

Ambitie	STRATEGIE	KPI	ACTIES	1e voortgangrapportage	Vervolgacties
Binnenklimaat Nederland wordt als autoriteit gezien door stakeholders, overheid en professionals op het thema van binnenklimaat.	De LinkedIn van Binnenklimaat Nederland verder uitbouwen als communicatiekanaal zodat de leden en markt op de hoogte zijn welke ontwikkelingen spelen vanuit de branche.	Binnenklimaat Nederland telt eind 2022 op LinkedIn 2000 volgers.	2 berichten per week plaatsen op de linkedin kanaal van Binnenklimaat Nederland. Daarnaast leden activeren om berichten van Binnenklimaat Nederland te delen.	1820 volgers op dit moment. Dit loopt goed op koers.	Contentstroom van 2 berichten per week continueren.
Gezond binnenklimaat wordt net als sporten en voeding gezien als een belangrijk onderdeel van een gezonde levensstijl.	Actief contact zoeken met de media vanuit Binnenklimaat Nederland om onze positie te claimen.	Binnenklimaat Nederland wordt in 2022 minstens drie keer genoemd in de nationale media.	Relatie opbouwen met de nationale pers en deze structureel informeren over de ontwikkelingen vanuit Binnenklimaat Nederland	Opinie artikel in het Parool samen met de coalitie Gezond Binnen. Verder heeft Binnenklimaat een interview gegeven in het Financieel dagblad.	Communicatiestrategie Gezond Binnen uitrollen. Impact blijven maken op linkedin van Binnenklimaat Nederland. Postion paper Binnenklimaattechnologie positioneren in het veld.
Binnenklimaattechniek wordt erkend als hét kenniscentrum voor de professionals in de markt	Het opzetten van platform Gezond Binnen, met als onderdeel campagnes om consumenten handvaten te geven het eigen binnenklimaat te verbeteren.	De artikelen op Gezond Binnen zijn eind 2022 50.000 keer bekeken.	Nieuwe content ontwikkelen.	Er wordt binnen Gezond Binnen een inventarisatie gedaan welke nieuwe content nog ontwikkeld moet worden voor de website en campagne.	Inventarisatie afronden en content ontwikkelen.
	Het creëren van een constante contentstroom die niet alleen het belang van een gezond binnenklimaat ondersteunt, maar de consument ook een handelsperspectief biedt (checklists, stappenplannen etc.)	De social campagne van Gezond Binnen heeft in 2022 twee miljoen consumenten bereikt.	Communicatiecampagne ontwikkelen en uitzetten. Nieuwe content ontwikkelen voor de website	Het voorstel is ontwikkeling en de verwachting is dat dit begin maart wordt uitgerold	Campagne voorstel goedkeuren en uitrollen. Samenwerking met BOL.COM vormgeven zodat Gezond Binnen binnen hu website gepositioneerd kan worden.
	Socialmediacampagne opzetten om de bekendheid van platform Binnenklimaattechniek te vergroten.	Eind 2022 telt Gezond Binnen 1250 volgers op Facebook.	2 berichten per week plaatsen op het socialmedia kanaal.	Op dit moment zijn er 1051 volgers op facebook.	De reguliere Socialmediacampagne continueren.
		Gezond Binnen werft 25 nieuwe partners in 2022.	Succes van het platform delen via socialmedia kanalen en pers. Verder actief partner gaan werven via het netwerk vanuit de huidige partners	Op dit moment is de stuurgroep bezig om een stichting op te zetten en staat partnerwerving nog tot die tijd "on hold".	Statuten stichting Gezond Binnen afronden.
		De website van Binnenklimaattechniek heeft een update gekregen met de nieuwe opleidingen.	Nieuwe webpagina ontwikkelen voor het vakcentrum Binnenklimaattechniek.	Er is een inventarisatie gemaakt wat er op de website geplaatst kan worden. De nieuwe webpagina wordt eind februari opgeleverd.	Promotieactiviteiten ontplooiën samen met de onderwijspartners. Plan hiervoor wordt op dit moment vormgegeven.
		Dankzij de campagne die we samen met onze partners hebben gevoerd, hebben we minimaal 5000 bezoekers op de landingspagina van het Vakcentrum Binnenklimaattechniek in 2022.	Binnenklimaattechniek vergroot haar online bekendheid via social media en google	Bestuurslid Wietse Walinga van stichting Binnenklimaattechniek is bezig om persoon te werven die communicatie van Binnenklimaattechniek en binnenklimaatlabel verder gaat uitrollen.	Communicatiemedewerker aanstellen en een communicatiestrategie ontwikkelen.
		Dankzij de campagne die we samen met onze partners hebben gevoerd en het optimaliseren van de Google-vindbaarheid hebben we minimaal 50.000 paginaviews op binnenklimaattechniek.	Communicatiecampagne uitzetten. Nieuwe content ontwikkelen.	Zie bovenstaande.	Zie bovenstaande.