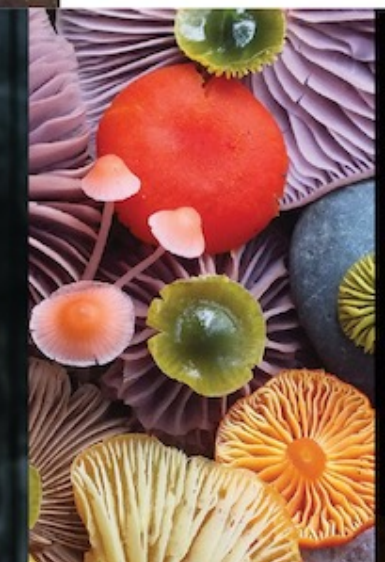




# DOELGROEPENMARKETING

## LES 2 - DOELGROEPEN



# OPDRACHT 1 – MAAK EEN DOELGROEPENBORD EN EEN DOELGROEPEN PROFIEL

Je maakt een doelgroepenbord en doelgroepenprofiel voor jouw gekozen merk. Combineer beeld met kernwoorden.

De uitvoering is digitaal. Je start hiermee in deze les en maakt het volgende les af.

- Maak visueel wie jouw doelgroep is met minimaal 5 afbeeldingen, gebruik hierbij ook kernwoorden
- Je verzamelt informatie over de doelgroep die je hebt gekozen
- Je legt het proces en de uitkomst van het onderzoek zorgvuldig vast



## LES 1: DOELGROEPEN

- Na deze les weet je:
- Wat is een doelgroep?
- Welke factoren zijn van invloed op onderscheiden van doelgroepen?
- Tot welke doelgroep behoort jouw merk?

# MERKEN EN HUN DOELGROEPEN



**G-STAR RAW**



**ZARA**



Bershka



**///ACTION**

# PYRAMIDE VAN MASLOW

DEZE KAN WORDEN GEBRUIKT OM DE BEHOEFTE VAN CONSUMENTEN IN HET ALGEMEEN TE VERKLAREN. DE THEORIE DOELT OP DE AANNAME DAT MENSEN BASISBEHOEFTE HEBBEN EN DAT ANDERE, MEER VERFIJNDE BEHOEFTE PAS ONTSTAAN ALS EERDERE BEHOEFTE LAGEN VERVULD ZIJN.

Studie, creativiteit, problemen oplossen, ethiek, onbevooroordeeld, jezelf kunnen zijn, zelfbewustzijn

Status, prestige, achting, succes, zelfwaardering respect van en voor anderen,

Liefde, vriendschap, erbij horen, genegenheid, familie

Veiligheid, orde, stabiliteit, gezondheid, bescherming

Ademen, eten, drinken, sex, slaap, ontspanning, beweging



**Functie van mode:**

**Schrijf op:**

**Waar in deze piramide staat mode volgens jou?**

**En waar kleding? En waarom?**

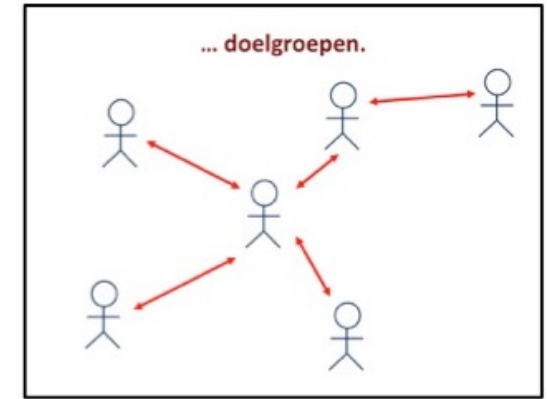
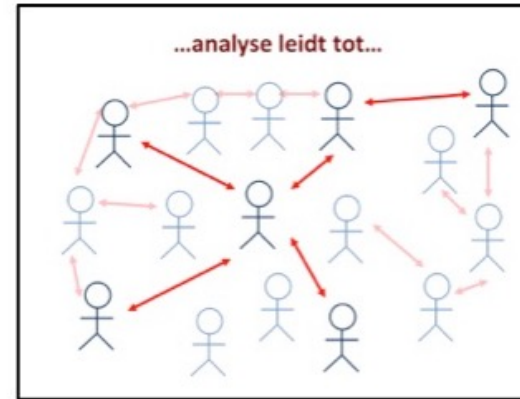
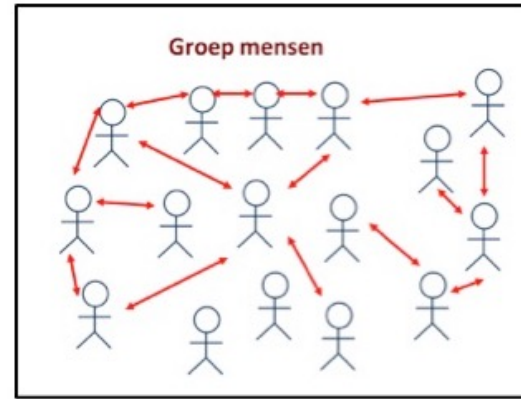
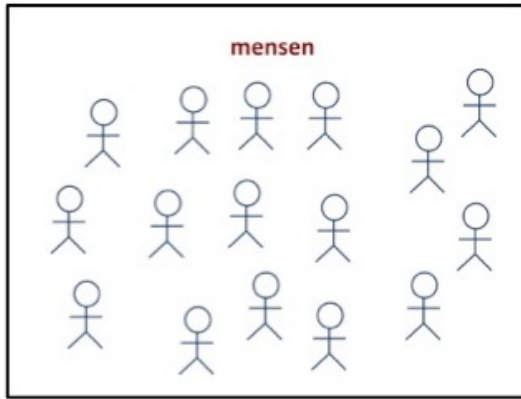


