



verbouwstromen

Webinar: Campagnes die bewoners raken

15 januari 2026 - 15:00 - 16:30

Deel II webinarreeks bewonersactivatie

Wie zijn er vandaag?



Charley Ebbink – Thema ondersteuner
Bewonersactivatie bij Verbouwstromen



Jasper Koekoek – Campagne Strategie
bij De Nieuwe Zaak



Marcel Aalders – Marketing Strategie
bij True North Positioning

Praktisch

- Inhoudelijke vragen in de Q&A;
- Huishoudelijke zaken in de chat;
- Dit webinar wordt opgenomen;
- De terugkijmlink wordt naderhand gedeeld.

Vandaag

15:05 – Achtergrond en aanleiding campagnes

15:15 – Van onderzoek en theorie naar campagne-ontwerp

16:10 – Interactie op basis van vragen

16:25 – Afronding & vervolg

16:30 - Einde



Aanleiding & achtergrond

Over themawerkgroep bewonersactivatie

De opgave:

NIP

35 - 55% van de
NIP-huishoudens
heeft binnen 5 jaar
geïsoleerd

Conversie

Een campagne
levert gemiddeld
1% - 5% 'brief-
conversie' op

Hetzelfde doen

Als je steeds
hetzelfde blijft
doen, loopt de
conversie vaak
terug

Opgave = groter

De totale
isolatieopgave in
de koopsector is
2-4 keer groter en
dan zonder extra
subsidie

Constatering 2-daagse masterclass

Activatie is momenteel:

- Te veel vanuit onszelf;
- Te veel van hetzelfde;
- Te weinig gemeten;
- Te weinig uitgewisseld;
- Te veel in ons eentje.

**We willen anders en
beter, maar waar
halen we de tijd
vandaan?**



SAMEN AAN DE SLAG!

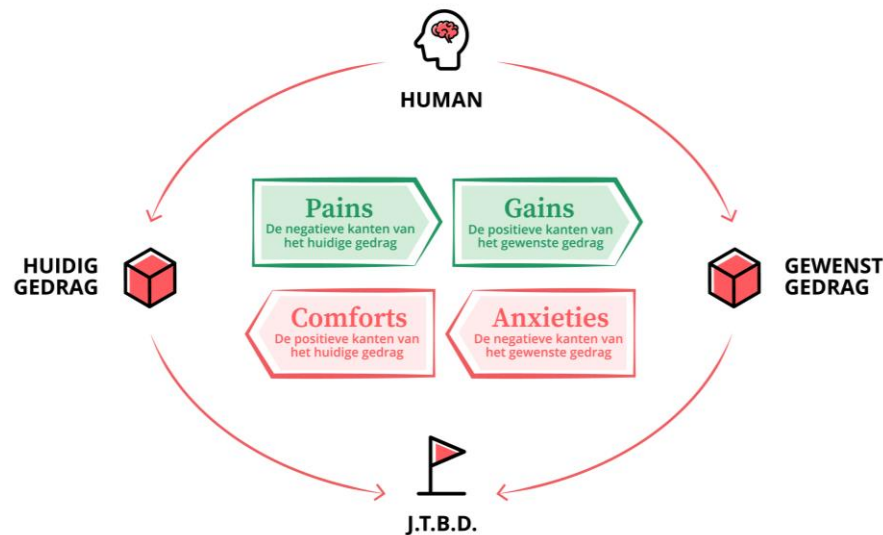
Themawerkgroep activatie:

Doel: 2x meer bewoners gaan over tot de aanschaf van isolatiemaatregelen



1. Bewoner écht centraal

Van inside-out naar outside-in



© All rights reserved SUE | Behavioural Design BV

2. Denken vanuit triggers

Van eigen moment naar aansluiten op kansrijke momenten

‘Kou” - campagne.

Direct in te zetten bij eerste koude dagen of sneeuw, varianten comfort en financieel.

