

Scouting Nederland

Leden en Vrijwilligers in beeld





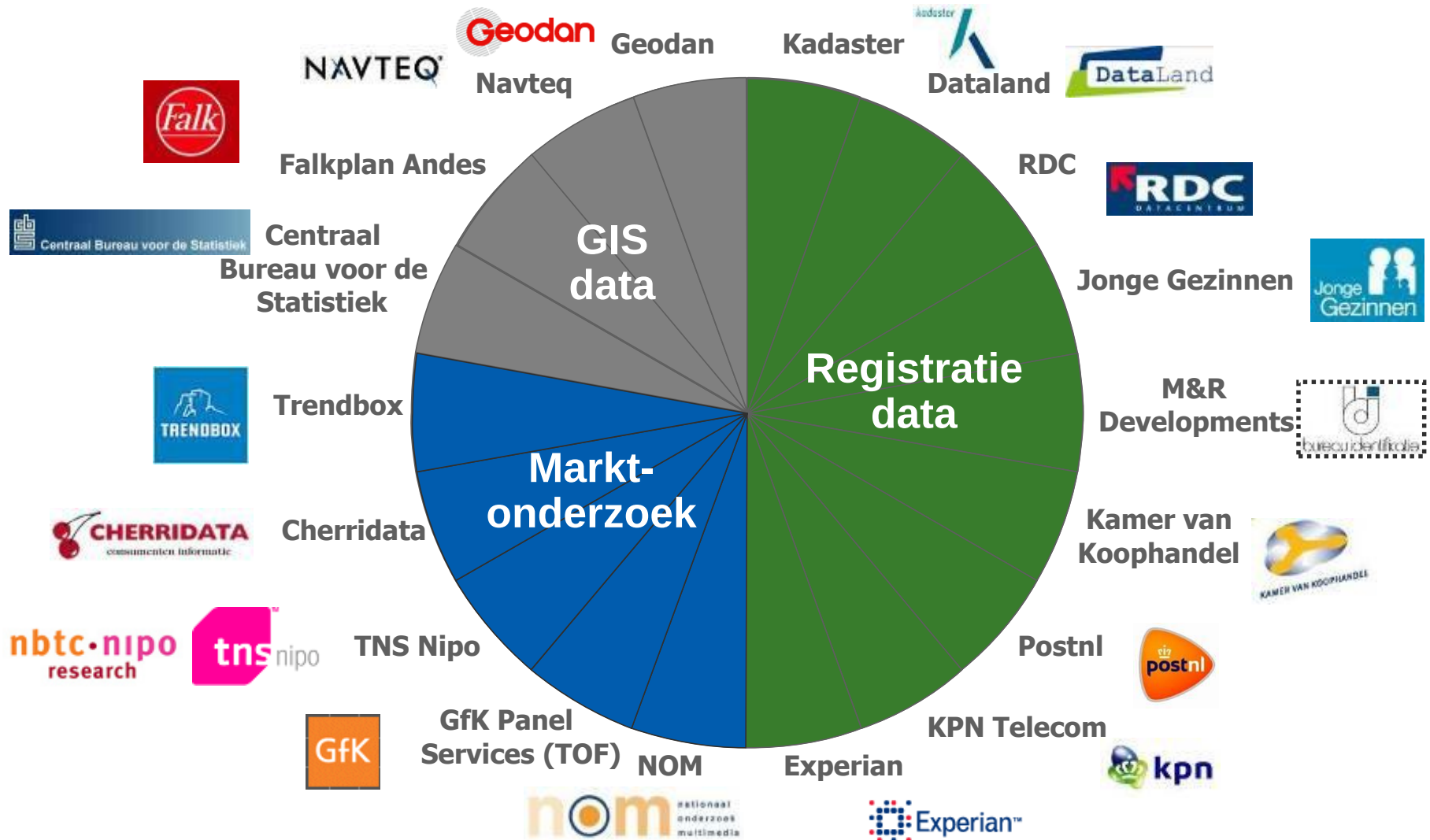
1. Uitgangspunten, inhoud en Experian aanpak
2. Analyse en inzicht Leden
3. Vastgestelde primaire Doelgroepen