IN DE MODE VERKOPEN WE  
NIET ALLEEN KLEDING MAAR  
OOK DROMEN

Pas als je weet wat de  
droom is van je klant/  
doelgroep kan je  
producten maken die goed  
verkopen!



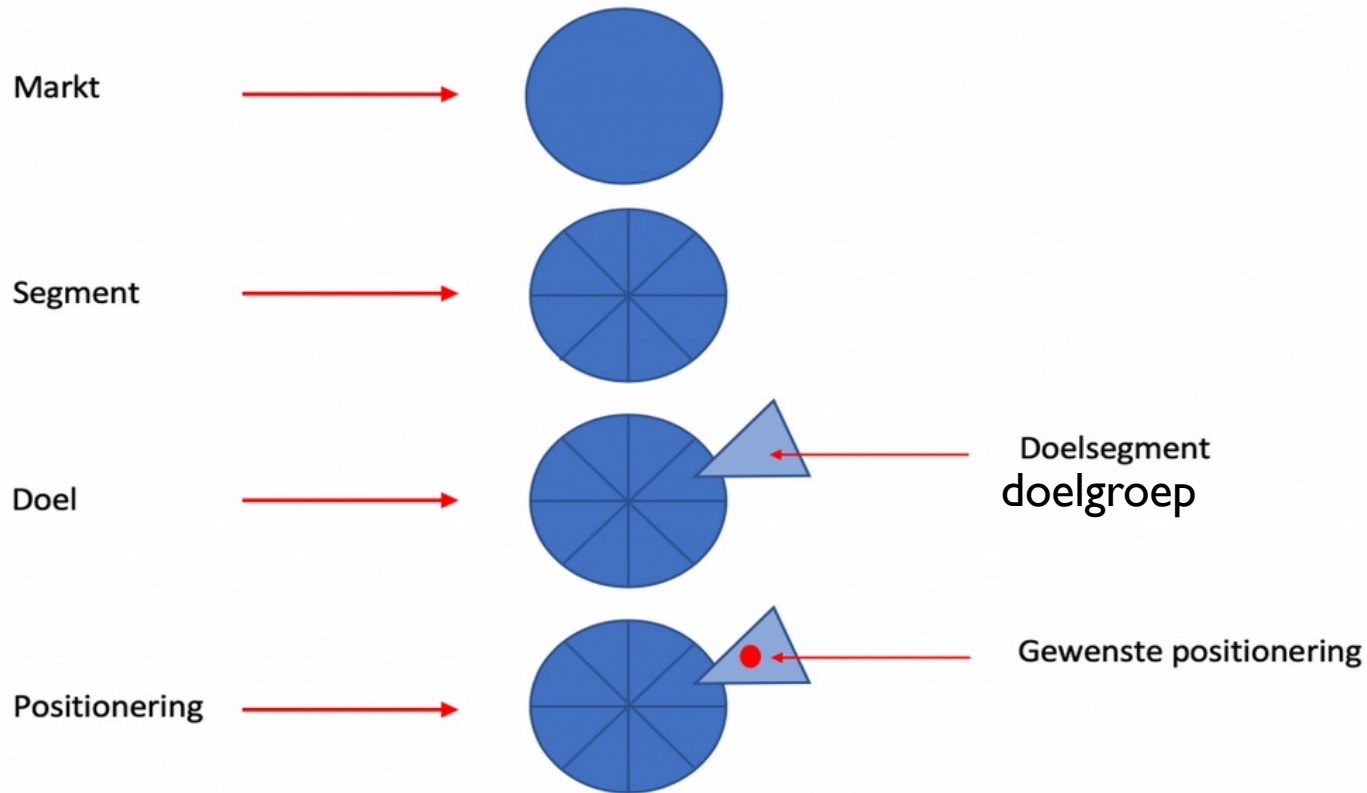
WAT IS EEN DOELGROEP?



