**De juiste doelgroep bepalen doe je zo**

Bij de start van je bedrijf is het ontzettend belangrijk om te weten wie je klanten zijn en hoe je ze kunt vinden. Wat zijn hun behoeften? Lees er alles over in deze checklist: het bepalen van de juiste doelgroep.

Bron: <https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/klanten-en-acquisitie/de-juiste-doelgroep-bepalen-doe-je-zo>

## De doelgroep: jouw belangrijkste klanten

Een onderneming valt of staat doorgaans met het bereiken van de juiste doelgroep. Deze mensen gaan uiteindelijk jouw producten kopen of gebruikmaken van de diensten die je aanbiedt.

*Niet ieder product wordt per definitie* [*een succes*](https://www.ikgastarten.nl/ondernemingsplan/ondernemingsplan-maken/zo-vind-je-het-gat-de-markt)*.*

Als er geen vraag naar bepaalde producten is, hoe mooi of goed ze ook zijn, zal er weinig tot niets van verkocht worden. Zodra jij hebt bepaald waar de specifieke behoefte ligt van potentiële klanten, kun je hier jouw product of dienst op aanpassen.

## Durf te specificeren

Stel dat jouw bedrijf kantoormeubilair maakt en verkoopt. Dan moet je eerst inzichtelijk maken voor wie je deze producten maakt.

Zijn dat kleine ondernemers en particulieren die een (thuis)kantoor op maat willen inrichten? Of zijn het grote bedrijven die een order van vijftig identieke bureaus plaatsen?

De vervolgvraag is of je de capaciteit hebt om grote bedrijven van dienst te zijn. Een bekende [valkuil](https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/bedrijfsplan/ontwijk-deze-5-valkuilen-als-startende-ondernemer) voor startende ondernemers is dat zij het liefst iedereen van hun producten willen voorzien. Beter is om te specificeren.

Met andere woorden: durf te kiezen. Een onderneming heeft meer kans van slagen als je je op (enkele) specifieke doelgroep(en) richt.

Een professionele uitstraling is dan vaak de eerste stap. Een zakelijke rekening draagt bij aan de professionele uitstraling van je bedrijf.

## Segmenteer de markt

Het bepalen van de doelgroep wordt ook wel het segmenteren van de markt genoemd, omdat je de markt opdeelt in herkenbare groepen.

* Mannen of vrouwen?
* Ouderen of jongeren?
* Carrièremakers of op veilig spelende middenklassers?
* Inwoners van alleen de provincie Utrecht of het hele land?

Segmenteren is een belangrijk deel van het [marketingplan](https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/marketingplan). Je kunt daarbij denken aan [opleiding](https://www.ikgastarten.nl/zzp/welke-opleidingen-zijn-relevant-voor-ondernemers-en-zzpers), woonplaats, geloof en sociaal-economische achtergrond.

De doelgroep moet wel groot genoeg zijn om de [investering](https://www.ikgastarten.nl/financi%C3%ABn/financieren-en-investeren) in de ontwikkeling van een product of dienst te kunnen terugverdienen.

## Maak een klantenanalyse

Je kunt het inzicht in de doelgroep verder vergroten door de klanten in kaart te brengen via het opstellen van een [klantenanalyse](http://www.ondernemersplein.nl/artikel/is-er-markt-voor-uw-product-of-dienst/).

Het voornaamste doel hierbij is om te ontdekken wie jouw potentiële klanten zijn en hoe je hen kunt bereiken.

Probeer in deze analyse in ieder geval de volgende vragen te beantwoorden:

* Wat zijn de algemene kenmerken van mijn doelgroep(en)?
* Wie zijn mijn potentiële klanten en welke [behoeften](https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/marketingplan/checklist-de-marketingmix-20) hebben ze?
* Hoe waarderen bestaande klanten mijn product en de daarbij horende service?
* En hoe trouw zijn klanten aan mijn product?

## Voer een marktonderzoek uit

Het opstellen van een [marketingplan](https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/marketingplan/7-tips-voor-een-goed-marketingplan) en het uitvoeren van een [marktonderzoek](https://www.ikgastarten.nl/marketing-en-verkoop/marketingplan/8-manieren-om-branche-en-marktonderzoek-te-doen) zijn onmisbare schakels bij het bepalen van de doelgroep. Een marktonderzoek kun je zo groot en uitgebreid maken als je zelf wilt.

Een van de opties is om een professioneel bureau in te schakelen, maar dat is niet goedkoop. Door zelf enquêtes op te stellen kan in bepaalde gevallen zeker zo effectief zijn.

Dit doe je dan wel op een veel kleinere schaal, maar zo kom je wel zelf in contact met potentiële klanten en krijgt direct te horen aan welke producten behoefte is.

## Wijk niet te veel af van de vastgestelde doelgroep

Probeer uiteindelijk zo nauwkeurig mogelijk uit te zoeken of er voldoende vraag is naar jouw producten of diensten en wat de belangrijkste behoeften zijn van deze doelgroep.

Op deze manier kun je sneller een betere afweging maken wat betreft de kostprijs of het [uurtarief](https://www.ikgastarten.nl/zzp/uurtarief/checklist-uurtarief-bepalen).

Wanneer je al deze stappen volgt, leidt dit tot van het vaststellen een concrete doelgroep. Een goede richtlijn is dat je jouw bedrijf en producten in enkele zinnen duidelijk kunt omschrijven.

Een onvolledige - of liever gezegd: een te algemene - beschrijving is nog altijd een van de meest gemaakte fouten bij (startende) ondernemingen.

Een voorbeeld om te illustreren hoe het niet was de introductie van Harley Davidson-parfum.

Op papier leek het wellicht een goed idee; een ijzersterk merk met zeer loyale klanten. Ook de doelgroep was duidelijk: (stoere) motorrijders. Maar in de praktijk ging het volledig mis. Ten eerste bestaan er al honderden soorten parfums en zijn veel consumenten daarin merkvast.

Ten tweede bestaat de doelgroep uit stoere mannen. Die kopen misschien wel een t-shirt, aansteker of motoraccessoire van Harley Davidson, maar gaan niet speciaal naar een parfumerie om dit merk aftershave aan te schaffen.

Daar komt bij dat consumenten het merk niet met parfum associëren. En als ze dat al deden, dachten ze niet aan een fris luchtje, maar aan motorolie.

Klantenanalyse

<https://www.ondernemersplein.nl/artikel/is-er-markt-voor-uw-product-of-dienst/>