

Brugeranalyse april 2010 - konklusion

Man kan let forledes til at basere sin "viden" om en bestemt målgruppe på almindelige antagelser om deres alder, it-vaner og præferencer.

Med HFB's netop afsluttede brugerundersøgelse har i alt 490 arkitekter, ingeniører, bygningskonstruktører givet os ny, valid viden om, hvad brugerne egentlig mener om opslagsværket, og hvordan de bruger det. Fx ved vi nu, at brugergruppen under 40 år imod forventning er flittige brugere af den trykte version af HFB og vi ved, at fire ud af fem brugere mener, at HFB indfrier ambitionen om at være branchens bedste opslagsværk.



CENTRALE POINTER:

hfb.dk er en central kilde til information om byggeprodukter

Næst efter Google er hfb.dk den kilde til information om byggeprodukter som flest respondenter bruger. Det er ikke overraskende, at 90 % bruger Google, men hfb.dk kommer ind på en suveræn 2. plads med 62 %. På fjerdepladsen (41 %) ligger den trykte udgave af HFB.

Som leverandør eller producent er hfb.dk derfor et oplagt sted at være repræsenteret. Ud over, at det er en udbredt kilde til information om byggeprodukter, hjælper en optagelse i hfb.dk på leverandørens placering i søgeresultaterne i Google. En optagelse i HFB styrker derfor synligheden markant i begge de to væsentligste kilder til produktinformationer, som de potentielle kunder bruger.

Byggeprodukter på bogform er stadig i live

Trods digital tilgængelighed foretrækker hver femte respondent at finde byggeprodukter i den trykte version af HFB. De fleste foretrækker selvfølgelig den digitale version (43 %), men ud af de 490 adspurgte er der 86 potentielle kunder (19 %), der foretrækker at bladre i bogen. Derudover foretrækker godt hver tredje (37 %) begge versioner lige meget.

Mixet af den digitale database, hfb.dk, og det trykte HFB katalog er altså stadig det rette mix for respondenterne og derfor også for leverandører og producenter, der indrykker produktsiderne.

Mixet imødekommer begge præferencer hos brugerne og produktinformationerne når dermed ud til en bred gruppe af professionelle, potentielle kunder.

HFB er også for de unge

Over en tredjedel (34 %) af dem, der har besvaret undersøgelsen er under 40 år, 39 % er mellem 41 og 55 og 26 % er over 55 år. Undersøgelsen viser, at de yngre arkitekter og ingeniører i høj grad bruger både hfb.dk og den trykte version. 58 % af de under 40-årige foretrækker den trykte version eller begge versioner lige meget. 41 % foretrækker entydigt hfb.dk. Selvom den ældste gruppe af brugere er den gruppe, der bruger den trykte version mest (24 %) bruger denne gruppe også meget gerne hfb.dk (36 %).

Der er en langt mindre skarp aldersfordeling af præferencer for henholdsvis hfb.dk og HFB, end man måske skulle tro. Bogen er ikke kun for de ældre og nettet ikke kun for de yngre. Dette betyder, at man med en optegnelse i HFB og hfb.dk bliver repræsenteret i medier, der når ud til både de yngre og de ældre kundegrupper, og det betyder også, at bogen stadig har sin klare berettigelse i alle aldersgrupper.

Roser til HFB

De professionelle brugere giver generelt HFB rigtig gode karakterer. Hele 93 % af respondenterne finder HFB anbefalelsesværdig som informationskilde. 81 % er enige eller meget enige i, at HFB indfrier ambitionen om at være branchens bedste opslagsværk og 79 % er meget tilfredse eller tilfredse med indholdet af hfb.dk.

Det er ingen hemmelighed, at også HFB har været ramt af krisen og af en større tilbageholdenhed med markedsføringskronerne. Det til trods er der stor tilfredshed med opslagsværket, som de, der bruger det, finder både anbefalelsesværdigt og troværdigt.

