

DEMOGRAFISCHE FACTOREN (Wie is jouw klant?)		BESCHRIJF JOUW KLANT
<input type="radio"/> Naam*		
<input type="radio"/> Geslacht		
<input type="radio"/> Leeftijd		
<input type="radio"/> Locatie		
<input type="radio"/> Inkomen		
<input type="radio"/> Burgerlijke staat		
PSYCHOGRAFISCHE GEGEVENS (Wat doet jouw klant?)		
<input type="radio"/> Social media accounts		
<input type="radio"/> Interesses & behoeften		
<input type="radio"/> Merken		
<input type="radio"/> Activiteiten		
<input type="radio"/> Uitingen, gedrag		
<input type="radio"/> Affiniteit		

Pijn & Frustratie

NU

Doelen & Wensen

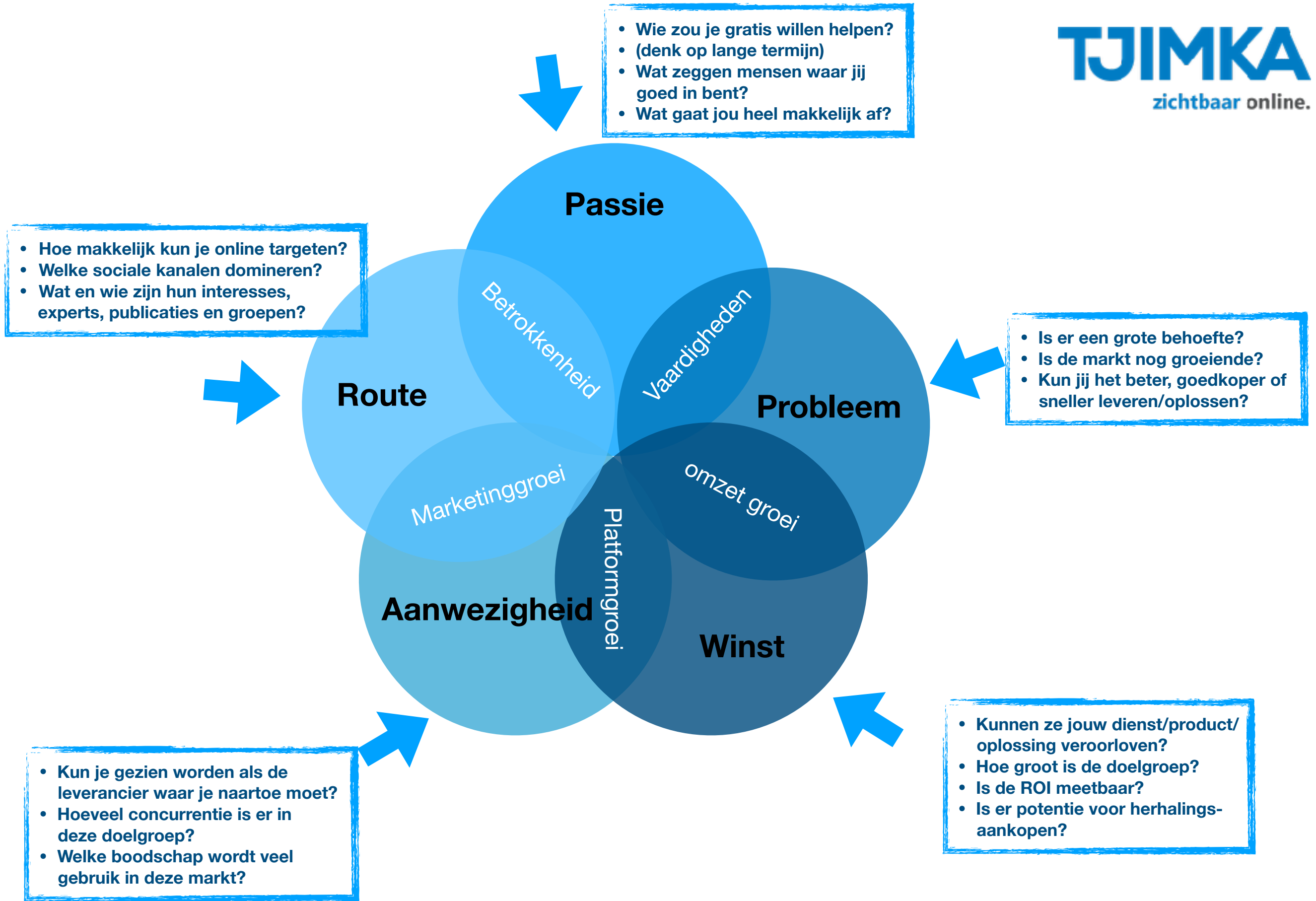
VERLEDEN

TOEKOMST

Angst & Consequenties

Dromen & Ambities

EVENTUEEL



Hoe vind je jouw ideale doelgroep?! Gebruik dit raamwerk om je bewust te maken dat je het juiste programma gebruikt, met de specifieke wensen en behoeftes gedefinieerd per doelgroep die jij heel graag wilt helpen.

Passie

- Wie zou je gratis willen helpen?
- (denk op lange termijn)
- Wat zeggen mensen waar jij goed in bent?
- Wat gaat jou heel makkelijk af?

Doelgroep 1

Doelgroep 2

Doelgroep 3

Probleem

- Is er een grote behoefte?
- Is de markt nog groeiende?
- Kun jij het beter, goedkoper of sneller leveren/oplossen?

Winst

- Kunnen ze jouw dienst/product/oplossing veroorloven?
- Hoe groot is de doelgroep?
- Is de ROI meetbaar?
- Is er potentie voor herhalingsaankopen?

Aanwezigheid

- Kun je gezien worden als de leverancier waar je naartoe moet?
- Hoeveel concurrentie is er in deze doelgroep?
- Welke boodschap wordt veel gebruikt in deze markt?

Route

- Hoe makkelijk kun je online targeten?
- Welke sociale kanalen domineren?
- Wat en wie zijn hun interesses, experts, publicaties en groepen?