

Doelgroep analyse

Het doel

Het doel van deze doelgroepsanalyse is om erachter te komen wie de doelgroep precies is, om zo de content die gemaakt gaat worden goed op de wensen van de doelgroepen te kunnen inspelen.

Doelgroep #1:

Doelgroep nummer 1 zijn mannen en vrouwen tussen de 18 en 50 jaar. Vooral de jongere doelgroep heeft Instagram en andere social media accounts en is hier ook erg actief op. Zo zit 82% van de 15-19 jarigen op Instagram. De doelgroep van 20-39 jaar is beter te bereiken via Facebook, maar is ook zeker nog wel actief op Instagram. De oudere doelgroep is weer beter te bereiken op Facebook.

Deze doelgroep is erg gericht op het maken van herinneringen met geliefden en wil dit ook vastgelegd hebben. Daarom komen ze naar mij. Ze willen het liefst de herinneringen voor eeuwig vastleggen.

Deze doelgroep kan ook een huisdier hebben en wil ook deze vastgelegd hebben.

De doelgroep is voor een groot gedeelte vrouwelijk omdat vrouwen sneller een leuk kiekje willen dan mannen. Vrouwen zijn sentimenteler en willen zulke dingen graag vastgelegd hebben.

De doelgroep is geïnteresseerd in Fitness, yoga, Netflix, Social media, Mc donalds, goed eten, planten, hun huisdieren, familie, gezin.

De doelgroep is vooral woonachtig in de noordelijke provincies. Friesland, Groningen en Drenthe.

Deze doelgroep benadert mij vooral persoonlijk. Er is een meer persoonlijk contact.

Er wordt gebruikgemaakt van whatsapp, Instagram, Facebook, Snapchat.

Doelgroep #2:

Deze doelgroep is vooral gericht op de mannen tussen de 25 en 67 jaar die ZZP'er zijn. Na hun 67^e gaan ze vaak met pensioen en de gemiddelde zzp'er begint op zn 25^e. Onder de zzp'ers is 60% man en 40% vrouw. Vandaar dat er meer mannen een beroep op mij zullen doen.

De doelgroep heeft een eigen onderneming maar is niet direct goed op de hoogte van de verschillende middelen op het gebied van communicatie om de onderneming zo beter tot zijn recht te laten komen.

De doelgroep is gericht op werk, familie, beroepsmatige beurzen, beroepsmatige magazines, geldzaken, het nieuws.

De doelgroep is vooral actief in de noordelijke provincies, Friesland, Groningen en Drente.

Daarnaast is de doelgroep vooral aan het werk in de bouw of heeft een andere kleine onderneming die hulp nodig heeft op het gebied van communicatie.

Het opleidingsniveau van deze doelgroep is vooral mbo/vmbo/mavo.

Daarnaast benadert deze doelgroep mij zakelijk en hebben we ook zakelijk contact.

Qua sociale media wordt er vooral gebruik gemaakt van LinkedIn en misschien Facebook of Instagram.

Bronnen:

<https://www.afix.nl/belangrijkste-cijfers-social-media-gebruik-2020/>

<https://www.cbs.nl/nl-nl/fag/zzp/wie-zijn-de-zzp-ers->

<https://www.bestetop5.nl/aantal-gebruikers-instagram/>

<https://2bfound.nl/kennisbank/doelgroep-analyse/>

<https://goeiezaak.com/blog/strategie/doelgroepanalyse/>

Alsjeblieft, hierbij jouw persona

jannies content
Jantine de Vries



Remix Marketing

Buyer Persona - Doelgroep 1

Herinneringen maken is erg belangrijk. Daarnaast is ze erg gericht op haar familie en haar vriend. Tevens volgt ze een opleiding waarmee ze erg druk is.



<i>Gebruikerstype</i>	Consument
<i>Geslacht</i>	Vrouw
<i>Naam</i>	Fleur
<i>Leeftijd</i>	18 - 24 jaar
<i>Relationele Status</i>	Samenwonend
<i>Kinderen</i>	0
<i>Woonplaats</i>	Dorp, Groeigemeente
<i>Opleiding</i>	In opleiding
<i>Opleidingsniveau</i>	HBO
<i>Beroep</i>	Verpleegkundige
<i>Branche</i>	Zorg en Welzijn
<i>Inkomen</i>	€15.000 – €25.000
<i>Sociale klasse</i>	Loondienst
<i>Woningtype</i>	Rijthuis
<i>Eigendom woning</i>	Huur

Psychografische kenmerken

Progressief

Conservatief



Chaotisch

Punctueel



Introvert

Extravert



Gehoorzaam

Rebels



Dominant

Meegaand



Spaarzaam

Kwistig



Positief

Negatief



Drijfveren

Zelfontplooiing

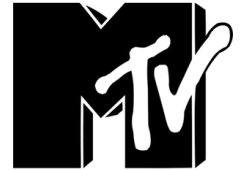
Afwisseling

Sociaal contact

Religie

Atheïst

Voorkeuren



L'ORÉAL
PARIS



hunkemöller



Leest geen
krant

NETFLIX



Geen

You Tube

uitzendinggemist.nl
gezondheidsnet.nl
funda.nl
Vrouwentijdschriften



Pinterest



Bedankt voor het gebruik

Jouw persona wordt met plezier
aangeboden door online
marketingbureau Remix Marketing.



Alsjeblieft, hierbij jouw persona

jannies content
Jantine de Vries



Remix Marketing

Buyer Persona - Doelgroep 2

Ondernemend en doelgericht. ZZP'er. Hij is erg gericht op zijn werk. Daarnaast is zijn gezin erg belangrijk voor hem. Hij weet echter niet goed hoe hij verschillende communicatiemiddelen kan inzetten. Daarnaast wil hij ook goede bedrijfsfoto's.



<i>Gebruikerstype</i>	Zakelijk
<i>Geslacht</i>	Man
<i>Naam</i>	Adam
<i>Leeftijd</i>	35 - 55 jaar
<i>Relationele Status</i>	Getrouwd
<i>Kinderen</i>	2
<i>Woonplaats</i>	Dorp, Groeigemeente
<i>Opleiding</i>	Afgerond
<i>Opleidingsniveau</i>	MBO
<i>Beroep</i>	Aankondiger
<i>Branche</i>	Bouw en Vastgoed
<i>Inkomen</i>	€25.000 – €40.000
<i>Sociale klasse</i>	Arbeider
<i>Woningtype</i>	Zelf gebouwd
<i>Eigendom woning</i>	Koop

Psychografische kenmerken

Progressief

Conservatief



Chaotisch

Punctueel



Introvert

Extravert



Gehoorzaam

Rebels



Dominant

Meegaand



Spaarzaam

Kwistig



Positief

Negatief



Drijfveren

Zekerheid

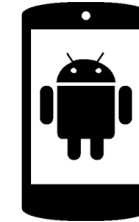
Vrijheid

Familie

Religie

Atheïst

Voorkeuren



Leest geen
krant



Geen



Nu.nl
funda.nl
Vakliteratuur



Bedankt voor het gebruik

Jouw persona wordt met plezier
aangeboden door online
marketingbureau Remix Marketing.