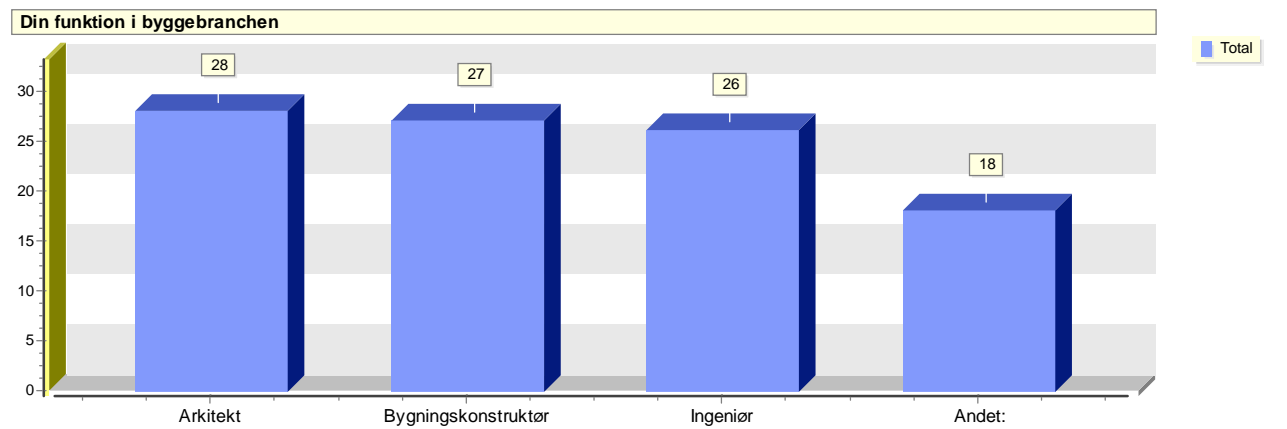
HFB analyse april 2010

490 respondenter

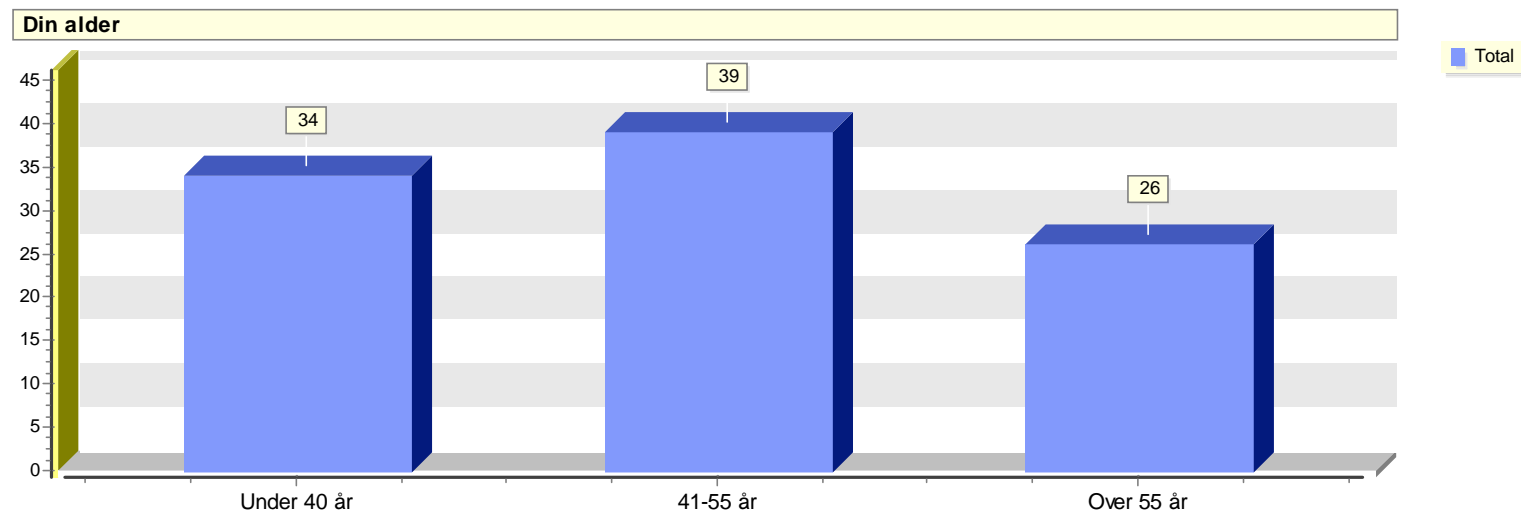
**Analysen annonceret i 6 annoncer i Bygnet nyhedsbrev,
8.200 modtagere**

