

Marketing webinar - segmentatie

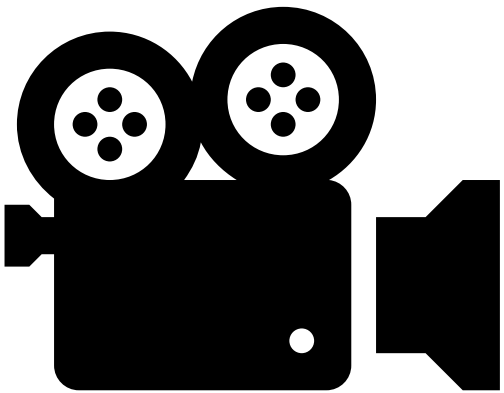
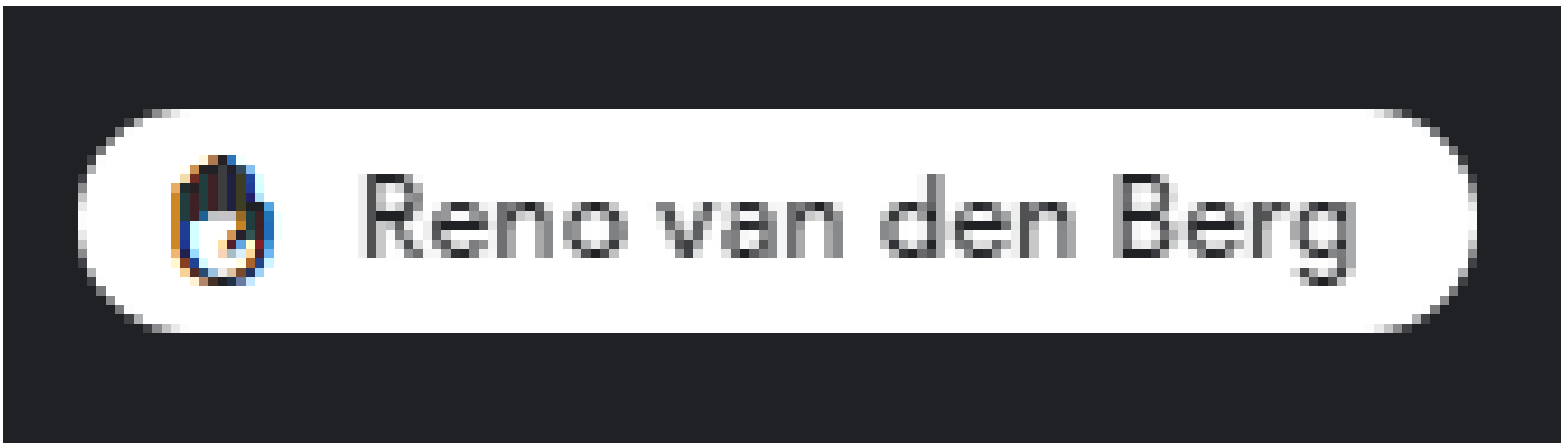
Telt u de klanten die u bereikt?
Of bereikt u de klanten die tellen?



OPEN
MARKETING
PLATFORM

DOG VOOR UW KLANTEN

Huishoudelijke
mededeling



Agenda

- Wat is markt segmentatie?
- Waarom segmenteren van de markt?
- Whize segmentatie
- Marktsegmentatie in de zelfstandige audiologie
- Marktsegmentatie inzetten voor uw onderneming?
- Marktsegmentatie inzetten bij de goed hoor weken



Marketing
consultants



Reno van den Berg
Sidney Overes

Loyalty Lab



Jeroen de Wit

Jill Marketing



Wie is uw doelgroep?
En hoe bereikt u deze?

Wat is marktsegmentatie?

- Wat is segmentatie van de markt?
- 4 soorten segmentatie, Geografisch, Demografisch, Sociaal economisch en Psychografisch



- Amsterdam
- Vrouw 24
- HBO afgestudeerd
- Interesse in zomer festivals



- Wilhelminalaan 28
- Man 52
- Modaal inkomen, gelovig
- Luistert veel radio 538



- Provincie Noord Holland
- Vrouw 67
- 2x modaal, pensioen
- Beide kinderen uit huis



Waarom segmenteren van de markt?

Segmenteren van de markt geeft u de mogelijkheid om uw (potentiële) doelgroep in kaart te brengen.