- Verzamelen consumentinformatie bij **openbare bronnen**
 - ▶ waar mogelijk landelijk dekkende registratiegegevens op adresniveau
- Hiermee bouwen we een database met daarin volledige informatie over **alle 7,3 miljoen** Nederlandse huishoudens
- Om de informatie toegankelijk te maken, creëren we hierop huishouden **segmentaties**
 - ▶ 1 van die segmentaties is **Mosaic huishouden**
- De Experian database bevat gedetailleerde informatie over demografie, geografie, lifestyle, hobby's & interesses, mediagebruik, reisgedrag, etc. Hiermee kan Scouting Nederland een **360 graden klantbeeld** creëren voor zo relevant mogelijke communicatie met haar klanten



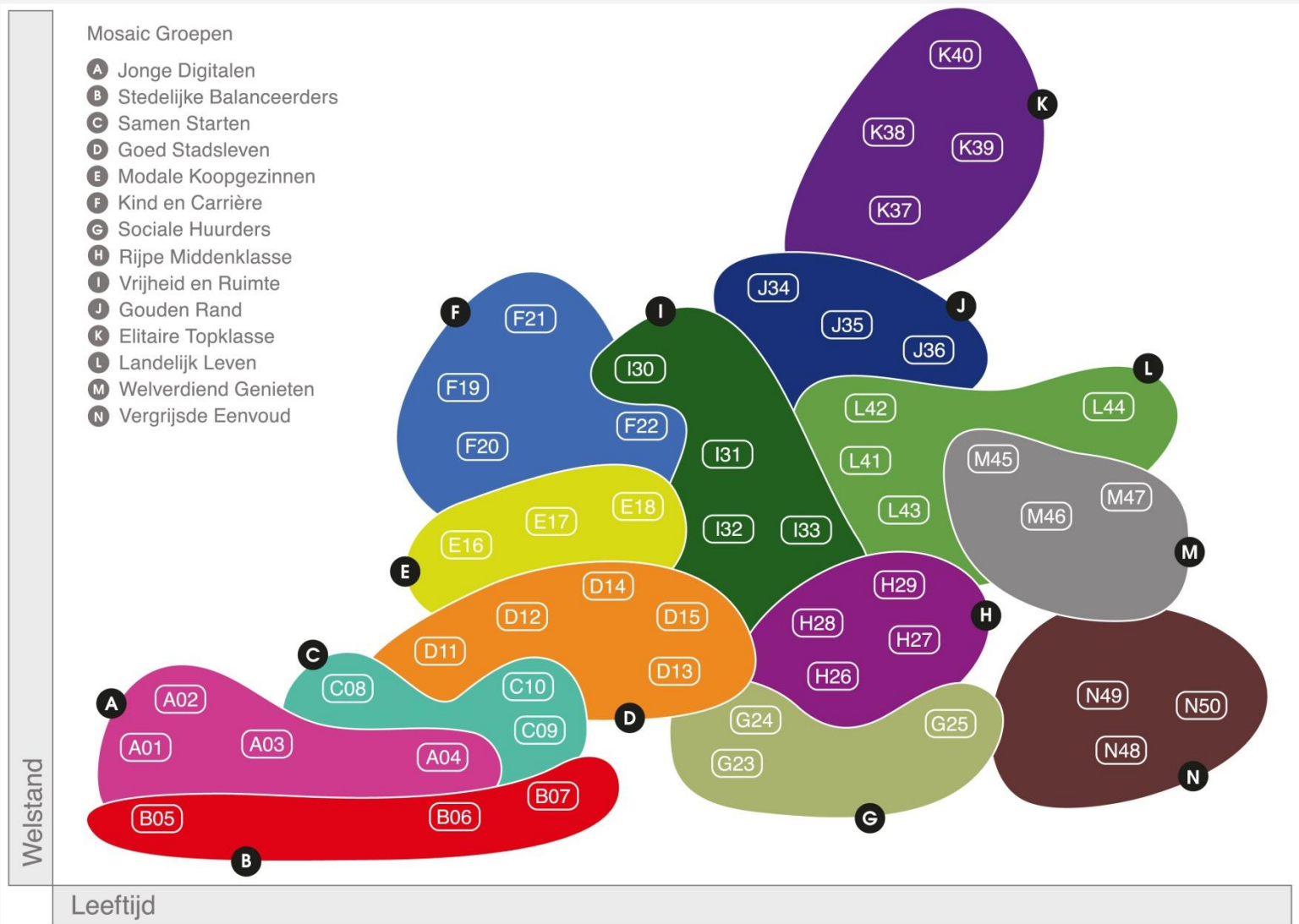
Databronnen van Experian





Mosaic Huishouden

14 groepen en 50 typen





Mosaic Huishouden uitleg

Een Groep in detail: Kind en Carrière





Uitgangspunten, inhoud en Experian aanpak



- Scouting Nederland wil graag inzicht verkrijgen in haar leden en vrijwilligers en heeft daarom de volgende vragen gesteld:
- *Wie is de doelgroep in het algemeen en uitgesplitst in*
 - ▶ *Stedelijk 4 tot 11 jaar*
 - ▶ *Stedelijk 12 tot 18 jaar*
 - ▶ *Landelijk 4 tot 11 jaar*
 - ▶ *Landelijk 12 tot 18 jaar*
 - ▶ *Stedelijk Vrijwilligers (speltakleiding)*
 - ▶ *Landelijk Vrijwilligers (speltakleiding)*
