



Kennisdocument

Doelgroeponderzoek

073-621 21 22
onderzoek@multiscope.nl



multiscope

Doelgroeponderzoek

Wat is doelgroeponderzoek?

Doelgroeponderzoek is een belangrijk aspect van marketing en is bedoeld om bedrijven te helpen hun meest waardevolle doelgroepen te identificeren, segmenteren en begrijpen. Een dergelijk onderzoek wordt ook wel aangeduid als doelgroepanalyse, doelgroepsegmentatie onderzoek en consumer insights research. Het geeft onder andere inzicht in wie uw doelgroep is, wat hun behoeften en motivaties zijn, en hoe u hen effectief kunt bereiken.

Door het onderzoek uit te voeren binnen ons grote **consumentenpanel** kunnen wij cruciale data over de demografische, psychografische en gedragsmatige kenmerken van uw doelgroep achterhalen. Op basis van verkregen inzichten kunnen wij persona's opstellen of segmentatie toepassen, waardoor u het marktbeleid nog gericht kan maken.

Dit type onderzoek speelt een essentiële rol bij strategische bedrijfsbeslissingen. Het helpt bijvoorbeeld bij het introduceren van nieuwe producten, het verbeteren van merkpositionering en het optimaliseren van marketingcampagnes.

Waarom?

Het kennen van uw doelgroep is de basis voor succes. Inzicht in wat uw doelgroep beweegt, stelt u in staat om gerichte en effectieve beslissingen te nemen. Bedrijven die hun doelgroep niet goed in kaart hebben, lopen het risico dat hun producten of marketingstrategieën minder impact hebben dan gewenst. Doelgroeponderzoek geeft u de informatie die nodig is om deze risico's te vermijden en uw marketinginspanningen succesvol te maken.

Doelgroeponderzoek biedt verschillende voordelen:

- **Inspelen op klantbehoeften:** doelgroeponderzoek geeft u inzicht in de behoeften en verwachtingen van uw doelgroep, zodat u producten en diensten kunt ontwikkelen die aansluiten bij hun wensen.
- **Betere communicatie:** door te begrijpen welke boodschap en welk kanaal het meest effectief zijn voor uw doelgroep, kunt u uw communicatie afstemmen op hun voorkeuren en gedrag. Hierdoor kunt u gericht adverteren en verhoogt u de effectiviteit van uw campagnes.
- **Nieuwe marktkansen:** doelgroeponderzoek helpt bij het ontdekken van nieuwe klantsegmenten of onbenutte markten, wat nieuwe kansen biedt voor groei. Op basis van de resultaten kunnen persona's worden gecreëerd die u helpen bij het nauwkeuriger afstemmen van uw productaanbod of communicatiestrategieën.

Wanneer?

Doelgroeponderzoek is waardevol op verschillende momenten in de levenscyclus van een product of merk. Vaak vindt doelgroeponderzoek plaats op de volgende momenten:

- **Introductie van nieuwe producten of diensten:** begrijpen wie uw potentiële klanten zijn en wat zij belangrijk vinden, helpt u een product te ontwikkelen dat beter aansluit bij hun behoeften.

- Betreden van nieuwe markten: als u een nieuwe markt of regio wilt verkennen, helpt doelgroeponderzoek bij het identificeren van de meest waardevolle klantsegmenten en hoe u hen kunt bereiken.
- Optimaliseren van marketingstrategieën: doelgroeponderzoek biedt inzicht in hoe u uw boodschap beter kunt afstemmen op de voorkeuren en gedragingen van verschillende klantsegmenten.
- Verbeteren van merkpositionering: doelgroeponderzoek kan helpen om de huidige positie van uw merk te evalueren en te bepalen waar verbeteringen mogelijk zijn, zodat u een sterkere positie kunt innemen ten opzichte van uw concurrenten.

Hoe?

Doelgroeponderzoek maakt gebruik van verschillende segmentatiecriteria om diepgaand inzicht te krijgen in specifieke subgroepen. Dit proces omvat het analyseren van kenmerken die uniek zijn voor uw doelgroep, zodat u gerichte en relevante inzichten verkrijgt.

