%	5,9%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 20 Maatregelen genomen om effect eigen website te verhogen

		<i>Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?</i>				
		<i>Klanten die grote hoeveelheden</i>				
		<i>Spoe</i>	<i>Prijsvergelijkers</i>	<i>goederen/diensten</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>
maatregelen	Het verbeteren van de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines	37,5%	33,3%	50,0%	44,4%	40,0%
om eeffect	Het verbeteren van de functionaliteit en kwaliteit van mijn website	50,0%	50,0%	50,0%	55,6%	52,0%
eigen site te	Ik heb een bureau ingeschakeld dat de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines verbetert (Search Engine O	25,0%	16,7%	100,0%	33,3%	32,0%
verhogen	Ik heb advertentiewoorden gekocht bij bijvoorbeeld Google of Yahoo voor gesponsorde koppelingen	25,0%	33,3%	,0%	66,7%	40,0%
	Ik heb geen maatregelen genomen om het effect te verhogen	37,5%	16,7%	,0%	22,2%	24,0%
	Anders:	12,5%	,0%	,0%	,0%	4,0%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 21 Kans op koop vermelding in papieren gids bij tarief van 10 tot 20 euro

Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?

		<i>Klanten die grote hoeveelheden</i>				
		<i>Spoedklanten</i>	<i>Prijsvergelijkers</i>	<i>goederen/diensten</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%
Hoe groot	0 tot 1%	53,8%	47,4%	50,0%	54,4%	52,2%
schat u dan	1 tot 10%	1,9%	1,8%	,0%	1,9%	1,8%
de kans in	10 tot 20%	1,9%	1,8%	6,3%	1,9%	2,2%
dat u zo'n	20 tot 30%	3,8%	3,5%	,0%	2,9%	3,1%
vermelding	30 tot 40%	1,9%	,0%	,0%	1,0%	,9%
zult kopen?	40 tot 50%	3,8%	5,3%	,0%	1,9%	3,1%
	50 tot 60%	3,8%	8,8%	6,3%	4,9%	5,7%
	60 tot 70%	3,8%	1,8%	6,3%	1,0%	2,2%
	70 tot 80%	,0%	1,8%	,0%	3,9%	2,2%
	80 tot 90%	3,8%	1,8%	,0%	5,8%	3,9%
	90 tot 99%	,0%	3,5%	,0%	1,9%	1,8%
	99 tot 100%	17,3%	15,8%	31,3%	16,5%	17,5%
	Weet niet/wil niet zeggen	3,8%	7,0%	,0%	1,9%	3,5%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 22 Kans op koop vermelding in online gids bij tarief van 10 tot 20 euro

Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?

		<i>Klanten die grote hoeveelheden</i>				
		<i>Spoedklanten</i>	<i>Prijsvergelijkers</i>	<i>goederen/diensten</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%
Hoe groot	0 tot 1%	43,8%	48,6%	29,4%	50,4%	47,0%
schat u dan	1 tot 10%	3,1%	1,4%	,0%	,9%	1,5%
de kans in	10 tot 20%	4,7%	,0%	5,9%	1,7%	2,2%
dat u zo'n	20 tot 30%	4,7%	,0%	5,9%	1,7%	2,2%
vermelding	30 tot 40%	1,6%	,0%	,0%	,0%	,4%
zult kopen?	40 tot 50%	4,7%	2,9%	,0%	2,6%	3,0%
	50 tot 60%	1,6%	5,7%	,0%	8,5%	5,6%
	60 tot 70%	1,6%	1,4%	,0%	1,7%	1,5%
	70 tot 80%	1,6%	2,9%	,0%	4,3%	3,0%
	80 tot 90%	7,8%	7,1%	11,8%	7,7%	7,8%
	90 tot 99%	1,6%	4,3%	,0%	1,7%	2,2%
	99 tot 100%	18,8%	17,1%	47,1%	15,4%	18,7%
	Weet niet/wil niet zeggen	4,7%	8,6%	,0%	3,4%	4,9%

