

## DIMO bezoekersprofiel

### Jonge consumenten met verhuisplannen

DIMO ([www.dimo.nl](http://www.dimo.nl)) is Nederlands grootste, snelst groeiende, onafhankelijke woonportal. DIMO brengt woningaanbieders en woningkopers bij elkaar met een uniek woningaanbod omdat niet alleen makelaars, maar ook consumenten en projectontwikkelaars een woning kunnen aanbieden op de website. Naast het woningaanbod biedt DIMO haar geregistreerde bezoekers een uitgebreide service.

Een belangrijk kenmerk van de geregistreerde bezoekers is dat zij op het punt staan een **reeks aanzienlijke aankopen te doen** en beslissingen te maken. Bovendien is dit voor veel consumenten een erg belangrijke periode waarbij ze zeer emotioneel betrokken zijn. Uit onderzoek van DIMO en Cendris blijkt dat deze consumenten tijdens hun zoektocht naar een woning van gemiddeld 3 tot 5 maanden, **een shortlist maken van grote aankopen** die ze straks zeker willen doen. Op deze shortlist staan meteen ook de bedrijven waar ze deze aankopen mogelijk willen doen. Immers, na de koop moeten er duizenden zaken geregeld worden en vaak heeft men dan geen tijd meer voor een uitgebreide inventarisatie. In de praktijk blijken de bedrijven die op deze shortlist staan **zeker bezocht te worden na de aankoop van een woning**. Pas als daar de gewenste aankoop niet gedaan wordt bezoekt men ook andere bedrijven.

**Het profiel van de DIMO bezoeker kenmerkt zich** als jonge alleenstaande starters, samenwonende tweeverdieners en gezinnen met jonge kinderen. Zij zijn bovengemiddeld opgeleid en behoren tot sociale klasse A/B. De leeftijd van de bezoekers ligt voornamelijk tussen 20 en 49 jaar. Ze zijn bijzonder reislustig en gaan zeer regelmatig op zowel zomer- als wintervakantie naar landen binnen en buiten Europa. De bezoekers zijn echte internet junkies of e-potentials en kopen zij regelmatig producten via het internet. Daarnaast zijn ze innovatief, sportief en cultureel ingesteld. De sporten die de DIMO bezoeker beoefent zijn met name de elitaire sporten zoals golf, hockey, tennis/squash en zeilen, maar daarnaast beoefent de bezoeker ook individuele sporten zoals hardlopen, skeeleren en fitness. De interesses gaan o.a. uit naar uiterlijk en verzorging, uitgaan in de brede zin, elektronica, beleggen, kunst en cultuur, woninginrichting, wijnen en koken. Tenslotte lezen zij veel boeken en tijdschriften op het gebied van mode, wonen, audio & video, opinie, management en financiën.

### Datakwaliteit & Onderhoud

Kwaliteit van data staat bij zowel DIMO als Cendris voorop. Daarom worden de bestanden continu geactualiseerd. Zo worden mutaties zoals bounces en afmelders dagelijks verwerkt en worden de overige mutaties (einde zoekopdracht, nieuwe zoekopdracht e.d.) maandelijks verwerkt, waarbij diverse interne en externe bronnen, waaronder de Verhuisservice en de Postcodetabel worden ingezet om de kwaliteit te waarborgen. Hierdoor blijft de actualiteit gewaarborgd.

### Bezoekcijfers

De website DIMO.nl heeft een enorm bereik. Geen enkel ander mediumtype geeft een vergelijkbare score binnen de specifieke doelgroep woningzoekenden en woningkopende consument of bemiddelaars in vastgoed. De bezoeker bekijkt gemiddeld 23 pagina's en is daarvoor 17 minuten op de website aanwezig. DIMO is daarmee veruit een van de twee grootste en meest bezochte huizensite van Nederland! Bezoek is geografisch gelijk verdeeld conform de internetpenetratie in Nederland; randstedelijke gebieden, Gelderland en Noord Brabant zijn het meest vertegenwoordigd.

## Profiel van DIMO bezoekers 2005

Het grote aantal bezoekers van DIMO heeft een helder en scherp gedefinieerd profiel. U kunt dus uw propositie volledig afstemmen op uw doelgroep.

### Geslacht

Man	55%
Vrouw	45%

### Gemiddelde leeftijd is 35 jaar

21 jaar of jonger	1%
Tussen 22 en 32 jaar	44%
Tussen 33 en 44 jaar	35%
45 jaar of ouder	20%

### Opleiding

Universiteit	18%
HBO	35%
MBO	26%
Onbekend	21%

### Inkomen huishouden

2x modaal of meer	29%
Modaal tot 2x	48%
Lager dan modaal	23%

### Binnen wat voor tijd denkt u een andere woning te kopen?

Binnen nu en 3 maanden	21%
Tussen 3 en 6 maanden	19%
Tussen 6 en 12 maanden	22%
Tussen 12 en 24 maanden	14%
Geen idee	24%

### Wat voor grote uitgaven gaat u doen binnen nu en 6 maanden?

Keuken	21%
Badkamer	19%
Verbouwing aan huidige huis	22%
Meubels / interieur	29%
Geen	9%

### Aantal personen in huishouden

1 persoon	20,6%
2 personen	36,5%
3 personen	16,0%
4 personen	22,8%
5 personen	4,1%

### Algemene kenmerken

Verhuisintentie binnen 6 mnd.	75%
Mobiele telefoon	96%
Creditcard	70%
Koopt online	70%
Oriënteert online	98%