Analysens resultater er opgivet i % af respondenterne

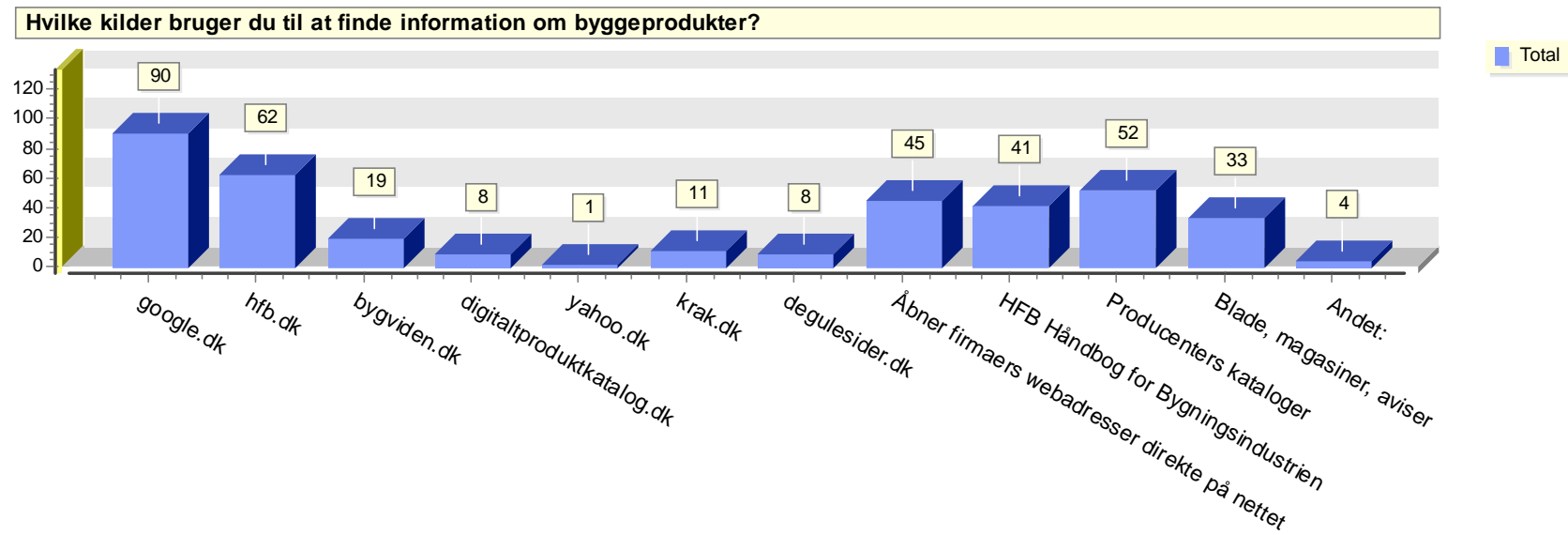
HFB analyse april 2010



HFB analyse april 2010

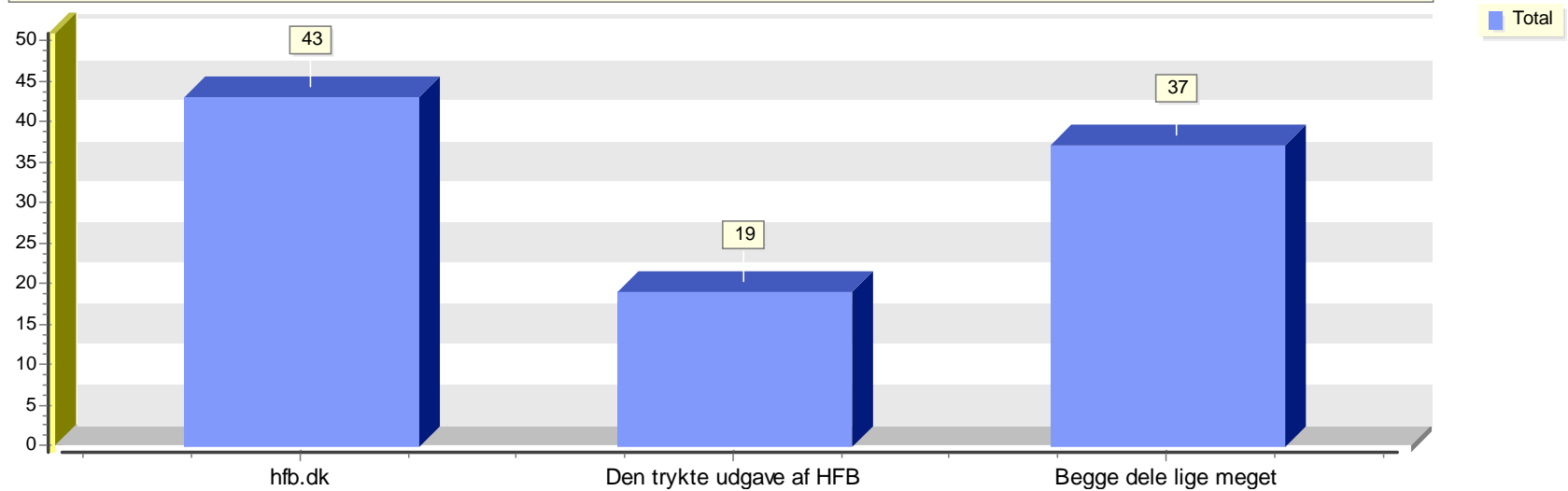


HFB analyse april 2010



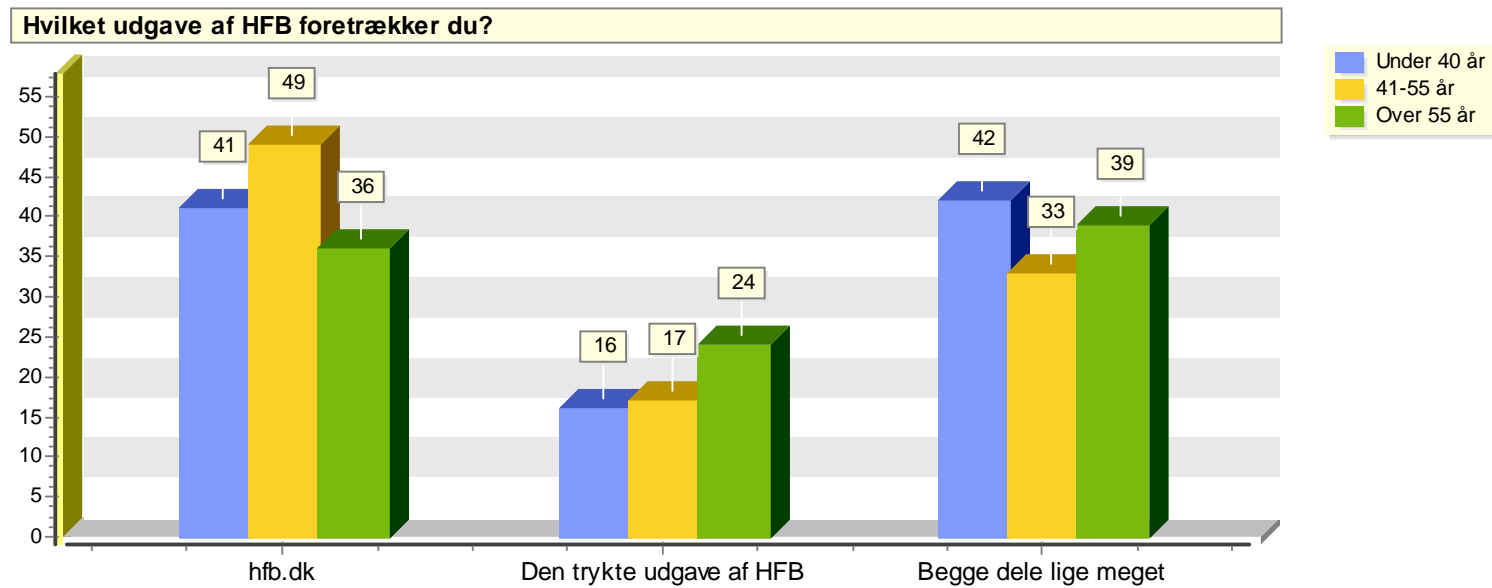
HFB analyse april 2010

Hvilket udgave af HFB foretrækker du?