Stratus marktonderzoek bv

Naar werkgebied

Tabel 23 Grootteklasse, type klanten, herkomst klanten

		<i>Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?</i>				
		<i>Lokaal</i>	<i>Regionaal</i>	<i>Nationaal</i>	<i>Internationaal</i>	<i>Anders</i>
		%	%	%	%	%
Hoeveel personen zijn werkzaam in uw bedrijf, inclusief uzelf?	1 tot 5 werkzame personen	68,2%	66,7%	56,7%	64,0%	75,0%
	5 tot 10	14,8%	17,7%	15,6%	12,0%	25,0%
	10 tot 50	11,4%	12,5%	17,8%	16,0%	,0%
	50 tot 100	3,4%	,0%	3,3%	,0%	,0%
	100 tot 250	1,1%	1,0%	2,2%	4,0%	,0%
	250 of meer werkzame personen	1,1%	2,1%	4,4%	4,0%	,0%
Welke van de volgende mogelijkheden geeft de beste omschrijving van uw klanten?	Spoedklanten	33,3%	25,3%	21,3%	4,2%	25,0%
	Klanten die weten welk product of dienst ze willen hebben en	23,0%	31,6%	21,3%	41,7%	25,0%
	Klanten die grote hoeveelheden goederen/diensten of dure goe	1,1%	5,3%	9,0%	25,0%	,0%
	Anders	42,5%	37,9%	48,3%	29,2%	50,0%
	Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
hoe leggen de klanten contact met u?	Via de telefoon	65,9%	67,7%	71,1%	72,0%	,0%
	Via uw website	4,5%	16,7%	26,7%	32,0%	50,0%
	Via email	6,8%	10,4%	41,1%	48,0%	50,0%
	Via de winkel	27,3%	25,0%	8,9%	12,0%	,0%
	Geen van deze mogelijkheden	4,5%	1,0%	3,3%	,0%	,0%
	Anders	13,6%	7,3%	15,6%	12,0%	50,0%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	1,0%	,0%	,0%	25,0%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 24 Advertenties en media

		<i>Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?</i>					
		<i>Lokaal</i>	<i>Regionaal</i>	<i>Nationaal</i>	<i>Internationaal</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%	%
Advertentie in papieren gids	Papieren Telefoongids	23,9%	25,0%	8,9%	12,0%	,0%	18,5%
	Papieren Gouden Gids	13,6%	14,6%	4,4%	8,0%	,0%	10,6%
	Nee	67,0%	69,8%	87,8%	76,0%	100,0%	75,2%
	Weet niet/wil niet zeggen	1,1%	,0%	1,1%	4,0%	,0%	1,0%
advertentie in online gids	Online Telefoongids	12,5%	9,4%	5,6%	4,0%	,0%	8,6%
	Online Gouden Gids	6,8%	7,3%	2,2%	4,0%	,0%	5,3%
	Nee	84,1%	84,4%	93,3%	88,0%	100,0%	87,5%
	Weet niet / wil niet zeggen	2,3%	3,1%	1,1%	4,0%	,0%	2,3%
advertentie in andere media	Landelijke dagbladen	4,5%	3,1%	6,7%	12,0%	,0%	5,3%
	Regionale dagbladen	20,5%	18,8%	12,2%	20,0%	,0%	17,2%
	Huis-aan-huisbladen / wijkblaadjes	21,6%	18,8%	13,3%	8,0%	,0%	16,8%
	Tijdschriften	8,0%	11,5%	20,0%	24,0%	,0%	13,9%
	Reclamedrukwerk, zoals folders	9,1%	8,3%	4,4%	,0%	,0%	6,6%
	Radio/televisie	,0%	1,0%	1,1%	,0%	,0%	,7%
	Internet	8,0%	7,3%	16,7%	16,0%	25,0%	11,2%
	Geen	60,2%	52,1%	48,9%	56,0%	50,0%	53,8%
	Anders	,0%	3,1%	4,4%	,0%	50,0%	3,0%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	1,0%	1,1%	,0%	,0%	,7%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 25 Advertenties op websites

		<i>Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?</i>					
		<i>Lokaal</i>	<i>Regionaal</i>	<i>Nationaal</i>	<i>Internationaal</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%	%
op welke websites adverteren	online Telefoongids	28,6%	,0%	6,7%	25,0%	,0%	11,8%
	online Gouden Gids	14,3%	14,3%	,0%	,0%	,0%	5,9%
	Door respondent genoemde site	14,3%	14,3%	6,7%	,0%	,0%	8,8%
	Algemene zoekmachines, zoals Google en Yahoo	14,3%	42,9%	33,3%	,0%	,0%	26,5%
	Op branches gerichte sites zoals dinnersite.nl funda en autotrack.nl	,0%	71,4%	13,3%	50,0%	,0%	26,5%
	Vergelijkingssites, zoals kieskeurig.nl en independenter.nl	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%
	Overige websites, zoals Telegraaf.nl en marktplaats.nl	14,3%	,0%	6,7%	,0%	,0%	5,9%
	Eigen website	85,7%	71,4%	73,3%	75,0%	,0%	73,5%
	Anders	14,3%	14,3%	,0%	25,0%	100,0%	11,8%
	Weet niet/wil niet zeggen	14,3%	,0%	6,7%	,0%	,0%	5,9%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 26 Maatregelen genomen om effect eigen website te verhogen

