

Hoe vindt de Nederlander zijn huis in 2030?

case aanpak trendonderzoek voor funda



Context

Klant; **funda**

Doel; Hoe blijft funda ook in de toekomst een succesvolle marktleider in haar markt?

Vragen;

- Hoe ziet het matching platform er uit in 2030?
- Hoe ziet de koper er uit in 2030?
- Hoe ziet de rol van de makelaar er uit in 2030?

Opzet onderzoek;

- I. Inbreng zes trends van freshmark
- II. Deskresearch
- III. Fieldresearch
- IV. Expert interviews



'We must ground our work in a rich understanding of the context of use, or else we run the risk of creating well meaning rubbish'

Iain Barker, Meld Studios.

'You can't see the picture if you are in the frame'

Les Brown

'The best way to predict the future is to create it'

Abraham Lincoln

Focus

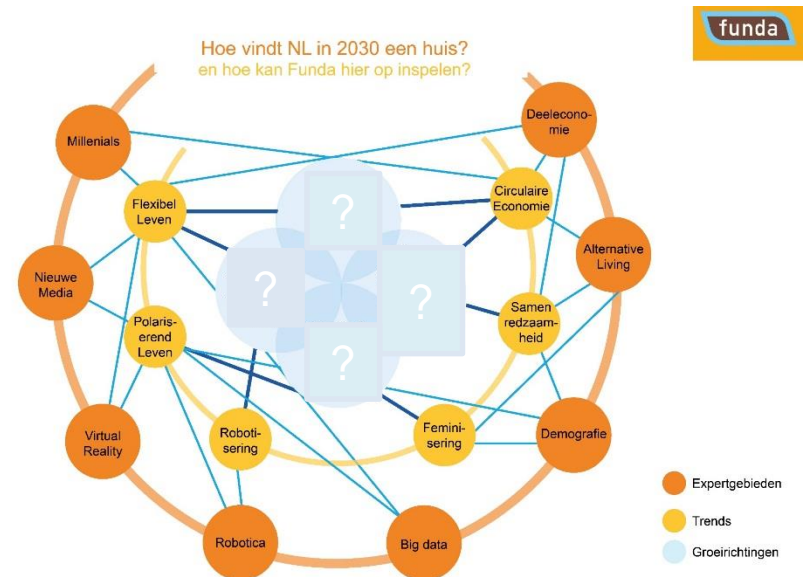
- I. Elk onderzoek start vanuit het trendonderzoek wat freshmark continue doet. We werken met **zes trends** die het speelveld van funda gaan beïnvloeden. Op basis van het deskresearch, fieldresearch en expert interviews onderzoeken we precies de impact van deze trends en waar de groei zit voor funda.
- II. Uit het **deskresearch** werden een aantal insights gehaald die een goed beeld gaven van het verleden, de tijdgeest, nieuwe ontwikkelingen en de positie van funda in de markt.
- III. Het **fieldresearch** gaf ons belangrijke insights in wat nu relevant is voor huizenzoekers, wat ze nog missen in het aanbod en wat ze verwachten voor de nabije toekomst.
- IV. Foresights uit de **expert interviews** gaven de nodige verbeelding en belangrijke voeding voor het eindresultaat; nieuwe groeirichtingen voor funda.



Resultaat

Uiteindelijk leverde het trendonderzoek vier groeirichtingen op voor funda, zogenaamde trend solution fits. Het deskresearch, het fieldresearch en de expertinterviews zorgden voor input. Met hulp van deze drie onderdelen konden de zes trends waar freshmark continue mee werkt een verversing en toepassingen krijgen specifiek op de toekomstvraag die voor funda belangrijk was; **'Hoe vindt de Nederlander zijn huis in 2030?'** Elke groeirichting staat voor een thema dat in de toekomst van belang is voor funda om een belangrijke speler te kunnen blijven.

Tijdens de eindpresentatie werd er met de funda stakeholders een activatie workshop gehouden waarin centraal stond hoe funda met de groeirichtingen concreet aan de slag kon gaan. Het resultaat van de activatie is de start voor concepting, campagnes en strategie.



freshmark het bureau voor morgen

aanpak en visie



Trendpresentatie
Workshop Trendactivatie
Workshop Scenarioplanning
Trendonderzoek op maat

Nieuwsgierig? Contact:
mark.schipper@freshmark.nl

“ The best way to
predict the future is
to create it’ ”