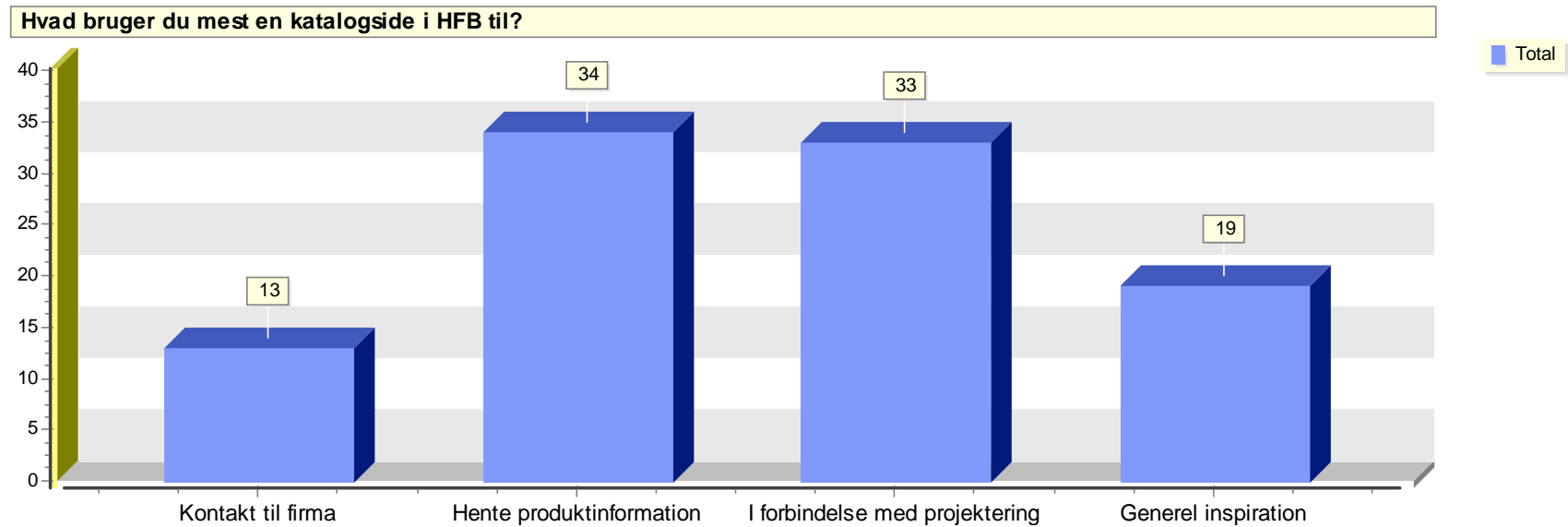


HFB analyse april 2010

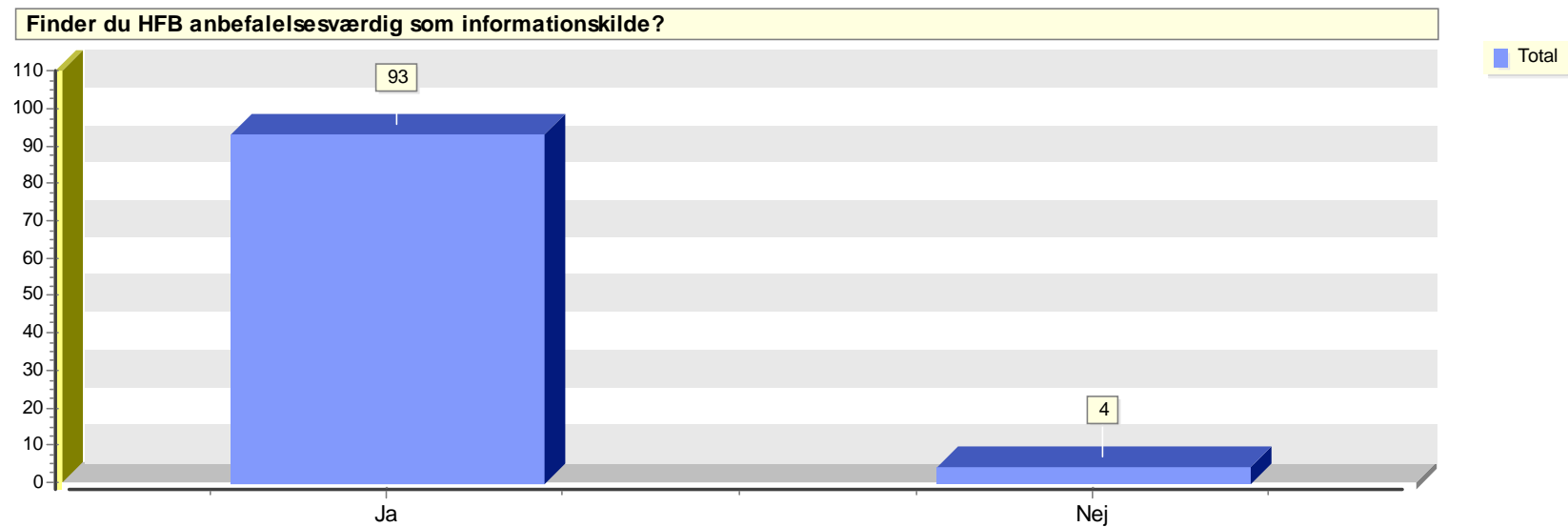
Alder i forhold til brug af HFB



