

Bewijslast 1 – leerdoel 2

Project: marketingcommunicatiedoelgroep en het
communicatieprobleem formuleren

Simone Offerman

Om aanpassingsvermogen te kunnen bereiken is het belangrijk om eerst inzicht te hebben in de primaire- en secundaire marketingcommunicatiedoelgroep(en). Ik moet mijzelf verplaatsen in de marketingcommunicatiedoelgroepen, zodat mijn projectleden en ik hen gericht kunnen bereiken.

Marketingcommunicatiedoelgroep

- Jongvolwassenen
Onder de doelgroep van jongvolwassenen vallen alle werkende jongvolwassenen vanaf 20 jaar tot 35 jaar.
- Volwassenen
Onder de doelgroep van volwassenen vallen alle werkende volwassenen vanaf 35 jaar tot 55 jaar.
- Ouderen
Onder de doelgroep van volwassenen vallen alle werkende ouderen vanaf 55 jaar tot 67 jaar.

Primaire marketingcommunicatiedoelgroep

Voor de primaire marketingcommunicatiedoelgroep worden er speciale marketingcommunicatieactiviteiten ontwikkeld.

Jongvolwassenen

Onder de doelgroep van jongvolwassenen vallen alle werkende jongvolwassenen vanaf 20 jaar tot 35 jaar.

Volwassenen

Onder de doelgroep van volwassenen vallen alle werkende volwassenen vanaf 35 jaar tot 55 jaar.

Secundaire marketingcommunicatiedoelgroep

Voor de secundaire marketingcommunicatiedoelgroep worden er geen speciale marketingcommunicatieactiviteiten ontwikkeld.

Ouderen

Onder de doelgroep van volwassenen vallen alle werkende ouderen vanaf 55 jaar tot 67 jaar.

Communicatieprobleem

De doelgroep vraagt zich af of de kruidenthee de juiste werking heeft (doet het product datgene wat er wordt beloofd). Dit betekent dat het communicatieprobleem betrekking heeft op de geloofwaardigheid van de kruidenthee.

Aanvulling op de doelgroepen

Jongvolwassen: (20-35 jaar)

Tot deze doelgroep behoren werkende mensen tussen de 20-35, die houden van gezelligheid, sporten, uitgaan en/of het afspreken met vrienden en familie. De doelgroep is voornamelijk actief op Snapchat, Instagram, Facebook en YouTube. Ze worden beïnvloed door hun ouders, vrienden, collega's en influencers die hun aanspreken.

Volwassen (35-55 jaar)

Tot deze doelgroep behoren werkende mensen tussen de 35-55, die al een langere tijd, een vaste baan hebben en mogelijk een gezin hebben. De doelgroep is voornamelijk actief op Facebook, Instagram en LinkedIn.

Ouderen (55+)

Tot deze doelgroep behoren werkende mensen vanaf 55 jaar, die vooral behoefte hebben aan sociale contacten. De doelgroep is voornamelijk actief op Facebook, LinkedIn en leest graag de krant. Hier gaat het om de ervaring van het product en niet om de status.