

**Overzicht informatiebronnen**

**Voor concurrentieonderzoek:**

Websites

Jaarverslagen

Facebook pagina of bedrijfspagina LinkedIn

Vacatures/functiebeschrijving (via werving & selectie bureaus)

Offertes

<http://marketingdata.eu>

leveranciers

klanten

**Voor markten en sectoren:**

Centraal Bureau voor de Statistiek [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)

Centraal Planbureau [www.cpb.nl](http://www.cpb.nl)

Kamer van Koophandel [www.kvk.nl](http://www.kvk.nl)

ING <https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/index.html>

ABN Amro <https://insights.abnamro.nl/category/sectoren/>

Financieele Dagblad [www.fd.nl](http://www.fd.nl)

Rabobank Cijfers en trends <https://www.rabobankcijfersentrends.nl>

Reuters [www.reuters.com](http://www.reuters.com)

Marketingdata <http://marketingdata.eu>

Markt/economische gegevens Nederland [www.hollandtrade.nl](http://www.holladtrade.nl)

Vakbladen

Seminars

Brancheverenigingen

Gemeenten

Kennissite MKB en Ondernemerschap http://ondernemerschap.panteia.nl

Rijksdienst voor Ondernemend Nederland <http://www.rvo.nl>

* Veel research kan je vanachter je bureau doen (deskresearch) maar soms is het beter om mensen live te spreken (fieldresearch): specialisten (bij een branche-organisatie bijv.) spreken vaak graag over hun marktkennis, maar jouw eigen klanten kunnen je ook vertellen waarom ze bij jou komen en niet bij de concurrent.
* Sneeuwbalmethode: vaak stuit je tijdens het verzamelen van informatie op nieuwe informatiebronnen. Zo kom je aan steeds meer relevante informatie. Wees echter selectief want je kan zo steeds verder van relevante informatie afdwalen!
* Let dus op de betrouwbaarheid en actualiteit van informatie: niet alle bronnen zijn even betrouwbaar. Vooral op internet kan iedereen van alles plaatsen, dus probeer altijd te kijken of je bron betrouwbaar is. Daarnaast wil je alleen recente informatie meenemen in je onderzoek. Probeer van tevoren te bedenken hoe recent jouw informatie moet zijn. Wil je je beperken tot de afgelopen 3 jaar?