Positionering - Product aanbod kan worden afgestemd op doelgroep

- Visie voor innovatie/uitbreiding in productaanbod
- Prijsstelling kan worden afgestemd op doelgroep
- Winstoptimalisatie kan worden bereikt door het aanbod aan te passen aan de meest winstgevende doelgroep

Marketing kan worden afgestemd op doelgroep

- Juiste product communicatie voor de juiste consument
- Haal meer rendement uit uw marketing budget



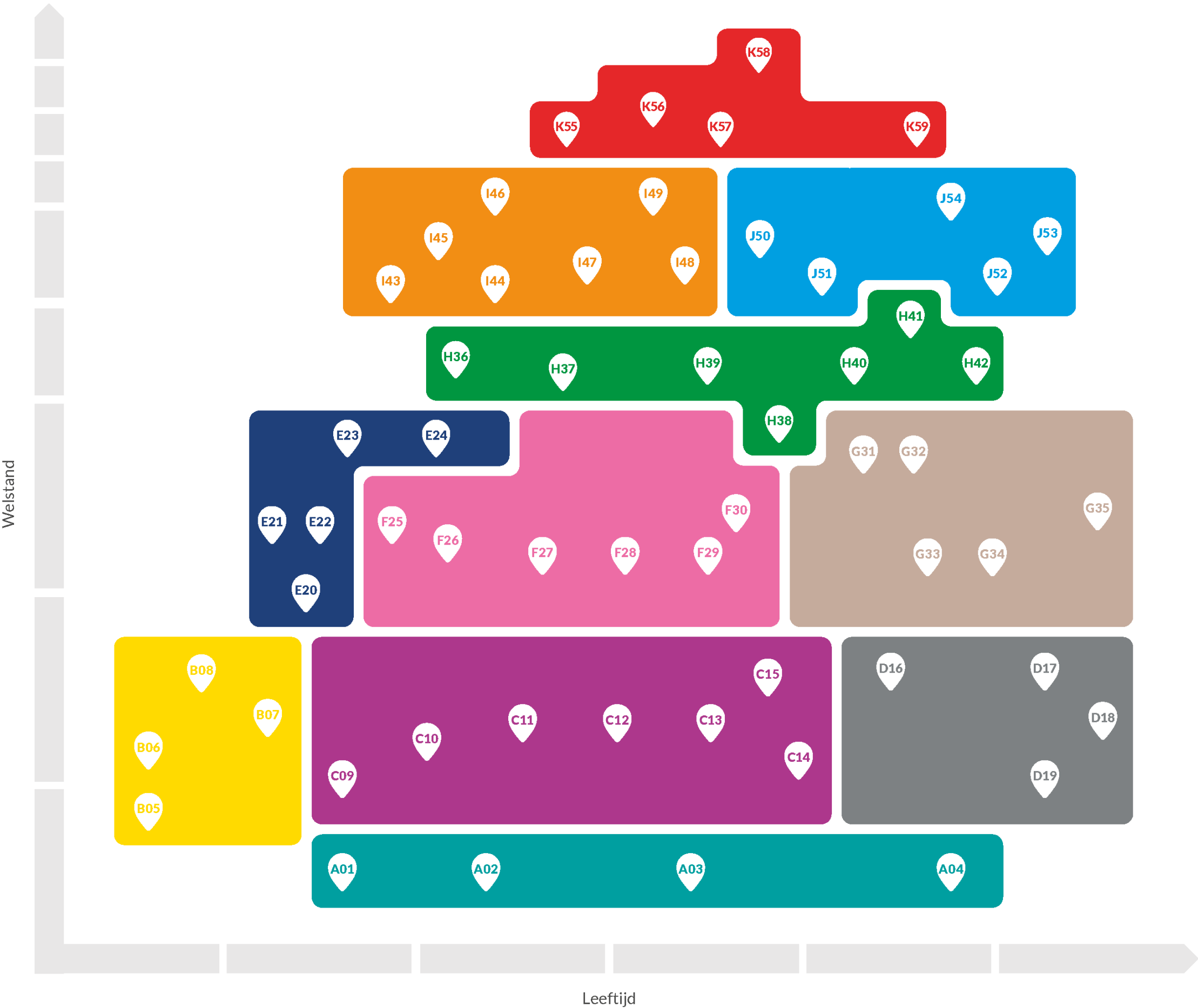
Whize segmentatie

Whize is ontworpen om alle ruim 7,7 miljoen huishoudens in Nederland te beschrijven en te classificeren. De huishoudens zijn gesegmenteerd 11 segmenten en 59 subsegmenten. Het resultaat is een classificatie die een duidelijk beeld schetst van Nederlandse klantprofielen voor wat betreft hun sociodemografie, levensstijl en (koop)gedrag.