*‘Meer huis voor je geld’ – campagne.
inspelen op het verhuismoment/
investering in woning.*

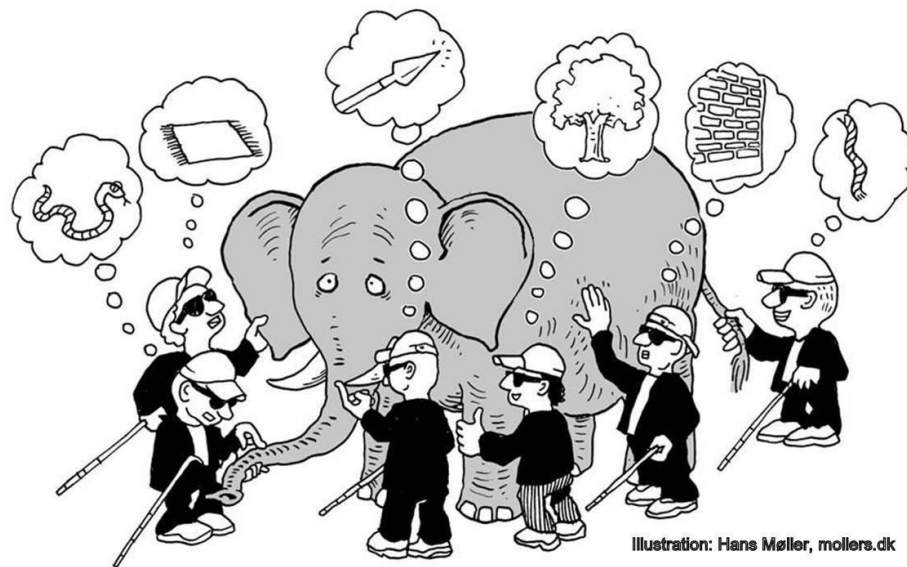
*‘Welkom thuis’/’tijd voor thuis’ – campagne.
Inspelen op woonbeleving, moment van
thuiskomen.*

*‘Buurman-wat-doet-u-nu’- campagne.
Inzetten op ambassadeurs*

*‘Meer vakantie?’ - campagne.
Inzetten rondom vakantiegeld.*

3. De kracht van samen

- Diversiteit
- Meten=weten
- Uitwisselen



Beoogd resultaat 2026*:

Elke campagne getoetst en conversies gemeten op minimaal 500 woningen per trigger in de praktijk: inzicht in conversies.

Campagnevariant per deelnemende regio per drijfveer en trigger tot aan de aanmeldknop met:

- *Klantreisontwerp obv onderzoek;*
- *Passende boodschap (beeld en tekst);*
- *Activatiemiddelen voor passende kanalen;*
- *Gepersonaliseerde landingspagina waar middelen naar navigeren.*

Een all-in bewezen campagnetoolbox die aansluit bij wat bewoners drijft en inspeelt op isolatietriggers, inzetbaar in heel Nederland en toepasbaar in o.a. brede offline/online campagnes en wijk- en buurtaanpakken.

Gecommitteerde deelnemers:

- 10 publieke samenwerkverbanden / regio's
- 10k per deelnemer inleg voor strategie, campagnetoolbox en onderzoek
- 500+ woningen per deelnemer om op te testen
- Akkoord met ZUIVER testen



En we nemen jullie stap voor stap mee combinatie van onderzoek en praktijktoets

Webinar 1 - 30 oktober

Belevingsthema's
vanuit bewoners t.a.v.
woningisolatie.

Webinar 2 – 15 januari

Belevingsthema's
vertaald naar campagne-
strategie en -ontwerp.

Webinar 3 – 11 maart.

Belevingsthema's
vertaald naar de
klantreis.

Webinar 4 – n.t.b.

Oplevering
campagnetoolbox en
resultaten praktijktoets.



En meer!: uitkomsten onderzoek over conversiebepalers, webinar Meer Maatregelen en Biobased.
Stay tuned!



**Gebaseerd op ontwerpen themawerkgroep door
De Nieuwe Zaak**

Van belevingsonderzoek naar campagnestrategie

15:15 – True North Positioning / Altuïtion

RATIO OF EMOTIE?





Wat is de terugverdientijd van...



