

Ambitie	STRATEGIE	KPI	ACTIES	4e voortgangsrapportage	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.	LinkedIn volgers staat nu op 2378. Er is een leden whatsapp groep opgezet om leden beter te informeren en te activeren.	Blijven 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	Er wordt gebouwd aan een nieuwe website die de komende weken wordt opgeleverd.	Website opleveren en nieuwe content ontwikkelen.
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.	Zie bovenstaande.	Zie bovenstaande
	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	Zie bovenstaande.	Er loopt een campagne vindt het communicatiebureau Blyde.
	Socialmediacampagne opzetten om de bekendheid van platform Binnenklimaattechniek te vergroten.	Eind 2022 telt Binnenklimaattechniek 1250 volgers op LinkedIn.	2 berichten per week plaatsen op het socialmedia kanaal.	Het aantal volgers staat nu 1227. Er is nu structuur aangebracht en worden nu regelmatig berichten geplaatst.	Vanuit de stichting Binnenklimaattechniek wordt er een marketingplan uitgewerkt om het binnenklimaatlabel en platform Binnenklimaattechniek te gaan promoten.
		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	Staat geparkeerd in afwachting de oprichting van de stichting.	geparkeerd.
		De website van Binnenklimaattechniek heeft een update gekregen met de nieuwe opleidingen.	Nieuwe webpagina ontwikkelen voor het vakcentrum Binnenklimaattechniek.	Pagina is gereed. Er wordt nu een toolkit ontwikkeld voor de leden om de opleiding te promoten.	Toolkit ontwikkelen en deze met de leden delen.
		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	Loopt en groeit gestaag door.	Promotie verder continueren.
		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.	Er wordt nu een co2 meter register gebouwd wat de status van het platform moet vergroten. Ruimte-Ok gaat het platform verder promoten.	Register co2 meters opleveren en promoten in de markt.