**ONDERVERDELING VAN MENSEN IN  
DOELGROEPEN/LEEFSTIJLEN:**



# DOELGROEP= DE MARKT VERDELEN VAN DE MARKT IN STUKJES



**De markt** = alle mensen

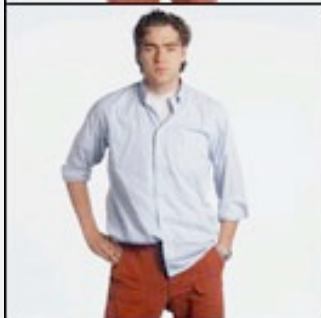
**Segment**= een stukje van markt met vergelijkbare “groffe” kenmerken. Onderverdeling in bv geslacht mannen, vrouwen, kinderen, of in leeftijd

**Doelgroep:** onderverdelen van het segment in gedetailleerde subgroepjes/ doelgroepen. Ook in detail dezelfde kenmerken.

**Positionering:** is alle keuzes afstemmen op je doelgroep om het ( voor jou) juiste stukje van de markt te bedienen.

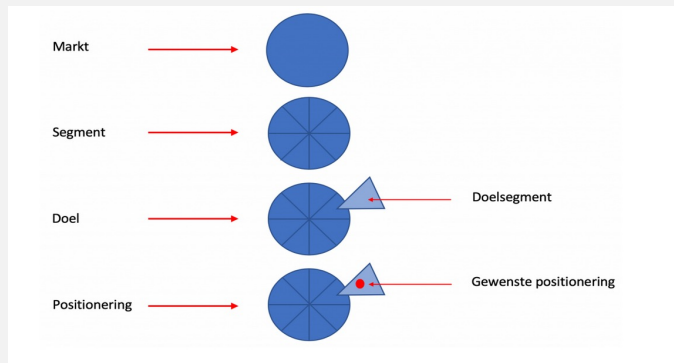


WELKE DOELGROEPEN ZIE JE??



Arie Versluis en Ellie Uyttenbroek

# ONDERVERDELING VAN GROEPEN MENSEN IN DOELGROEPEN D.M.V. ONDERSTAANDE :4 KENMERKEN



•**1) Geografische:** Land/ klimaat /Woonplaats/ bevolkingsopbouw/ stadsgrootte etc.

•**2) Demografische:** Leeftijd (tegenwoordig is leefstijl belangrijker) Gezinssituatie, Woonsituatie, Geslacht.

•**3) Sociaal-economische:** Indelen op basis van inkomen /bestedingspatroon  
Werkend-studerend?

Modaal inkomen=36.000 bruto per jaar of daar (ver) boven of er (ver) onder?

•**4) Psychologisch/gedrag:** Impulsiviteit, status gevoelig?, Hoe gevoelig ben je voor trends/erbij horen en waarbij? Wat vind jij mooi, leuk, lekker?

Waar wil je graag bij horen?, lifestyle, persoonlijkheid? Wat zijn je dromen, door wat/wie en hoe laat jij je beïnvloeden? Wat vind jij mooi, leuk, lekker?



OVEREENKOMSTEN & VERSCHILLEN?

# VERTEL: WIE ZIJN DIT?



# VOOBEELD DOELGROEPENBORD

WAT ZIE JE?



# VOOBEELD DOELGROEPENBORD

WAT ZIE JE?