 - ▶ *Stedelijk Vrijwilligers (groepsbestuurders)*
 - ▶ *Landelijk Vrijwilligers (groepsbestuurders)*



Analyse en inzicht Mosaic Huishouders



1 Begrijpen van de consument en markt

- Begrijp hoe klanten in wisselwerking staan met uw product, dienst, locatie of markt.
- Voorzie klantgedrag en markttrends.

4 Meten en verbeteren van resultaten

- Benchmark de prestaties van uw acties om de ROI te maximaliseren.

Strategie (WAT)



Scouting

Operationeel (HOE)

2 Bepalen van de kansen en ontwikkelen van de strategie

- Identificeer het optimale product of dienstenaanbod per consument of marktsegment.
- Bepaal en prioriteer uw kansen.

3 Ontwikkelen van de communicatie strategie

- Pas de communicatiestrategie aan om de ROI te maximaliseren, nu en in de toekomst.



Experian aanpak

Aangeleverde data locaties



- Door Scouting zijn 1.159 locaties aangeleverd
- Op 4p postcode zijn deze in landelijk/stedelijk ingedeeld
- Alle locaties met minder dan 11 totaal (gematchte) leden zijn niet meegenomen in de analyse (geen onderscheid stedelijk/landelijk)
- Voor zowel de landelijke als stedelijke locaties is het verzorgingsgebied op basis van reistijd bepaald, in beide gevallen is dit 10 minuten
Tussen de verzorgingsgebieden kan nog wel overlap zitten
- Voor de analyse houdt dit in dat er totaal 1.016 locaties zijn gebruikt