**een nieuwe
keuken**

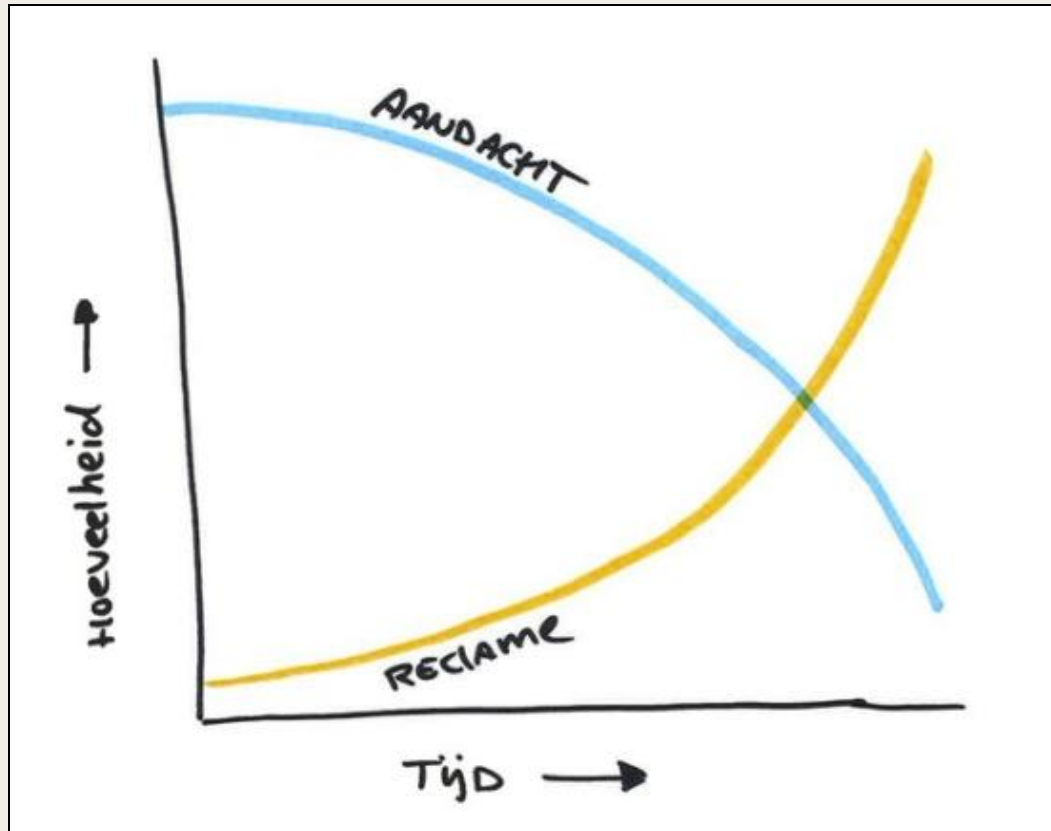


**je aanstaande
vakantie**



**je geliefde of
schoonmoeder**

INFOBESITAS: STEEDS MEER PRIKKELS, STEEDS MINDER AANDACHT





Onderwerp: Laat uw huis zorgeloos isoleren en bespaar op je energierekening

Beste inwoner,

Gemeente Amsterbosch helpt u graag met het verlagen van uw energierekening. Daarom organiseren wij een inkoopactie voor isolatiemaatregelen. Wilt u uw huis eenvoudig laten isoleren en meteen besparen op uw energiekosten? Doe mee met onze inkoopactie! Dankzij deze actie wordt het isoleren van uw woning voordelig en zonder gedoe geregeld. Zo woont u warmer in de winter, verlaagt u uw energierekening met gemiddeld € 218,- per jaar én nemen wij het meeste werk voor u uit handen. Isoleren was nog nooit zo makkelijk!

Wat kunt u laten isoleren?

U kunt kiezen uit de volgende maatregelen:

- Bodem/vloer
- Spouwmuur
- Schuindak binnenzijde
- Isolatieglas

Wat zijn de voordelen van deze inkoopactie via Winst uit je woning?

- Scherpe prijs door gezamenlijke inkoop
- Een Bespaarplan op maat
- Betrouwbare, (lokale) vakmensen – geselecteerd op kwaliteit en service
- Vaste contactpersoon – voor al uw vragen en begeleiding
- Gratis hulp bij subsidieaanvraag
- Beoordeeld met een 8,6 door 170.000 deelnemers



Hoe werkt de inkoopactie?

Winst uit je woning voert deze actie uit namens gemeente Amsterbosch.