Segmenten en Subsegmenten

- A - Dromen en Rondkomen
- B - Jong en Hoopvol
- C - Volks en Uitgesproken
- D - Bescheiden Ouderen
- E - Stedelijke Dynamiek
- F - Gewoon Gemiddeld
- G - Gezellige Emptynesters
- H - Landelijke Vrijheid
- I - Plannen en Rennen
- J - Zorgeloos en Actief
- K - Luxe Leven



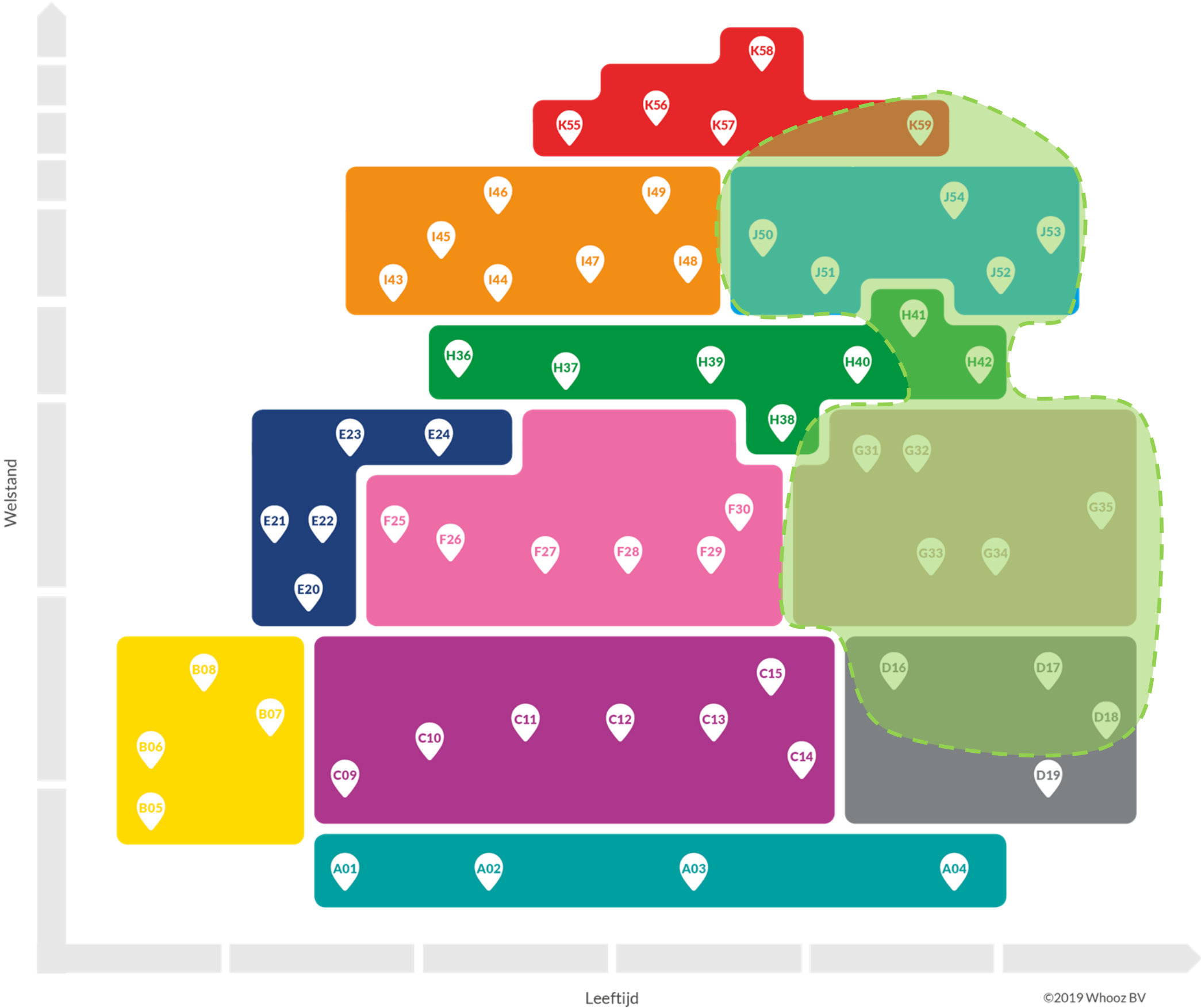
Markt
segmentatie in
de zelfstandige
audiologie

Door onze samenwerking met Whize en zelfstandige audiciens zijn wij in staat om een duidelijk beeld van de markt te schetsen. Elke onderneming heeft een compleet eigen klantportofolio maar toch zien we dat specifieke klantprofielen veel te vinden zijn bij de zelfstandige audicien.



Segmenten en
Subsegmenten

- A - Dromen en Rondkomen
- B - Jong en Hoopvol
- C - Volks en Uitgesproken
- D - Bescheiden Ouderen
- E - Stedelijke Dynamiek
- F - Gewoon Gemiddeld
- G - Gezellige Emptynesters
- H - Landelijke Vrijheid
- I - Plannen en Rennen
- J - Zorgeloos en Actief
- K - Luxe Leven





Segment D

Bescheiden Ouderen

De Bescheiden Ouderen hebben het fijn, maar leven behoorlijk minimalistisch door hun beperkte inkomen (AOW en soms een klein aanvullend pensioen). Ze mijden risico's en leiden een overzichtelijk bestaan. Ze vullen hun tijd met Omroep MAX, boodschappen doen en kruiswoordpuzzels oplossen. Ook verrichten ze graag vrijwilligerswerk; het houdt ze bezig en ze doen goed werk voor de samenleving.