# VOOBEELD DOELGROEPENBORD

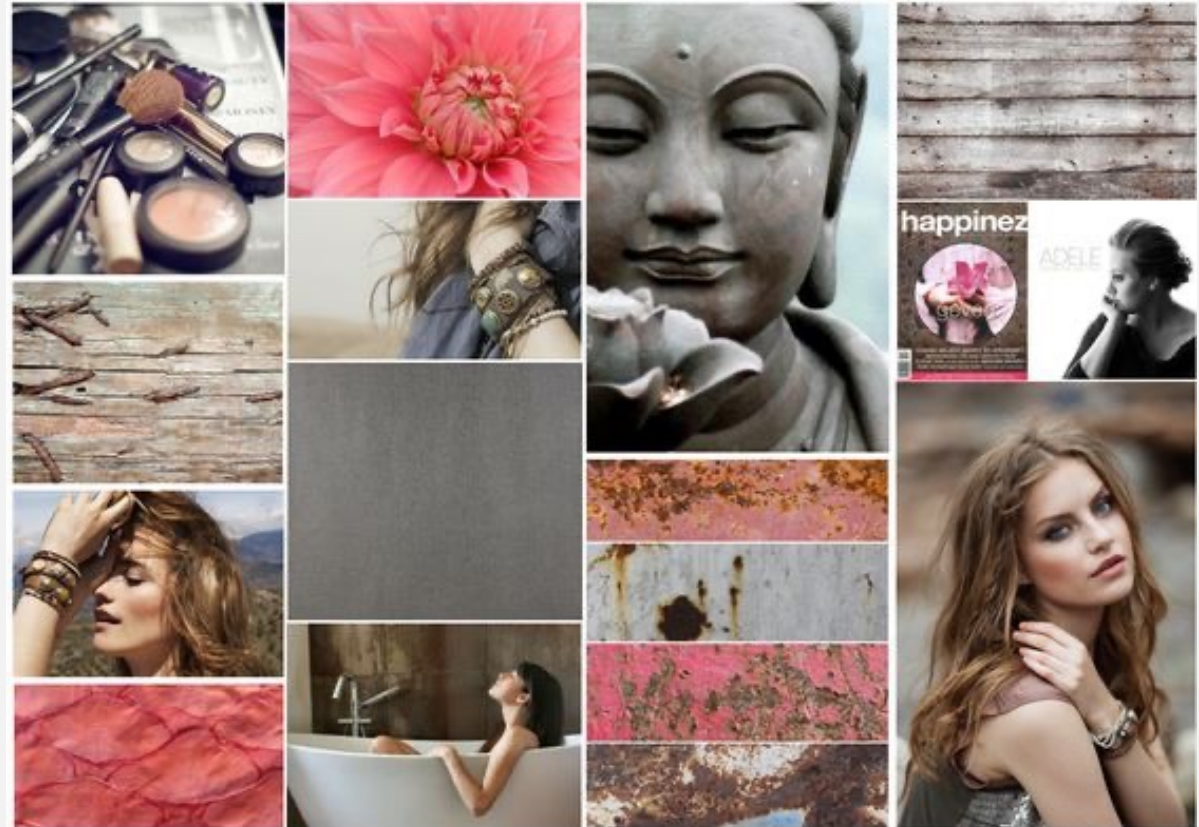
## WAT ZIE JE?





# VOOBEELD DOELGROEPENBORD

## ZIJN DIT VERSCHILLENDE VROUWEN?



# OPDRACHT 1A – MAAK EEN DOELGROEPENBORD

Je maakt een doelgroepenbord voor jouw gekozen merk. Combineer beeld met kernwoorden. De uitvoering mag of is digitaal en komt uitgeprint in jouw dummy/procesboek. Je begint in deze les aan de opdracht en maakt het in de volgende les af.

- Maak visueel wie jouw doelgroep is met minimaal 5 afbeeldingen, gebruik hierbij ook kernwoorden
- Je verzamelt informatie over de doelgroep die je hebt gekozen
- Je legt het proces en de uitkomst van het onderzoek zorgvuldig vast
- Het doelgroepenbord komt in jouw dummy

# OPDRACHT 1B – MAAK EEN DOELGROEPEN PROFIEL

**Je maakt een doelgroepenprofiel passend bij je doelgroepen profiel**

## **Uitleg Doelgroep profiel tekst**

denk bijvoorbeeld aan:

- **Geografisch:** land, klimaat, woonplaats, bevolkingsopbouw, stadsgrootte etc.
- **Demografisch:** leeftijdsgroep, leefstijl, gezinssituatie, woonsituatie, geslacht
- **Sociaaleconomisch:** salaris, inkomen, werkend, studerend. Modaal inkomen= €36.000,- Bruto per jaar eronder of er boven?
- **Psychologisch/gedrag:** impulsiviteit, statusgevoelig. Hoe gevoelig is de klant voor trends, erbij horen? Wat vindt de klant mooi, leuk, lekker? Waar wil zij graag bij horen? Lifestyle, persoonlijkheid? Wat zijn hun dromen?