Deelname aan deze inkoopactie inclusief Bespaarplan op maat en adviesgesprek kost u eenmalig € 29,- inclusief BTW.

1. Ga naar www.duurzaamrotterbosch/ of scan de QR-code hiernaast met de camera van uw telefoon.
2. Enthousiast? Meld u aan voor het adviesgesprek.
3. Een onafhankelijke adviseur komt bij u langs en adviseert hoe u het meeste bespaart.
4. Na het goedkeuren van de offerte isoleert een erkende uitvoerder uw huis.



Vragen of hulp nodig?

De meeste antwoorden vindt u op de website van Winst uit je woning:

www.winstuitjewoning.nl. Heeft u een andere vraag of spreekt u liever een medewerker? Neem dan contact op met de helpdesk van Winst uit je woning:

Telefoon: 023 - 583 69 36 (op werkdagen tussen 8:30 - 17:30)

Mail: info@winstuitjewoning.nl

Bent u geïnteresseerd? Meld u dan vóór 14 april 2025 aan.

Met vriendelijke groet,

M. Verdiijk

Wethouder gemeente Amsterbosch

VERDUURZAMEN IS ALS DATEN



CAMPAGNEMODELLEN: VAN EMOTIONEEL RAKEN NAAR VERKOPEN



DRIE DIMENSIES VAN MENSELIJKE MOTIVATIE



Genot vs. Pijn

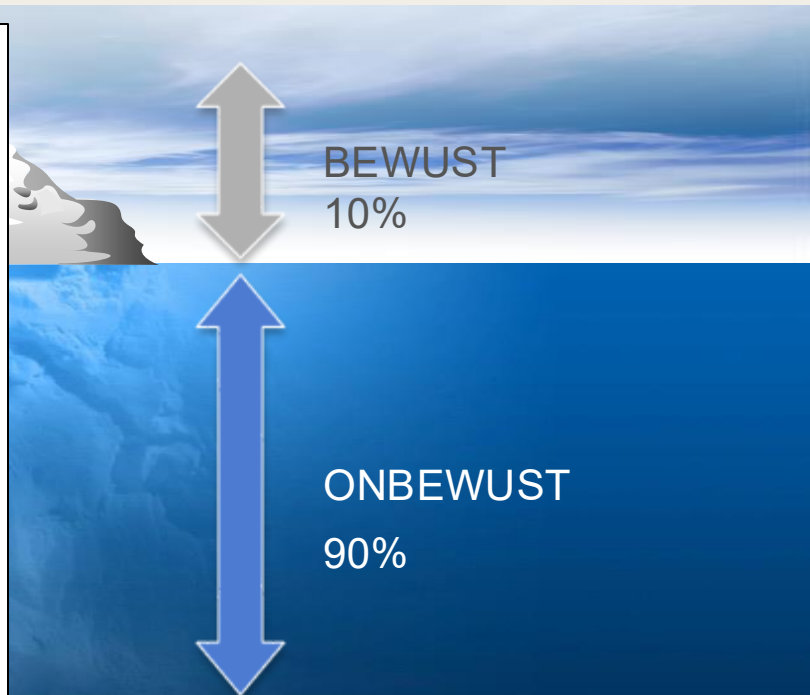
- Plezier nastreven
- Pijn vermijden

Hoop vs. Angst

- Hoop motiveert mensen door het vooruitzicht op verbetering of succes
- Angst motiveert door de wens om negatieve gevolgen te voorkomen

Sociale acceptatie vs. Sociale afwijzing

- Behoeftte om sociaal geaccepteerd te worden
- Angst voor sociale afwijzing vermijden



Booking.com

EUR [Registreer je accommodatie](#) **marcel aalders**
Genius Level 3

Verblijven

Vluchten

Vlucht + Hotel

Autoverhuur

Attracties

Luchthaventaxi's

Sóller

vr 17 okt — ma 20 okt

2 volwassenen · 0 kinderen · 1 kz

Zoek

[Home](#) > [Spanje](#) > [Balearen](#) > [Mallorca](#) > [Sóller](#) > Zoekresultaten



Me 10

Toon op kaart

Google Map data ©2025 Inst. Geogr. Nacional

Filter op:

Je budget (per nacht)

€ 50 - € 1.000+

Populaire filters

☐ Ontbijt inbegrepen

101

☐ Erg goed: 8+

173

☐ Gebaseerd op beoordelingen van gasten

☐ Bed & breakfasts

3

☐ Eigen badkamer

214

☐ Hostels

6

☐ Pensions

3

☐ Hotels

93

☐ Wellnesscentrum

38

Slimme filters

Waar ben je naar op zoek?