KENMERKEN

-  Ouder dan 65 jaar
-  Alleenstaand
-  Geen kinderen
-  Arbeidsongeschikt, (pre)pensioen, vrijwilliger
-  Praktijkgerichte opleiding
-  Benedenmodaal of modaal
-  Huurwoning of -appartement
-  (Elektrische) fiets



Segment G

Gezellige Emptynesters

De kinderen zijn het huis uit en de agenda is niet meer gevuld met werk. Wel met vrijwilligerswerk, maar de Gezellige Emptynesters hebben geen vaste verplichtingen meer. Ze passen soms op de kleinkinderen en zijn ook vooral lekker aan het fietsen, tuinieren en op reis aan het gaan. Ze genieten van hun tijd samen nu hun gezondheid dat nog toelaat! Gezelligheid met een hoofdletter G.

KENMERKEN

-  Ouder dan 60 jaar
-  Samen
-  Geen kinderen of boven de 25 jaar
-  Loondienst, (pre)pensioen, vrijwilliger
-  Middelbaar opgeleid
-  1 tot 2 keer modaal
-  Koopwoning
-  Auto



Segment J

Zorgeloos en Actief

KENMERKEN

-  Ouder dan 50 jaar
-  Samen
-  Geen kinderen
-  Loondienst, ondernemer, vrij beroep, (pre)pensioen
-  Hoger of universitair opgeleid
-  2 keer modaal of meer
-  Koopwoning
-  1 of meer auto's

Wat een onbezorgd leven leiden deze overwegend 50-plussers die nog midden in het leven staan. Ze zijn vaak al klaar met werken, beschikken over voldoende middelen, de kinderen zijn het huis uit en ze wonen in een fijn huis met inmiddels geen hoge kosten meer. Alle ingrediënten zijn aanwezig om heerlijk te genieten. Daarom gaan de mensen van Zorgeloos en Actief ook regelmatig op vakantie en houden ze van een rijk cultureel leven.

Marktsegmentatie inzetten voor uw onderneming

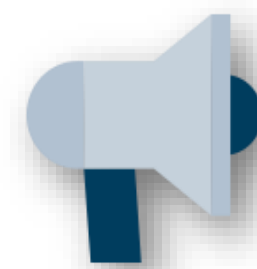
In de audiologie branche wordt veel gewerkt met winkel-automatiseringssoftware. Deze systemen geven de zelfstandige audioloog de unieke kans om op MKB niveau marktsegmentatie uit te voeren op hun bestaande klanten bestand. Maar hoe?



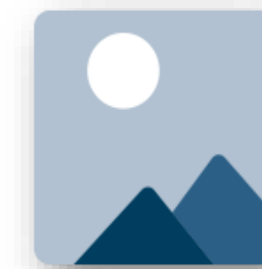
1. Dataconnectie



2. Analyse



3. Marketing plan



4. Uitvoering



5. Feedback



6. Evaluatie

Onze samenwerking met WHOOZ stelt ons in staat om ook tijdens de werving van nieuwe klanten de marketingmix af te stemmen op verschillende klantprofielen.

1. Koppeling met winkel automatiseringspakket (AVG gecertificeerd)
2. Database matchen met 7,7 miljoen gesegmenteerde huishoudens van WHOOZ
3. Bepalen welke klantprofielen uw winkel bezoeken en waar uw potentiële klanten wonen (Whize analyse)
4. Marketing mix afstemmen op relevante klantprofielen en benaderen in uw verzorgingsgebied



Marktsegmentatie inzetten bij de Goed hoor weken

Kracht Goed hoor weken

- Werving bestaande en nieuwe klanten
- Werking campagne
 - Zorg vraagt om aandacht
 - Kwaliteit van het leven
 - Doe eens per jaar een check
- Unieke incentive



GOED HOOR WEKEN '23
8 MEI – 24 JUNI

Test uw gehoor
30 minuten | vrijblijvend | gratis*

Met cadeau t.w.v. € 20*

mijn gehoor | ✓

HOORMANS
Uw lokale vak-audicien

Afsluiting

Wilt u meer inzicht in uw databestand en weten wie uw klanten zijn?

Bedankt voor jullie aandacht!

Meer informatie? Neem contact op met:

- Reno.van.den.berg@loyaltylab.nl
- Sidney.overes@loyaltylab.nl
- Jeroen@jillmarketing.nl



**OPEN
MARKETING
PLATFORM**

DOG VOOR UW KLANTEN