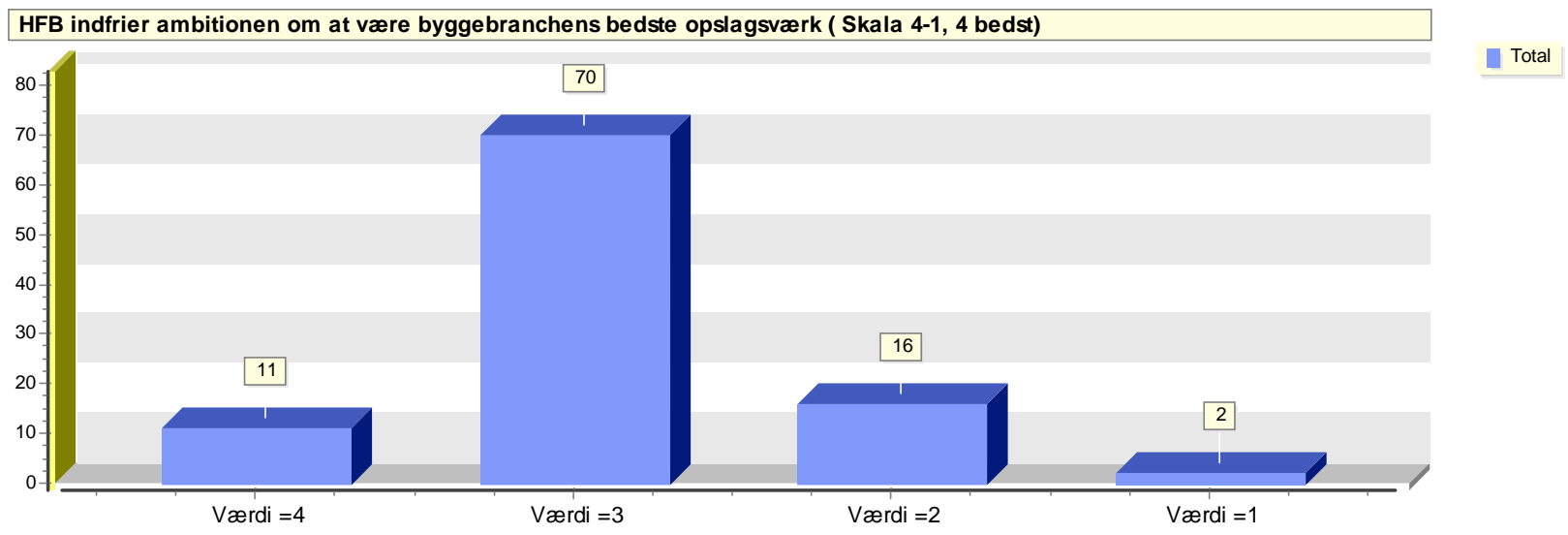
HFB analyse april 2010



HFB analyse april 2010

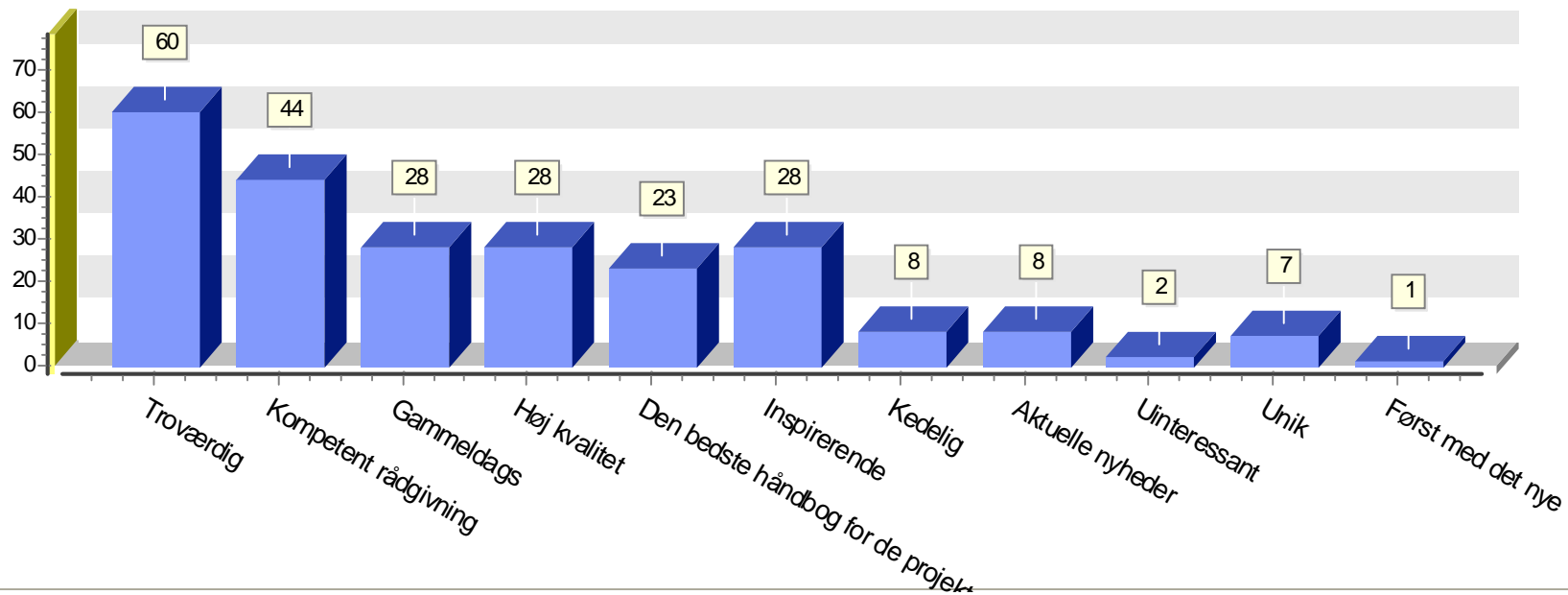


HFB analyse april 2010