Stedelijk

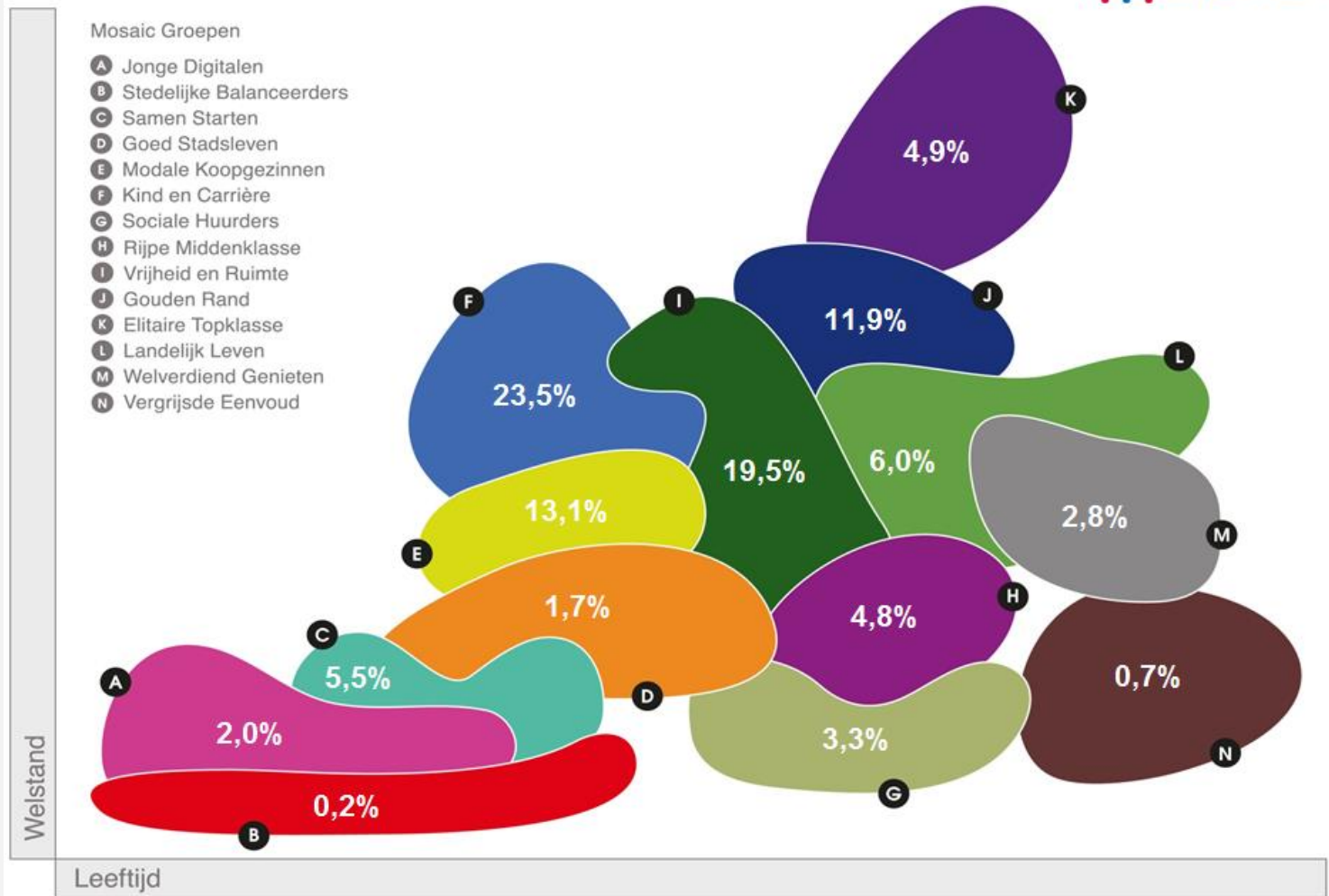
Niet
Stedelijk

Zeer Sterk Stedelijk
Sterk Stedelijk
Matig Stedelijk
Weinig Stedelijk
Niet Stedelijk