		<i>Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?</i>					
		<i>Lokaal</i>	<i>Regionaal</i>	<i>Nationaal</i>	<i>Internationaal</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%	%
maatregelen om effect eigen site te verhogen	Het verbeteren van de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines	16,7%	40,0%	54,5%	33,3%	,0%	40,0%
	Het verbeteren van de functionaliteit en kwaliteit van mijn website	33,3%	40,0%	63,6%	66,7%	,0%	52,0%
	Ik heb een bureau ingeschakeld dat de vindbaarheid van mijn website in zoekmachines verbetert (Search Engine O	33,3%	40,0%	18,2%	66,7%	,0%	32,0%
	Ik heb advertentiewoorden gekocht bij bijvoorbeeld Google of Yahoo voor gesponsorde koppelingen	16,7%	40,0%	54,5%	33,3%	,0%	40,0%
	Ik heb geen maatregelen genomen om het effect te verhogen	50,0%	20,0%	18,2%	,0%	,0%	24,0%
	Anders:	,0%	20,0%	,0%	,0%	,0%	4,0%
	Weet niet/wil niet zeggen	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 27 Kans op koop vermelding in papieren gids bij tarief van 10 tot 20 euro

		<i>Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?</i>					
		<i>Lokaal</i>	<i>Regionaal</i>	<i>Nationaal</i>	<i>Internationaal</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%	%
Hoe groot	0 tot 1%	46,7%	52,2%	56,3%	50,0%	50,0%	51,9%
schat u dan	1 tot 10%	3,3%	,0%	1,3%	,0%	25,0%	1,7%
de kans in	10 tot 20%	1,7%	1,5%	3,8%	,0%	,0%	2,2%
dat u zo'n	20 tot 30%	5,0%	1,5%	2,5%	5,0%	,0%	3,0%
vermelding	30 tot 40%	,0%	1,5%	,0%	5,0%	,0%	,9%
zult kopen?	40 tot 50%	3,3%	4,5%	2,5%	,0%	,0%	3,0%
	50 tot 60%	5,0%	7,5%	5,0%	5,0%	,0%	5,6%
	60 tot 70%	,0%	1,5%	3,8%	5,0%	,0%	2,2%
	70 tot 80%	5,0%	1,5%	2,5%	,0%	,0%	2,6%
	80 tot 90%	3,3%	4,5%	3,8%	10,0%	,0%	4,3%
	90 tot 99%	,0%	4,5%	1,3%	,0%	,0%	1,7%
	99 tot 100%	23,3%	17,9%	13,8%	15,0%	,0%	17,3%
	Weet niet/wil niet zeggen	3,3%	1,5%	3,8%	5,0%	25,0%	3,5%

Stratus marktonderzoek bv

Tabel 28 Kans op koop vermelding in online gids bij tarief van 10 tot 20 euro

		<i>Hoe zou u het werkgebied van uw bedrijf willen omschrijven?</i>					
		<i>Lokaal</i>	<i>Regionaal</i>	<i>Nationaal</i>	<i>Internationaal</i>	<i>Anders</i>	<i>Totaal</i>
		%	%	%	%	%	%
Hoe groot	0 tot 1%	43,4%	52,4%	44,7%	43,5%	50,0%	46,7%
schat u dan	1 tot 10%	1,3%	1,2%	1,2%	,0%	25,0%	1,5%
de kans in	10 tot 20%	2,6%	,0%	4,7%	,0%	,0%	2,2%
dat u zo'n	20 tot 30%	1,3%	1,2%	4,7%	,0%	,0%	2,2%
vermelding	30 tot 40%	,0%	1,2%	,0%	,0%	,0%	,4%
zult kopen?	40 tot 50%	5,3%	1,2%	1,2%	8,7%	,0%	2,9%
	50 tot 60%	3,9%	8,3%	5,9%	,0%	,0%	5,5%
	60 tot 70%	1,3%	1,2%	2,4%	,0%	,0%	1,5%
	70 tot 80%	5,3%	2,4%	3,5%	,0%	,0%	3,3%
	80 tot 90%	5,3%	8,3%	8,2%	17,4%	,0%	8,1%
	90 tot 99%	2,6%	2,4%	1,2%	4,3%	,0%	2,2%
	99 tot 100%	19,7%	17,9%	18,8%	21,7%	,0%	18,8%
	Weet niet/wil niet zeggen	7,9%	2,4%	3,5%	4,3%	25,0%	4,8%

Stratus marktonderzoek bv