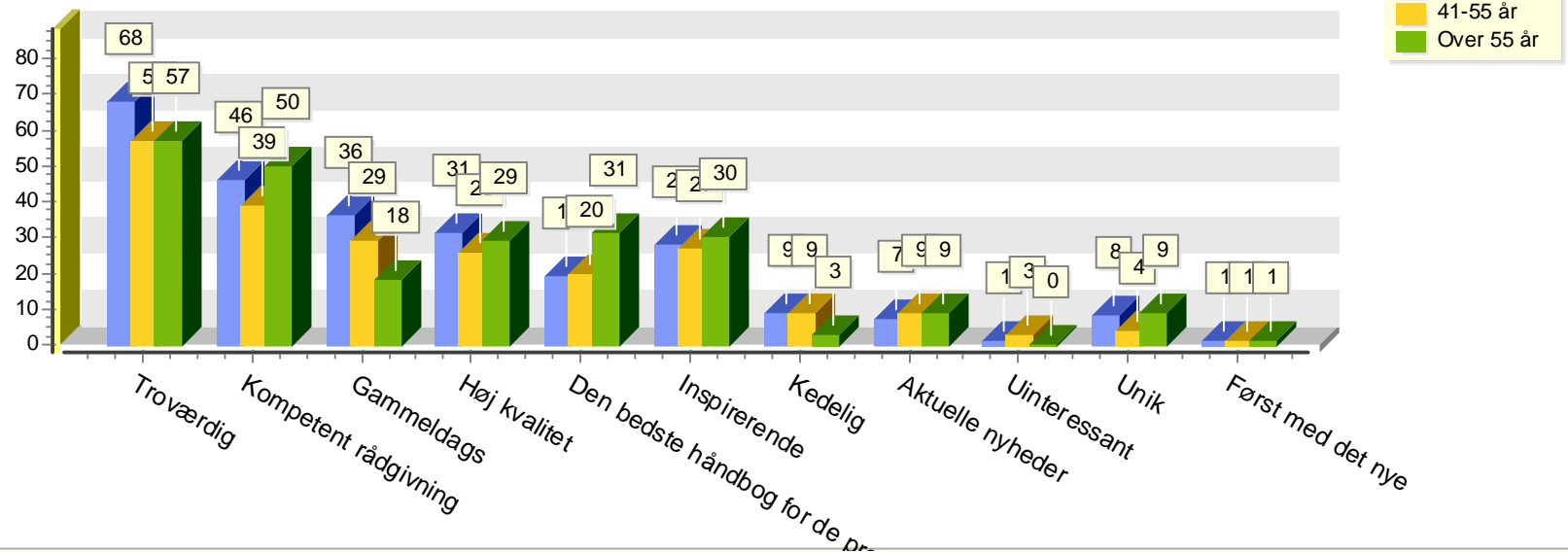
HFB analyse april 2010

Hvilke ord synes du passer på HFB - den trykte udgave?
 - sæt kryds ved alle de ord, du synes er relevante



