

CHECK LIST DOELGROEP VINDEN

Het bepalen van je doelgroep

Het bepalen van je doelgroep is waar jouw onderneming om draait. Jij hebt een product/dienst ontwikkeld die het meest aansluit bij een doelgroep. Dit is jouw hoofddoelgroep. In de meeste gevallen is het ook geschikt voor andere groepen, dit zijn dan je subdoelgroepen. Twee tot vier doelgroepen daar richt een ondernemer zich meestal op. Jouw doelgroep moet meetbaar en bereikbaar zijn.

- Wie is jouw hoofddoelgroep?

- Wie zijn jou subdoelgroepen?

Analyseren van de doelgroep

Marketingwetenschapper Philip Kotler heeft een methode ontwikkeld om je doelgroep te analyseren. Met deze methode ga je na wat de Geografische, Demografische, Socio-economische factoren en de levensstijl en interesses zijn van jouw doelgroep.

Geografische factoren:

Woonplaats, provincie en regio

Demografische factoren:

Geslacht, leeftijd, gezinssamenstelling

Socio-economische factoren:

Opleiding, beroep, inkomen

Levensstijl en interesse:

Sporten, trendgevoelig, geloof

- Waar ga jij jouw product/dienst aanbieden en waarom daar?

Ga verder op de volgende bladzijde

○ Demografische factoren doelgroep

- Leeftijd: _____
- Geslacht: _____
- Nationaliteit: _____
- Gezinsamenstelling: _____

○ Socio-economische factoren doelgroep

- Opleidingsniveau: _____
- Beroep: _____
- Inkomen: _____
- Maatschappelijke positie: _____

○ Wat is de levensstijl van jouw doelgroep?

○ Wat zijn de interesses van jouw doelgroep?
