

Even voorstellen:

Joris de Bruin

Als analist verzamel ik informatie. Over de markt, over consumenten en over bibliotheekleden. Op basis van die informatie geef ik inzicht in de staat van de markt en van het lezen. Zo geef ik marketeers en andere teams binnen de CPNB adviezen die niet gebaseerd zijn op je onderbuikgevoel, een impressie of iets wat je van iemand hebt gehoord, maar op basis van onderzoek dat aansluit bij bewegingen van lezers.



'Dit jaar ligt de focus op het bevragen van de consument, direct na de campagnes. Dat deden we al in zekere zin, maar we kunnen daar sinds 2020 veel meer de diepte in gaan. Voorheen wisten we hoeveel procent van de consumenten aangeven dat ze de campagne hebben gezien, en soms wisten we dan ook wel een beetje of ze deze positief beoordelen.'

“

Dit jaar ligt de focus op het bevragen van de consument, direct na de campagnes.

”

'Toch zijn er zoveel aspecten aan die campagne waar je over door wilt vragen. Dat doen we nu. Over de geschenken, over aankoopgedrag als lezers worden geactiveerd door de campagne en waarom ze niet tot actie zijn overgegaan

terwijl ze de campagne wel hebben gezien.'

'Als wij zeggen effectief campagne te voeren, dan moeten we dat ook laten zien. Consumentonderzoeken laten zien hoe de campagnes een rol spelen in de klantreis; dat ze helpen kiezen als de consument naar boekhandel of bibliotheek gaat.

Daarnaast helpt het ons intern om constant aan te scherpen en door te ontwikkelen. Het is de pijler: doe je het juiste en zie je effect? Zo ja super, vier dat. Zo niet, ondanks je voorbereidingen en harde werk, heel jammer, maar hoe ga je dan verder? Onderzoek geeft daar input voor.'

'Ik ben persoonlijk heel trots op de plannen voor de **Boekenweek van Jongeren**. Die springt er voor mij uit



omdat het de moeilijkste doelgroep is. Alles wat je probeert lijkt maar beperkt aansluiting te vinden en de doelgroep verandert steeds. Dat maakt juist die campagne zo'n uitdaging.'

Boekentip

They are already here van Sarah Scoles. Een actuele casestudy over complotdenken en de media.