Voor doelgroeponderzoek maken we gebruik van een model dat demografische-, psychografische- en gedragsmatige aspecten integreert, evenals het gebruik en de motivaties. Het kapstokmodel dat we hiervoor hanteren is het 5W-model. In dit kennisdocument zullen we de toepassing van dit model toelichten en laten zien hoe het kan bijdragen aan het optimaliseren van uw marketingstrategieën.

Wat is het 5W-model?

Het model biedt een gestructureerde aanpak om doelgroepen te segmenteren. Het beantwoordt vijf essentiële vragen: Wie, Wat, Waar, Wanneer en Waarom. Door deze vragen te stellen krijgt u inzicht in de specifieke kenmerken, gedragingen en voorkeuren van uw doelgroep. Dit helpt bij het ontwikkelen van gerichte marketingstrategieën en het optimaliseren van de klantbenadering.

Waarom?

Het model biedt waardevolle inzichten voor bedrijven die hun marketinginspanningen willen afstemmen op de juiste doelgroep. Door te begrijpen wie de doelgroep is, wat hen drijft, waar ze zich bevinden, wanneer ze actief zijn en waarom ze bepaalde keuzes maken, kunt u gerichtere beslissingen nemen. Dit leidt onder andere tot meer effectiviteit in marketingcampagnes en betere klantrelaties.

Wanneer?

Het model is onder andere geschikt voor tijdens de ontwikkeling van nieuwe producten, het betreden van nieuwe markten en het verbeteren van bestaande marketingstrategieën. Het helpt om te begrijpen welke segmenten het meeste potentieel hebben en hoe deze het beste te bereiken zijn.

Het 5W-model

Methodiek

Het model richt zich op vijf kernvragen die helpen bij het identificeren van waardevolle segmenten. Deze vragen kunnen worden beantwoord door middel van kwantitatief onderzoek, waarbij we kijken naar demografische, psychografische, gedragsmatige, gebruik en motiverende factoren.

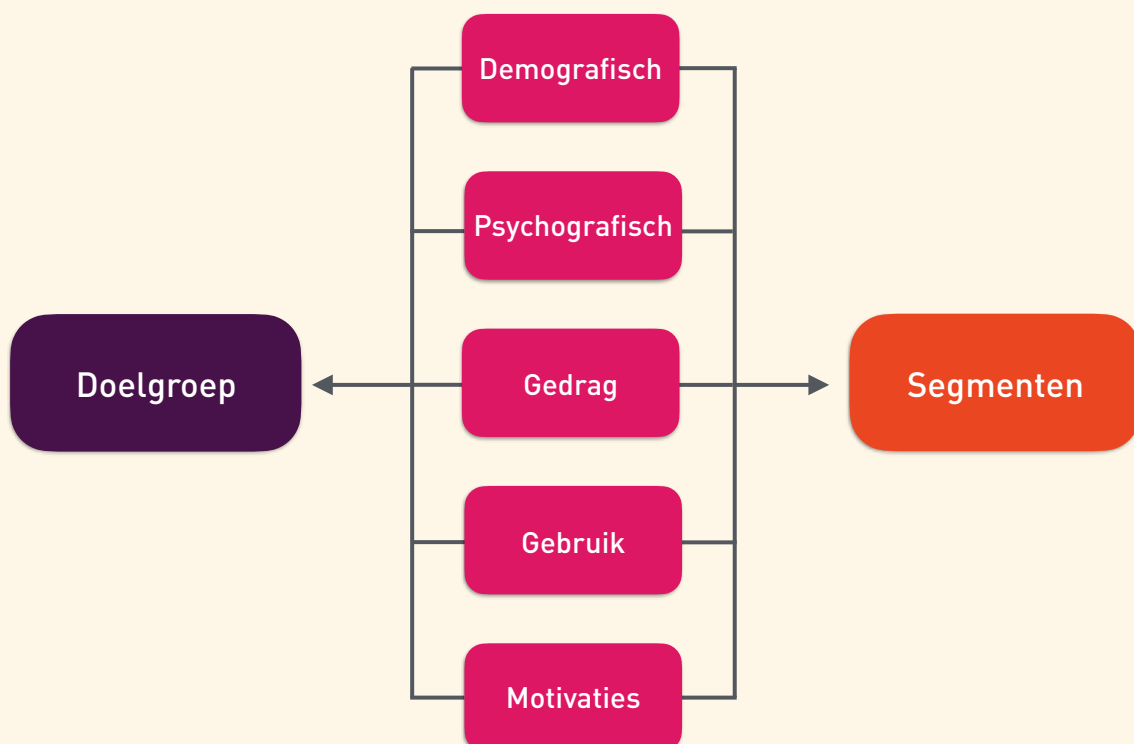
1. Demografie: demografische segmentatie omvat basiskenmerken zoals leeftijd, geslacht, regio, inkomen, opleidingsniveau en gezinsamenstelling. Deze gegevens helpen bij het definiëren van de samenstelling van de doelgroep en vormen een fundament voor verdere segmentatie.