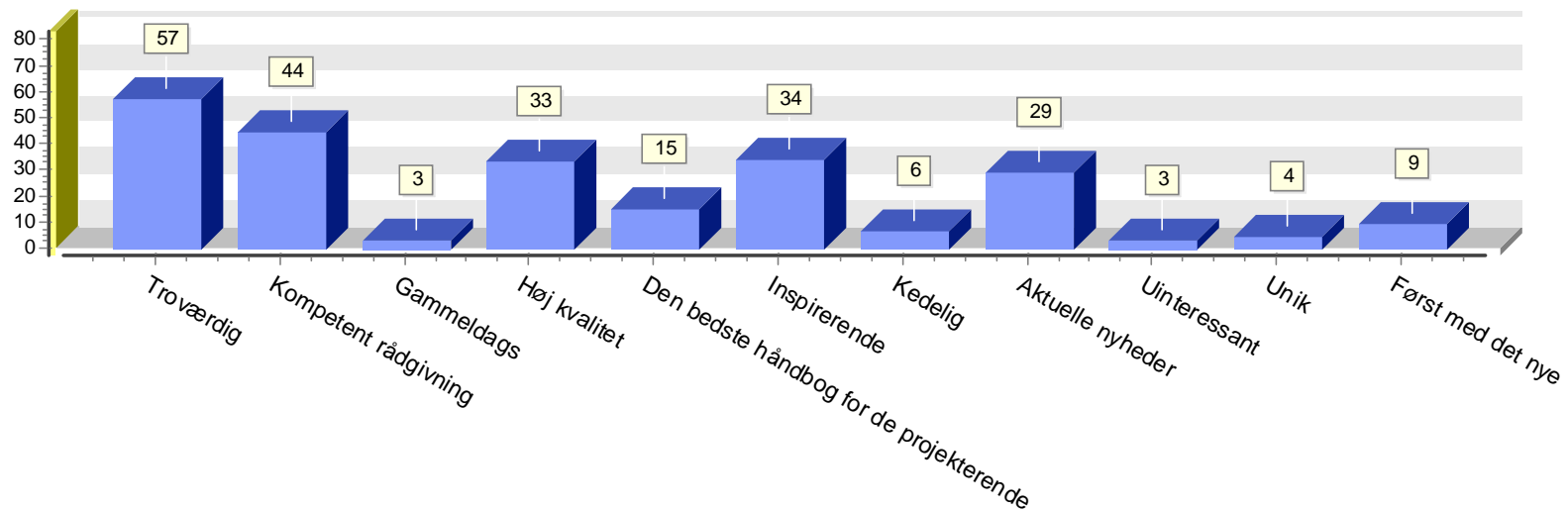
HFB analyse april 2010

Hvilke ord synes du passer på HFB - den trykte udgave?
 - sæt kryds ved alle de ord, du synes er relevante



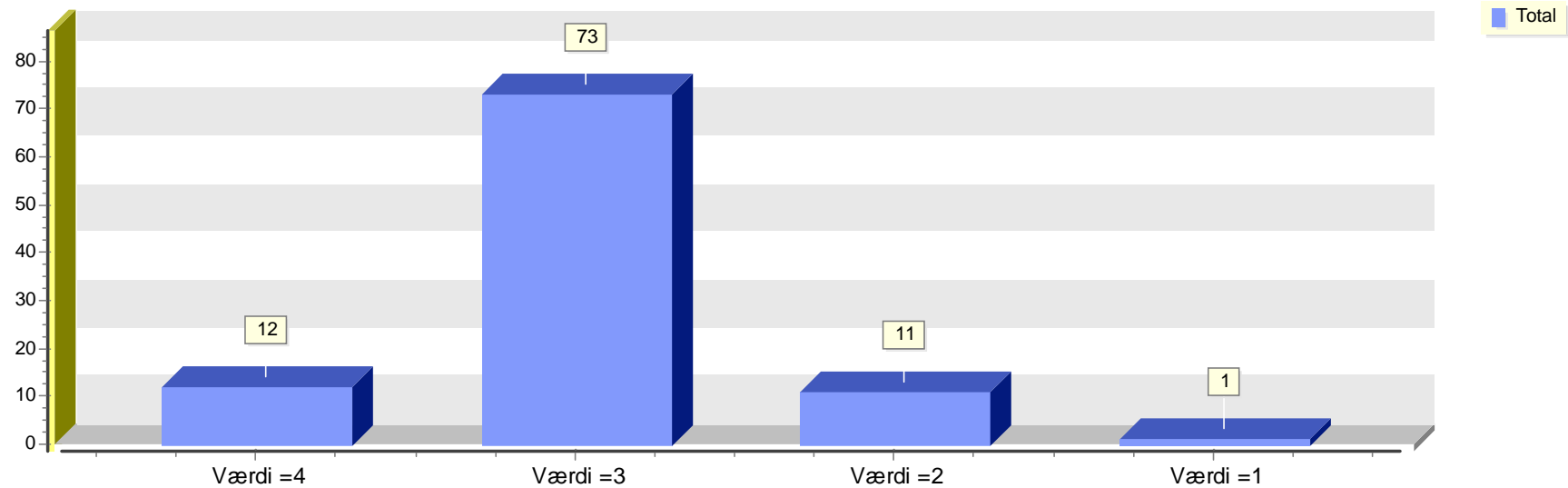
HFB analyse april 2010

Hvilke ord synes du passer på HFB's hjemmeside, hfb.dk?
 - sæt kryds ved alle de ord, du synes er relevante