Leden Scouting Nederland

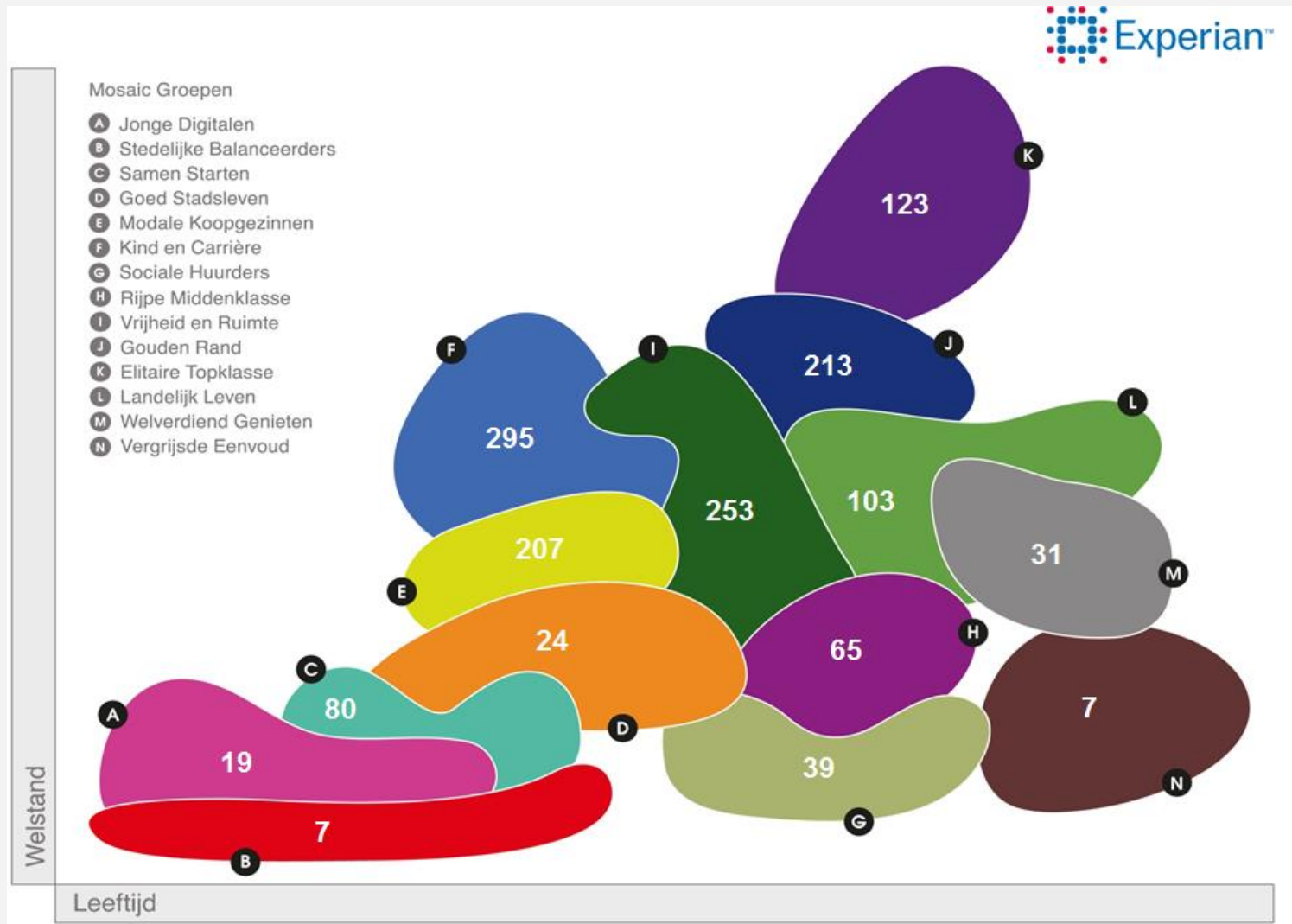
Procentuele verdeling Mosaic Huishouden





Leden Scouting Nederland

Oververtegenwoordiging Mosaic Huishouden





Doelgroep Penetratie Leden



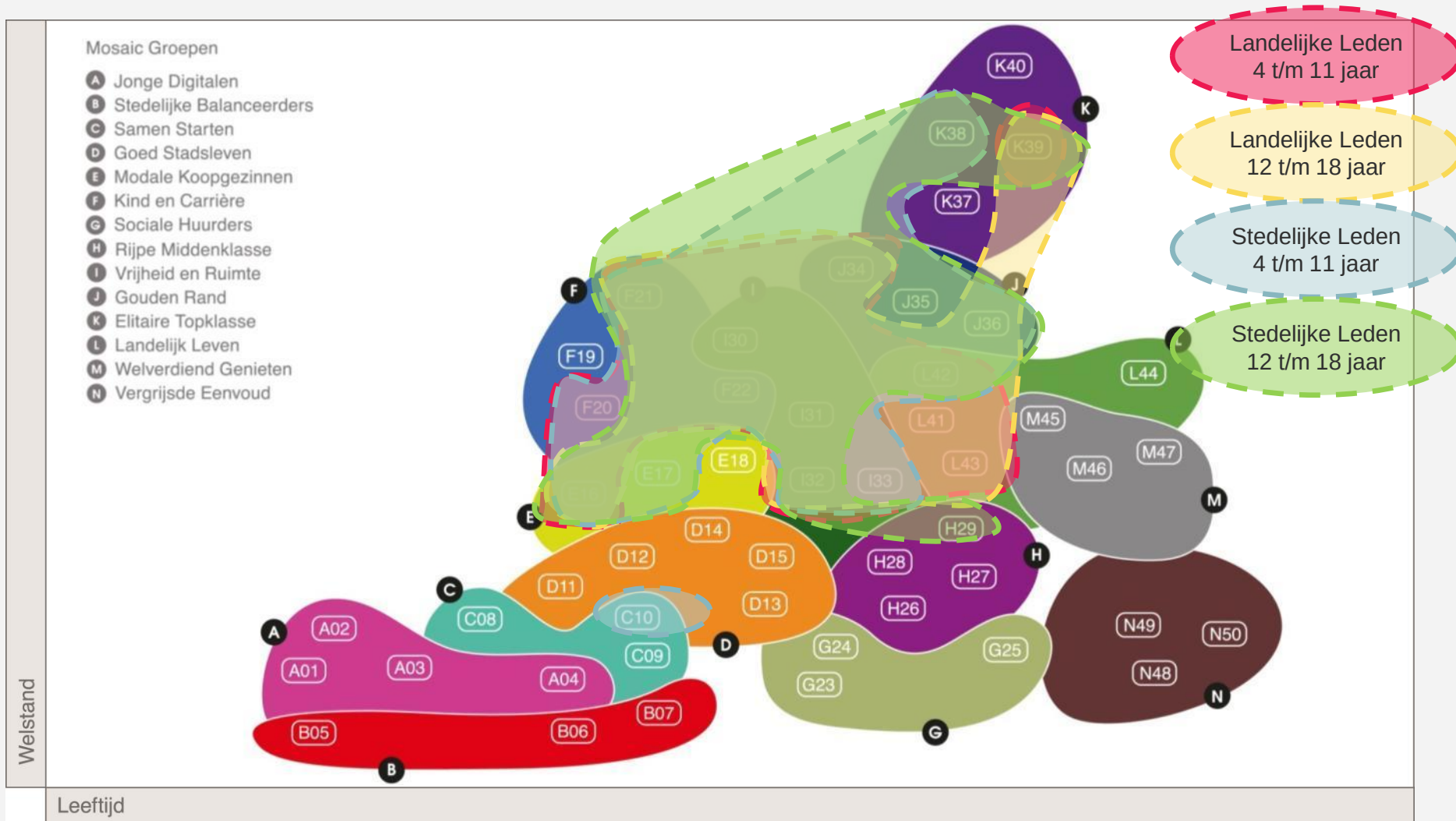
Mosaic Groep	Aantal huishoudens in Nederland	Aantal huishoudens in verzorgingsgebied	Aantal Leden (uniek) in verzorgingsgebied	Doelgroep penetratie	Nog beschikbare potentie
A - Jonge Digitalen	720,162	692,928	981	0.14%	691,947
B - Stedelijke Balanceerders	242,903	237,910	115	0.05%	237,795
C - Samen Starten	505,868	459,088	2,622	0.57%	456,466
D - Goed Stadsleven	548,711	460,334	805	0.17%	459,529
E - Modale Koopgezinnen	443,881	417,608	5,818	1.39%	411,790
F - Kind en Carrière	561,621	523,248	10,277	1.96%	512,971
G - Sociale Huurders	602,581	562,033	1,567	0.28%	560,466
H - Rijpe Middenklasse	553,942	491,374	2,247	0.46%	489,127
I - Vrijheid en Ruimte	648,108	507,938	8,590	1.69%	499,348
J - Gouden Rand	400,296	370,849	5,225	1.41%	365,624
K - Elitaire Topklasse	300,278	265,543	2,136	0.80%	263,407
L - Landelijk Leven	485,825	379,171	2,521	0.66%	376,650
M - Welverdiend Genieten	635,337	585,774	1,220	0.21%	584,554
N - Vergrijsde Eenvoud	708,871	660,071	334	0.05%	659,737
Totaal	7,358,384	6,613,869	44,458	0.67%	6,569,411