2. Psychografisch: psychografische segmentatie richt zich op waarden, interesses, persoonlijkheid, levensstijl en overtuigingen van de doelgroep. Dit biedt inzicht in hun drijfveren en helpt te begrijpen waarom ze bepaalde keuzes maken of voorkeuren hebben.

3. Gedrag: gedragsmatige segmentatie analyseert patronen zoals het gebruik van producten of diensten, merkvoorkeuren, koopfrequentie, mediagebruik en kanaalvoorkeuren. Het biedt inzicht in waar en wanneer de doelgroep producten of diensten gebruikt en hoe ze reageren op marketingcampagnes. Dit helpt bij het bepalen van de juiste momenten en kanalen om de doelgroep te bereiken.

4. Gebruik: bij gebruiksanalyse onderzoeken we hoe en wanneer de doelgroep producten of diensten gebruikt.

5. Motivatie: motivatie-analyse gaat dieper in op de onderliggende redenen achter beslissingen van de doelgroep. Dit kan variëren van emotionele en functionele behoeften tot merkloyaliteit, koopintentie en barrières die hen beïnvloeden. Begrip van deze motivaties helpt om gerichte en effectieve strategieën te ontwikkelen.



Meer weten?

Consumenten- en B2B panel

Wij kunnen uw doelgroeponderzoek uitvoeren binnen ons grote **consumentenpanel** van meer dan 140.000 Nederlanders. Het is daarbij mogelijk om te selecteren op verschillende achtergrondkenmerken. Op deze manier zorgen we voor een representatieve steekproef voor uw marktonderzoek. De achtergrondkenmerken waarop u onder andere kunt selecteren zijn: geslacht, leeftijd, regio, inkomen, opleiding, arbeidssituatie en huishoudgrootte.

Multiscope heeft daarnaast ook een groot **B2B-panel** van meer dan 70.000 panelleden. In dit panel vindt u zakelijke mede- of eindbeslissers binnen verschillende functies en branches. Denk daarbij bijvoorbeeld aan: financieel, commercieel, personeel & organisatie, facilitair, consultancy en ICT.

Vrijblijvende offerte

U betaalt enkel een bedrag voor de deelnemers die daadwerkelijk meedoen aan het marktonderzoek (cost per complete). Daarnaast garanderen we het vooraf vastgestelde aantal respondenten binnen de afgesproken doorlooptijd. Doelgroeponderzoek kunt u al uitvoeren vanaf €3 per respons.

Bent u nieuwsgierig naar de mogelijkheden om te starten met doelgroeponderzoek? Neem contact op via 073-6212122 voor advies of vraag meteen een vrijblijvende offerte aan. We nemen dan spoedig telefonisch contact met u op over de mogelijkheden.

 073-6212122

 multisco.pe/offerte

 onderzoek@multiscope.nl



multiscope

Havensingel 1a
5211 TX 's-Hertogenbosch

T 073-6212122

E info@multiscope.nl

W www.multiscope.nl