

Hoe maak ik een doelgroepenanalyse?

Een doelgroepenanalyse is een nuttig instrument bij het maken van een campagnestrategie. De analyse brengt de kenmerken, het gedrag en de gewoonten van je doelgroepen in kaart. Het maakt bovendien inzichtelijk hoe verschillende doelgroepen informatie tot zich nemen. Het doel van de analyse is om zo dicht mogelijk in de leefomgeving van jouw kiezers te komen en daar je informatie met hen te delen. Zo kan je de (beperkte) tijd en middelen per doelgroep zo effectief mogelijk inzetten.

Het maken van een doelgroepenanalyse die je in 2 stappen.

- 1 In de eerste stap vul je onderstaande tabel in. Wat voor bladen leest jouw doelgroep? Wat is het opleidingsniveau van deze groep? Wees hierbij zo concreet en specifiek mogelijk. Bij leeftijd en geslacht schrijf je bijvoorbeeld niet 'jonge vrouwen' maar 'vrouwen tussen 18 en 25 jaar'. Noem bij gebruik van nieuwsmedia niet 'internet' maar bijvoorbeeld www.nu.nl, www.nos.nl of andere specifieke websites. Je hoeft je niet te beperken tot de kenmerken in de tabel: voeg kenmerken toe als je denkt dat ze belangrijk zijn voor jouw kiezers en jouw campagne. Dat ziet er bijvoorbeeld zo uit als in de eerste kolom.

| | Groep 1 | Groep 2 | Groep 3 |
|-------------------------------------|--|---------|---------|
| Leeftijd en geslacht | Vrouwen 18-25 | | |
| Opleidingsniveau | MBO+ | | |
| Beroep | Beauty/haar | | |
| Burgerlijke staat | Samenwonend | | |
| Media gebruik: nieuwsmedia | nu.nl , telegraaf.nl , lokale krant | | |
| Media gebruik: sociale media | Instagram Facebook | | |
| Media gebruik: overige media | Vrouw.nl | | |
| Vrije tijdsbesteding | Winkelen, uitgaan | | |

2 De tweede stap is een brainstorm over de beste campagne activiteiten per doelgroep. Gebruik daarvoor onderstaande tabel. Met welke activiteit bereik je jouw doelgroep? En op wat voor manier kan je dat het beste communiceren? Als je uit het eerste deel van de oefening bijvoorbeeld weet dat jouw doelgroep graag uitgaat en geïnteresseerd is in mode en beauty, ga dan flyereren in het nachtleven en in het winkelcentrum.

Zijn sportieve mannen tussen de 18 en 25 je doelgroep? Dan kan flyereren op een voetbaltoernooi een slimme keuze zijn. Zorg er voor dat je altijd communiceert als je een activiteit organiseert. Dat kan altijd via je eigen kanalen. Het mooiste is natuurlijk als je iets organiseert waar media interesse in hebben.

| | VOORBEELD Groep 1 | Groep 2 | Groep 3 |
|---|--|----------------|----------------|
| Campagne activiteit 1 | Wekelijkse rubriek: kandidaten delen hun beauty -rituelen of stellen een beauty vraag | | |
| Communicatie middel/medium 1 | De inhoud delen via FB groepen of pagina's over beauty. De inhoud als advertentie inkopen op sociale media en delen op die groepen. Delen op de eigen social media | | |
| Campagne activiteit 2 | Flyeren in het winkelcentrum | | |
| Communicatie middel/medium 2 | Aankondigen via sociale media, Facebook live event / live foto's delen | | |
| Campagne activiteit 3 | Politieke kroegentocht: flyereren in het uitgaansleven | | |
| Communicatie middel/medium 3 | Lokale krant uitnodigen om mee te gaan op kroegentocht met de vrouwelijke kandidates | | |