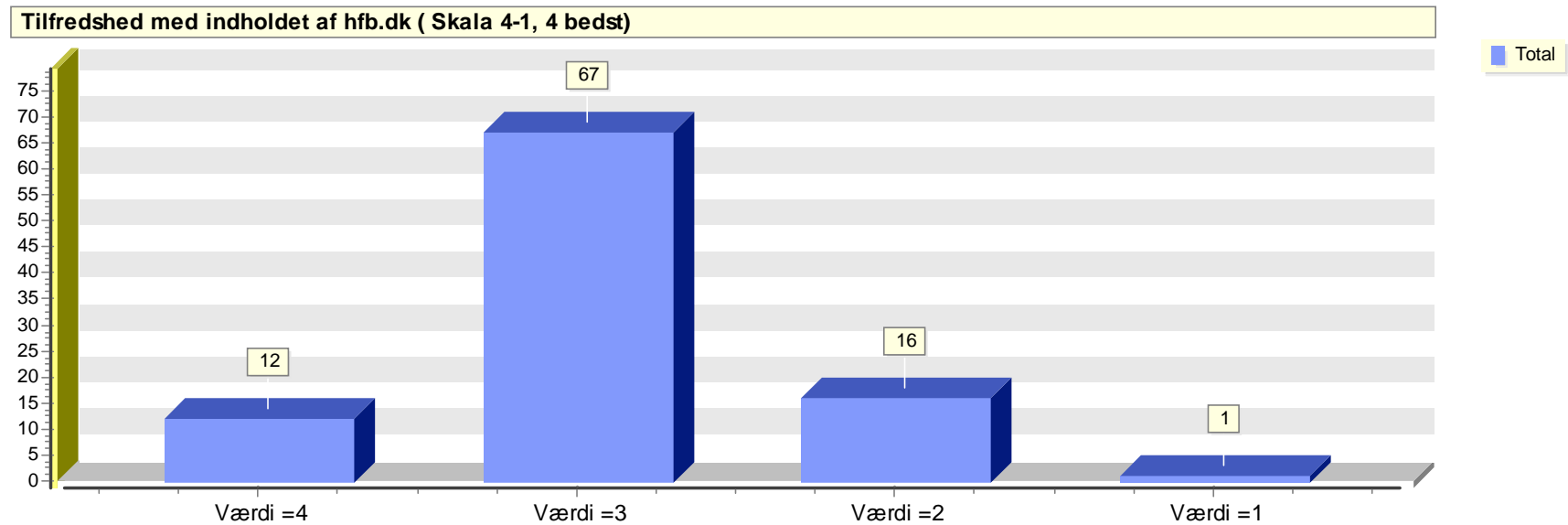


HFB analyse april 2010

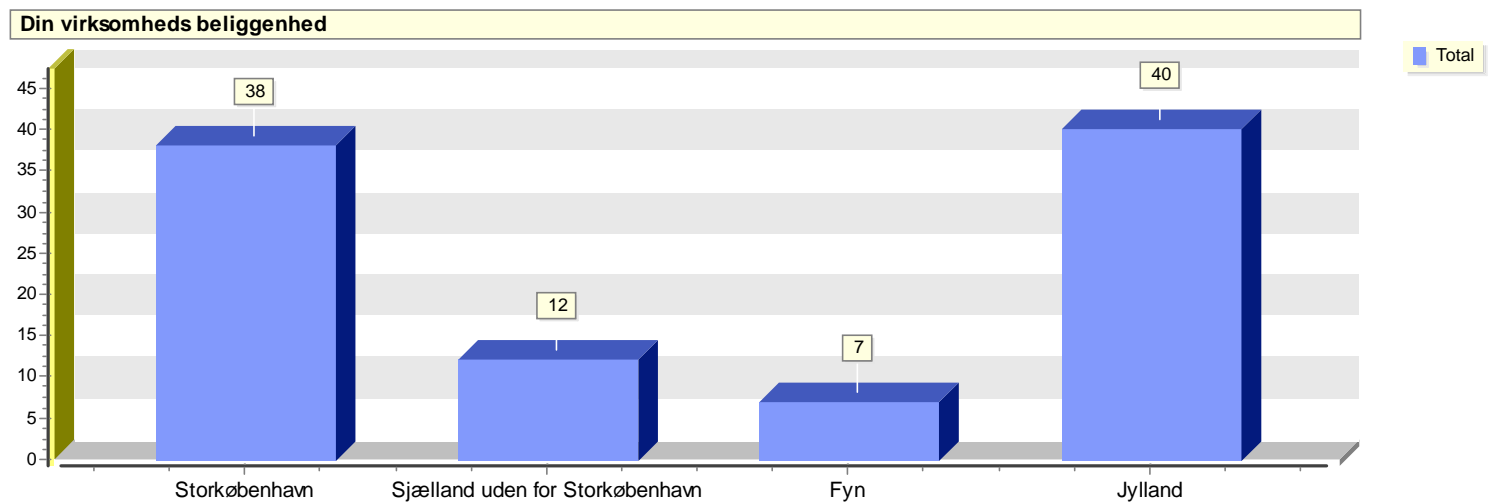
Graden af brugervenligheden af hfb.dk (Skala 4-1, 4 bedst)



HFB analyse april 2010



HFB analyse april 2010



HFB analyse april 2010