Voorbeeld: Ik zoek een plek met

226 accommodaties in en in de buurt van Sóller

Lijst

Raster

We hebben je zoekopdracht uitgebreid omdat er slechts 12 accommodaties beschikbaar zijn in Sóller voor jouw datums op onze site.



Finca Cas Sant ★★★★★

[Sóller](#) [Toon op kaart](#) 0,6 km van het centrum

Superior Tweepersoonskamer met 1 of 2 bedden en een Terras

Meerdere bedtypes

✓ Geen vooruitbetaling nodig – betaal bij de accommodatie

Nog maar 1 kamer voor deze prijs op onze site

Voortreffelijk

242 beoordelingen

Locatie 9,8

3 nachten, 2 volwassenen

€ 958

Inclusief belastingen en toeslagen

Bekijk beschikbaarheid

Vergelijkbare accommodaties die je misschien leuk vindt

Op basis van je opgeslagen accommodaties in Sóller



Agroturismo Muleta de Ca S'hereu

Pension ★★★★★

9.6 Voortreffelijk · 177 beoordelingen



Can Veri Suites

Hotel

9.6 Voortreffelijk · 241 beoordelingen



Hotel Can Roses

Hotel ★★★★★

9.3 Fantastisch · 311 beoordelingen



Hotel Rural Nou Dalt Muntanya

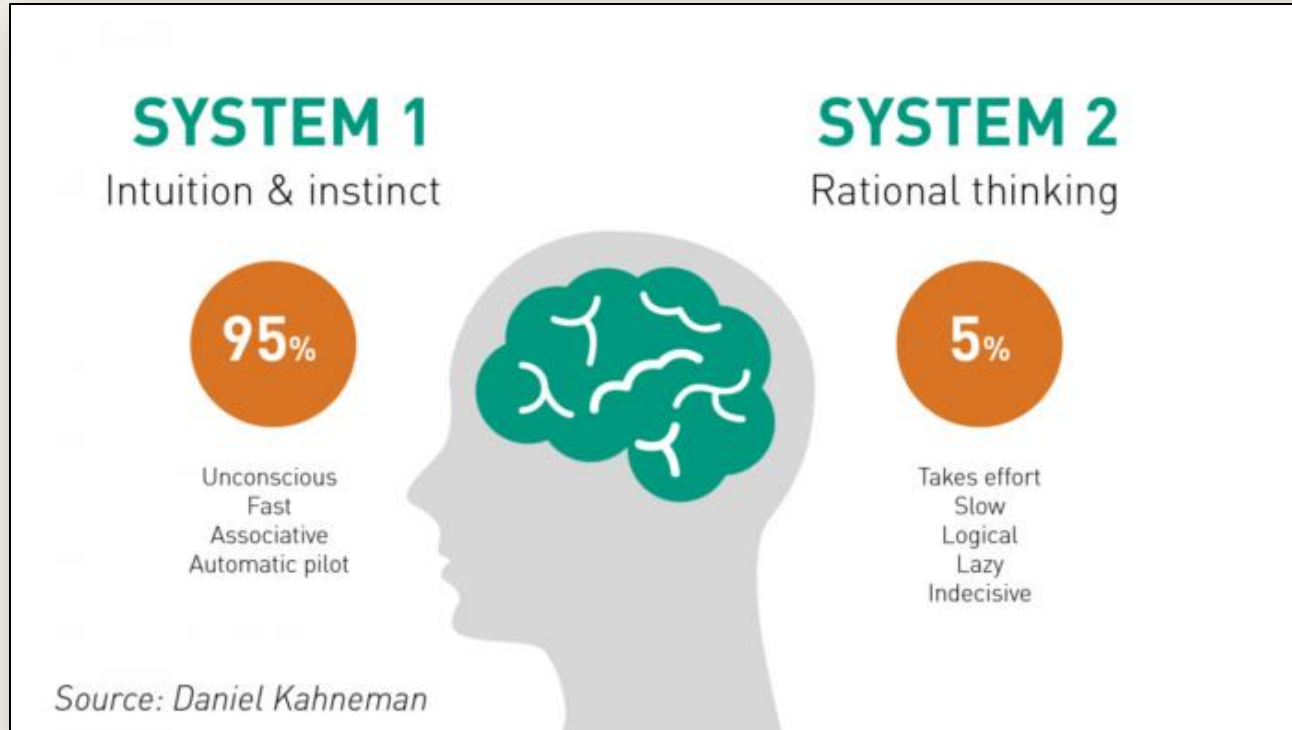
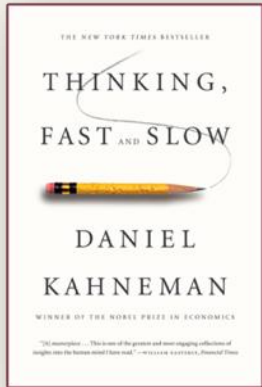
Hotel ★★★★★