- *Verzorgingsgebied bestaat uit stedelijk en landelijk samen*
- *Leden zijn uniek op huishoudniveau en in de leeftijd van 4 t/m 18 jaar*



Leden Scouting Nederland

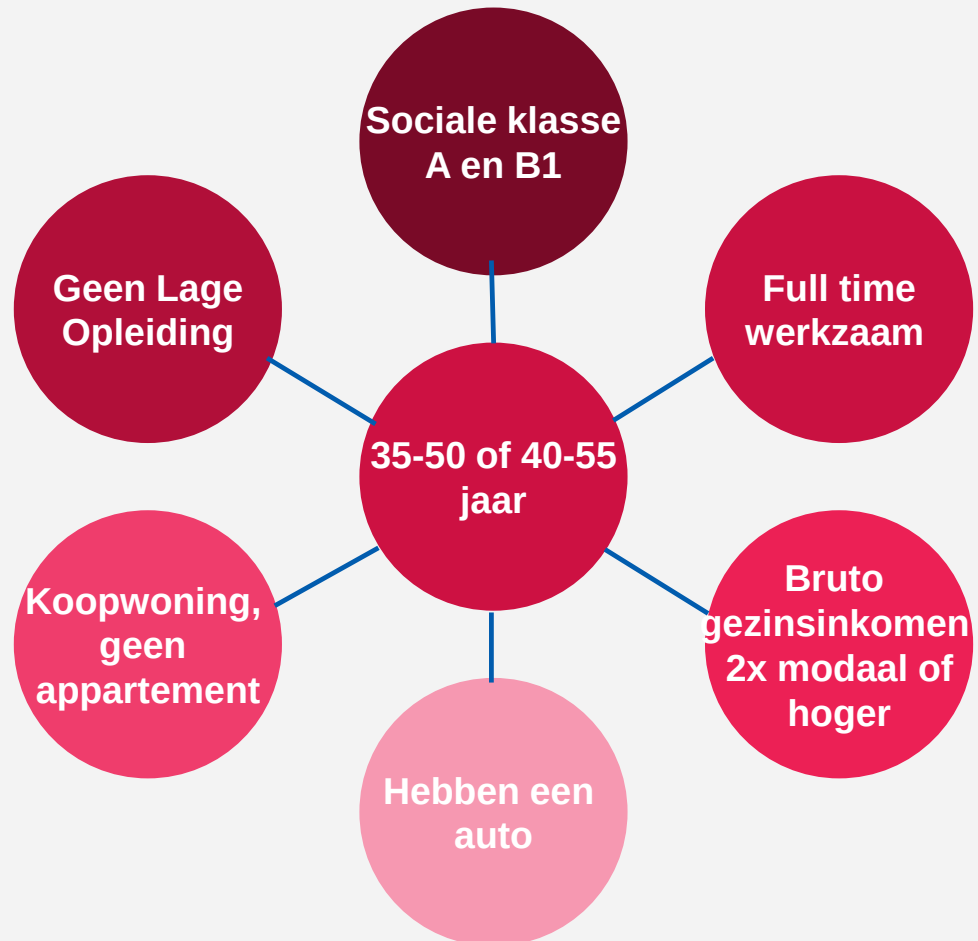
Oververtegenwoordiging Mosaic Huishouden naar leeftijd en stedelijkheid





