Doelgroep:

Definitie: een groep consumenten met dezelfde interesse, wensen en verwachtingen.

Elke ondernemer richt zich op een bepaalde doelgroep. Hiermee probeert de ondernemer zich in te leven in deze doelgroep en daar zijn producten en diensten op af te stemmen. Omdat de doelgroep steeds verandert, zal ook de ondernemer zich telkens moeten aanpassen. Goed voorbeeld hiervan is de Corona-crisis.

Omschrijven van de doelgroep:

Dit is een heel lastige opdracht. Vaak schieten woorden tekort en zeggen beelden zoveel meer.

Er zijn wel enkele tips: de do’s en don’t’s.

|  |  |
| --- | --- |
| Wat doe je wel | Wat doe je niet |
| Omschrijven hoe de gezinssamenstelling is. Zijn er (kleine of al volwassen) kinderen in het gezin? Wonen ze in een flat, rijtjeshuis, vrijstaand huis? Hebben ze huisdieren? | Leeftijden noemenMan of vrouw noemenRijk of arm noemen |
| Omschrijven van de hobby’s of de activiteiten in de vrije tijd. Zijn ze sportief? Gaan ze (ver of dichtbij) op vakantie? Kamperen of in een hotel? | Merken noemenOver geld pratenOver kosten praten |
| Hoe ziet hun dagelijkse leven eruit? Wat doen ze voor werk? Fulltime of parttime?Hoe staan ze in hun werk? | Begrippen als leuk, mooi, gezellig noemenJe eigen mening geven |
| Wat is belangrijk? Uiterlijk ?, vrienden ?, uitgaan ? Vakantie ? of juist thuis, gezin, vrije tijd? | Generaliseren Invullen voor een ander |

Een “beschrijving” van de doelgroep is makkelijker als je dat doet door middel van plaatjes, foto’s of afbeeldingen. Deze verzamel je en breng je samen op een moodboard tot een aantrekkelijke compositie.

Sfeeranalyse/ Moodboard

In een sfeeranalyse zie je, voel je, merk je op wat de sfeer (de warmte, de gezelligheid) is. Dit kan in een ruimte of omgeving zijn. We maken gebruik van beelden, plaatjes of foto’s. Deze beelden, plaatjes of foto’s verzamel je en breng je samen op een moodboard tot een aantrekkelijke compositie.