8.7 Heerlijk · 436 beoordelingen

True North Positioning bv

25

KAHNEMAN: SYSTEM 1 VS. SYSTEM 2



KAHNEMAN: SYSTEM 1 VS. SYSTEM 2

Kahnemann:

“Thinking is to humans as swimming is to cats; they can do it but they’d prefer not to.”



**“Mensen denken
niet graag na —
dus merken die
het makkelijk
maken, winnen.”**

- Ons brein kiest automatisch voor de weg van de minste weerstand.
- Eenvoud, herkenbaarheid en emotionele helderheid zorgen dat je boodschap blijft hangen.
- De kunst is niet méér zeggen, maar beter begrepen worden.

**TRUE
NORTH**
POSITIONING

KAHNEMAN: SYSTEM 1 VS. SYSTEM 2



Probeer het 'bat-and-ball' probleem op te lossen om te zien hoe de twee systemen werken:

- Een slaghout en bal kosten samen € 1,10.
- Het slaghout kost 1 euro meer dan de bal.
- Hoeveel kost de bal?



ONS BREIN HAAT KEUZESTRESS (TIME WELL SPEND UITGEZONDERD)



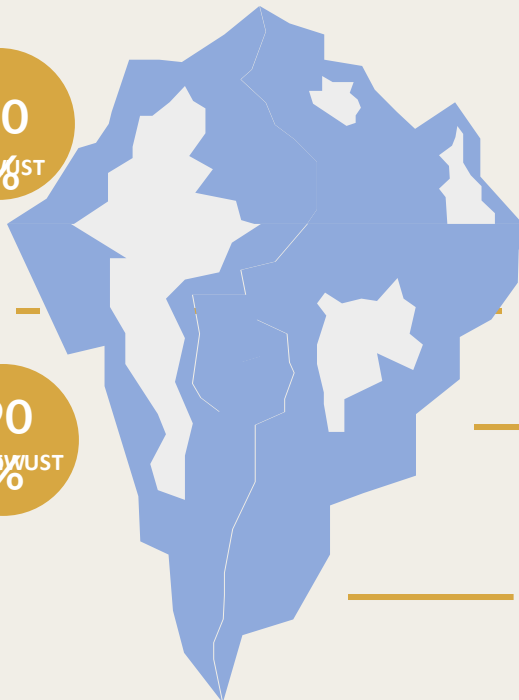
BELEVINGSONDERZOEK ALS BASIS



Emoties & gevoelens worden ervaren in het bewustzijn, maar aangestuurd door het **onbewuste**

10
BEWUST
%

90
ONBEWUST
%



90% - 95% van onze gedachten vindt plaats in ons **onbewuste**, in beeld en metaforen

Gerald Zaltman – emeritus hoogleraar aan de Harvard Business School – heeft bewezen dat er sprake is van een **sterke gemeenschappelijkheid** in het onbewuste

Kwantitatieve onderzoeken, focusgroepen en klantpanels **dringen niet door** tot het onbewuste, **kwalitatieve onderzoeken** wel

WAT HET ONDERZOEK OPLEVERDE (SNELLE RECAP)