Leden Scouting Nederland

Achterliggende kenmerken samengevat





Kind en Carrière

Mosaic huishouden groep F



Groep F: Kind en Carrière

7,70% 

Kenmerk

- Gezinnen
- Grote huishoudens
- 30 tot 55 jaar
- Koopwoning
- Negatieve overwaarde
- Full-time baan
- Goede doelen
- Lease auto
- Veel verzekeringen
- Hoge besteding boodschappen



Gezinnen op zoek naar de optimale woon-werk combinatie, overwegend woonachtig in recent gebouwde woningen



Vrijheid en Ruimte

Mosaic huishouden groep I



Groep I: Vrijheid en Ruimte

8,82% 

Kenmerk

- Landelijk
- Dorpen
- Gezinnen
- Getrouwd
- 40 tot 60 jaar
- Koopwoning
- Twee-onder-één-kap/vrijstaand
- 1+ auto's



Stellen en gezinnen die bewust de ruimte buiten de stad opzoeken



Gouden Rand

Mosaic huishouden groep J



Groep J: Gouden Rand

5,51% 

Kenmerk

- 45 tot 65 jaar
- Getrouwd
- Koopwoning
- Bovengemiddelde woningwaarde
- Hoog opgeleid
- Goede doelen
- Beleggingen
- Uit eten
- Hoge besteding boodschappen
- Interesse personal finance



Huishoudens die het financieel gezien goed voor elkaar hebben, zonder tot de echte top te behoren



Modale Koopgezinnen

Mosaic huishouden groep E



Groep E: Modale Koopgezinnen

6,21% 

Kenmerk

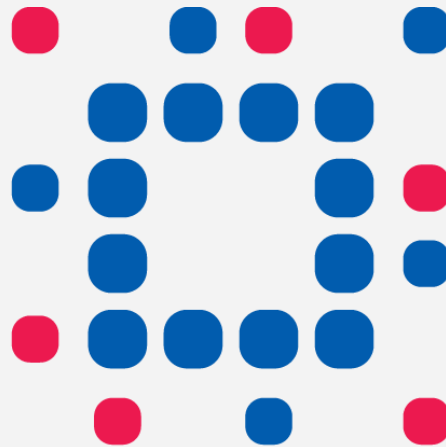
- Jongere kinderen
- 25 tot 45 jaar
- Koopwoning
- Negatieve overwaarde
- Rijtjeshuis
- Ondergemiddelde woningwaarde
- Verhuizingen
- Full-time baan
- Lening
- Bezit auto



Gezinnen in betaalbare koopwoningen, waarbij het dagelijkse leven om de kinderen draait



- De reistijd die leden naar hun eigen vereniging hebben verschilt niet veel tussen stedelijk en landelijke verenigingen
- Zowel bij de leden als bij de vrijwilligers zit er veel overlap in de doelgroepen en kenmerken die naar voren komen
- Men trekt vooral leden uit de iets welstandigere Mosaic Groepen waarvan de meeste ouders in een koopwoning wonen (geen appartement), een goed inkomen hebben en fulltime werken
- Ook de vrijwilligers komen grotendeels uit meer welstandige Mosaic Groepen. Wel is het verschil bij de vrijwilligers wat groter tussen landelijk en stedelijke. De Speltakleiding en Groepsbestuurders lijken wel op elkaar qua Mosaic Typering alleen verschilt de leeftijd daar. Speltakleiding is over het algemeen jonger, soms wonen ze ook nog bij hun ouders



Experian

A world of insight