**De doelgroep en het segmenteren**

De doelgroep is een specifieke [groep](https://www.ensie.nl/redactie-ensie/groep) mensen die een bedrijf wil bereiken met een bepaald aanbod. Deze bedrijven willen bij deze groep, met behulp van onder andere campagnes en reclames, een gedragsverandering tot stand brengen.

**Waarom moet ik weten wat mijn doelgroep is?**

Zodra je weet waar je klanten behoefte aan hebben, kun je hier je product of dienst op [aanpassen](http://www.mkbservicedesk.nl/2835/hoe-bereik-mijn-doelgroep.htm). In eerste instantie wil je graag dat zoveel mogelijk mensen je product of dienst aanschaffen, maar soms is het beter om te kiezen voor een bepaalde doelgroep. Die keuze leidt ertoe dat klanten zich meer aangesproken zullen voelen en daardoor eerder tot de aanschaf overgaan.

**Wie is het?**

Hoe breng je dan je [doelgroep in kaart](http://www.mkbservicedesk.nl/4782/hoe-ziet-mijn-doelgroep-eruit.htm)? Door jezelf vragen te stellen. Vergelijk het met het spelletje van vroeger: ‘Wie is het?’. Maak een lijst met standaard kenmerken van klanten, zoals:

* Leeftijd
* Geslacht
* Woonplaats
* Regio
* Klasse
* Opleidingsniveau
* Beroep
* Functie

Dit onderzoeken van je klanten, en kijken op welke jij je gaat richten noemen we ook wel segmenteren.

Als ondernemer moet je denken vanuit jouw klant en je diensten. Wat zijn nu eigenlijk de diensten die jij aan je klant of doelgroep wilt aanbieden?

**Een voorbeeld** Stel: je bent een personal trainer. Zorg er dan voor dat je geen doorsnee personal trainer wordt die ‘iedereen’ wil trainen. Dan ben je namelijk een van de vele personal trainers en geen specialist.Je weet van jezelf welke personen jij het liefst traint. Zorg dat je een duidelijke deelmarkt kiest. (doelgroep bepalen) Je richt je in dat geval op een specifiekere doelgroep dan alleen op mensen die een gezond lichaam willen.Vandaar dat het belangrijk is om je doelgroep te bepalen door goed te segmenteren.

**40+-vrouwen die van hun laatste beetje vet af willen, al van alles hebben geprobeerd en wonen in de provincie Overijssel.**

Kies een duidelijk deel van de markt. Uiteraard wel een markt, die op zoek is naar een personal trainer en die een trainer kan betalen (hoger opgeleiden). Door je op een duidelijk deel van de markt te richten en dit duidelijk te communiceren, onderscheid jij je van een van de duizenden trainers. Dat is precies de bedoeling. Doelgroep bepalen en segmenteren wordt hiermee gemakkelijker en duidelijk voor jezelf, maar ook voor je doelgroep. De potentiële klant dus. Alles staat of valt met de manier van communiceren naar je klanten. Het is een kunst om in je communicatie een gevoel te creëren, waarvan jouw potentiële klant zegt: “Die moet ik hebben! Hij past precies bij wat ik zoek!