Betekenisvol

Behoeften die bijdragen aan de **identiteit**

Jezelf zijn of laten zien; ergens bij horen, van betekenis zijn, jezelf ontwikkelen, 'voortbestaan', vrij, onafhankelijk, maatschappelijke waarde of milieuwaaarde

Verbinding

Behoeften die bijdragen aan de **verbinding** en **relatie** met de organisatie

Oog voor en handelen naar mij en mijn situatie, de juiste aandacht op het juiste moment, het beste product voor mij, op maat, voorbereid zijn, next-best-activity

Controle & Grip

Behoeften en **voorwaarden** voor de **operationele (samen)werking**

Inzicht in het proces, begrip van de stappen en doorlooptijd, status waar ik ben in het proces, zelf bijsturen van het proces, begrijpen van tussen- en eindproduct

THEMA'S OP DE BELEVINGSPIRAMIDE





1. Door de bomen het bos niet meer zien

- **Gebrek aan overzicht en duidelijkheid.** Informatie over isolatie is versnipperd, vaak tegenstrijdig en subsidies zijn onvoldoende transparant. Dit zorgt voor verwarring en onzekerheid bij huiseigenaren.
- **Isolatieprojecten zijn vaak complexer dan verwacht.** Kleine maatregelen lopen al snel uit op grotere en duurdere ingrepen, wat leidt tot stress en het gevoel dat niets doen veiliger is dan beginnen.
- **Sterke behoefte aan richting en prioritering.** Zonder een helder stappenplan – wat eerst, wat later en wat direct gecombineerd moet worden – stellen mensen hun besluitvorming uit.

2. Gedoe

- **Isoleren voelt als veel gedoe en onzekerheid.** Het vraagt veel uitzoekwerk, regel, een forse investering en brengt rommel met zich mee. Daarbij speelt angst voor gedoe met aannemers of subsidies die niet (volledig) worden toegekend.
- **De praktische en emotionele belasting is hoog.** Isoleren betekent tijdverlies, vrij nemen van werk, rommel in huis en stress door uitlopende en duurdere projecten.
- **Weinig directe opbrengst maakt alternatieven aantrekkelijker.** Omdat de voordelen pas op lange termijn zichtbaar zijn, geven mensen de voorkeur aan investeringen die direct resultaat en plezier opleveren.

3. Wat levert het me op?

- **Behoefte aan duidelijk financieel overzicht.** Mensen willen exact weten wat isoleren kost, wat het oplevert en hoe snel het terugverdiend wordt. Zonder dit inzicht voelt de investering te risicovol.
- **Onzekerheid over subsidies en lange terugverdientijd vermindert vertrouwen.** Subsidies zijn onduidelijk en worden gezien als klein extraatje, terwijl voordelen pas laat of nauwelijks merkbaar zijn.
- **Voorkeur voor grip en gefaseerde aanpak.** Door verduurzaming in duidelijke stappen te doen, houden mensen overzicht, voorkomen ze financiële verrassingen en voelt de investering behapbaarder.



4. Wie kan ik vertrouwen?

Tegenstrijdige en commerciële adviezen leiden tot wantrouwen. Verschillende partijen geven uiteenlopende verhalen, waardoor mensen bang zijn voor misleiding en verkeerde investeringen.

Negatieve aannemerservaringen vergroten de drempel. Verhalen over slecht werk, vertragingen en hogere kosten maken de keuze voor een partij onzeker en risicovol.

Sterke behoefte aan zekerheid en betrouwbaarheid. Mensen willen vóór de start weten dat het proces haalbaar is, dat de planning en kosten klopt.

5. Neem mij bij de hand

Sterke behoefte aan onafhankelijke begeleiding. Mensen voelen zich aan hun lot overgelaten en willen één aanspreekpunt dat overzicht biedt en hen stap voor stap door het isolatieproces leidt.

Gebrek aan vertrouwen in commerciële partijen. Onafhankelijk, persoonlijk advies wordt betrouwbaarder gevonden, omdat commerciële aanbieders vaak als te veel gedreven door eigen belang worden gezien.

Maatwerk en procesinzicht geven zekerheid. Advies moet specifiek afgestemd zijn op de eigen woning en inzicht geven in stappen, keuzes en opbrengsten. Dit vergroot vertrouwen, vermindert stress en maakt het proces behapbaar.



6. Mijn leven, mijn keuzes

- **Sterke behoefte aan autonomie.** Mensen willen zelf bepalen of, wanneer en met welke partij zij isoleren. Druk of opgelegd beleid roept weerstand en frustratie op.
- **Wantrouwen in overheid en beleid.** Inconsistent beleid en tijdelijke subsidies maken mensen sceptisch en afwachtend; ze willen niet in een "hype" geduwd worden.
- **Voorkeur voor eigen regie en voorbereiding.** Zelf onderzoek doen en opties vergelijken geeft grip, voorkomt afhankelijkheid van één partij en versterkt het gevoel van controle.

7. Comfortabel (t)huis

- **Comfort als motivatie.** Ongemakken zoals tocht of koude vloeren motiveren om te isoleren en het huis prettiger en leefbaarder te maken.
- **Balans tussen voordelen en risico's.** Isoleren levert rust, lagere kosten en toekomstbestendigheid op, maar roept ook angst op voor schade of aantasting van de woning.
- **Meerwaarde als extra stimulans.** Een hoger energielabel en stijgende marktwaarde worden gewaardeerd, al willen sommige bewoners het karakter van hun huis behouden.

8. Mijn duurzame steentje bijdragen

- **Duurzaamheidsbijdrage als motivatie.** Mensen willen hun verantwoordelijkheid nemen voor het klimaat, maar de hoge investeringen in isolatie moeten wel in verhouding staan tot de opbrengsten.
- **Behoeftte aan zichtbaar en voelbaar effect.** Comfortverbetering en merkbare resultaten (zoals minder tocht) geven voldoening en trots dat de investering daadwerkelijk verschil maakt.
- **Twijfel over opgelegde en massale verduurzaming.** Er is scepsis over de noodzaak en richting van collectieve maatregelen, mede door zorgen over grondstoffen en het gevoel dat verduurzaming te veel wordt opgelegd.

Van campagnestrategie naar campagneontwerp

15:30 – De Nieuwe Zaak



Q&A

Tot slot

Vooruitblik en niks missen?

Welkom bij de community!

Webinar 1 – 30 oktober

Belevingsthema's
vanuit bewoners t.a.v.
woningisolatie.

Webinar 2 – 15 januari

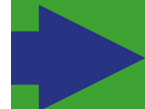
Belevingsthema's
vertaald naar campagne
-strategie en -ontwerp.

Webinar 3 – 11 maart

Belevingsthema's
vertaald naar de
klantreis.

Webinar 4 – n.t.b.

Oplevering
campagnetoolbox en
resultaten praktijktoets.



En meer!: uitkomsten onderzoek over conversiebepalers, webinar Meer Maatregelen en Biobased.

Stay tuned!

←→🔍

verbouwstromen.nu/zo-actieveer-je-bewoners-hun-woning-te-verduurzamen/?_gl=1*6yqe4r*_up*MQ_*_ga*MTE4NjUwMDA5OC4xNzY4NDY1MTg5*_ga_G1V12TZG88*czE3Njg0NjUxODkzbzEkZzAkdDE3...

☆🔒

Over onsVacaturesContactLinkedIn

 **verbouwstromen**

Voor wie👤

Kennis & Nieuws📄

Aan de slag👤

🔍

Zo activeer je bewoners hun woning te verduurzamen

Steeds meer woningeigenaren isoleren hun huis, maar er is ook een grote groep die nog niet in actie komt. Ze weten dat het verstandig is om hun huis te isoleren, maar van weten naar doen is vaak een te grote stap. De boodschap dat ze subsidie krijgen om hun huis te isoleren, werkt vaak onvoldoende. Maar wat werkt dan wel?



Webinar 1 terugkijken?

- Kijk op [Verbouwstromen.nu](https://verbouwstromen.nl)
 - Navigeer naar agenda – webinars
- Of zie onderstaande link (deze slides sturen we na!)

[Webinar Resultaten Bewonersonderzoek - Verbouwstromen](#)

AANMELDEN WEBINAR 3 – 11 maart

**“Een ideale klantreis:
van campagnetriggers naar
propositie en waar-maak
gedrag”**

11 maart

10.30 - 11.45



Bedankt!

En tot de volgende!