

Sluit je marketing en propositie aan bij je doelgroep

10 december 2015

Gert Jan Hagen
Ewoud Dekker



Traditioneel marktonderzoek



0,3%



SpringCo draait het marktonderzoek om



Wat wil Lucas?

0,3%



Wat wil Lucas?

Wat staat er in de Billy van Lucas?



SpringCo vult de Billy van Lucas

Getoonde voorkeuren van
de lookalikes van Lucas

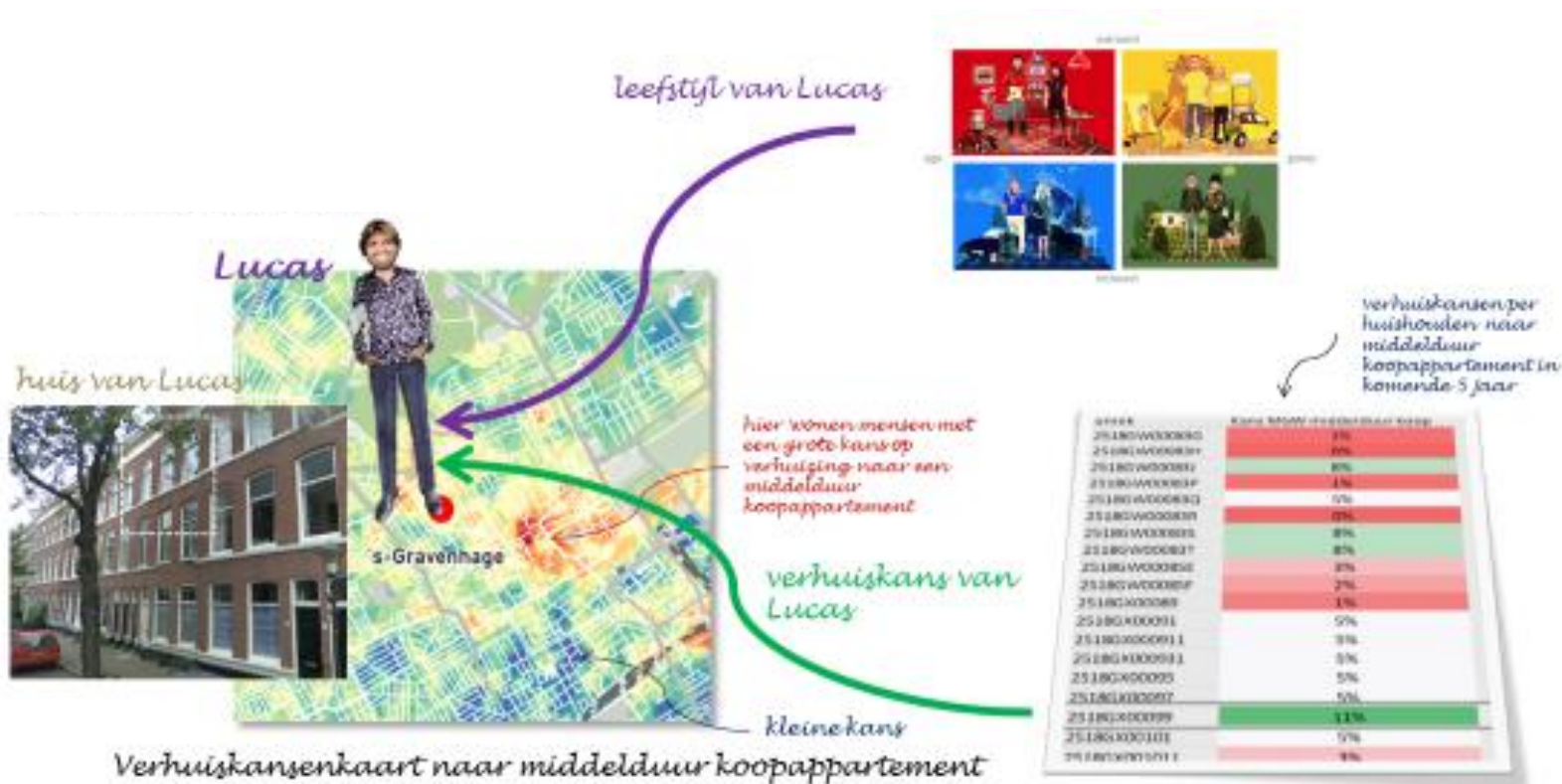


En de Billy van Sjaan, Piet en Ahmed



En zo weten we

dat Lucas gaat verhuizen voordat hij dat zelf weet



Stated and revealed

Robinson Cano back in New York



Basis

Verlaging van de lasten

Goedkoper
Makkelijker

Airbnb
All inclusive
Domotica

Verhoging van de lusten

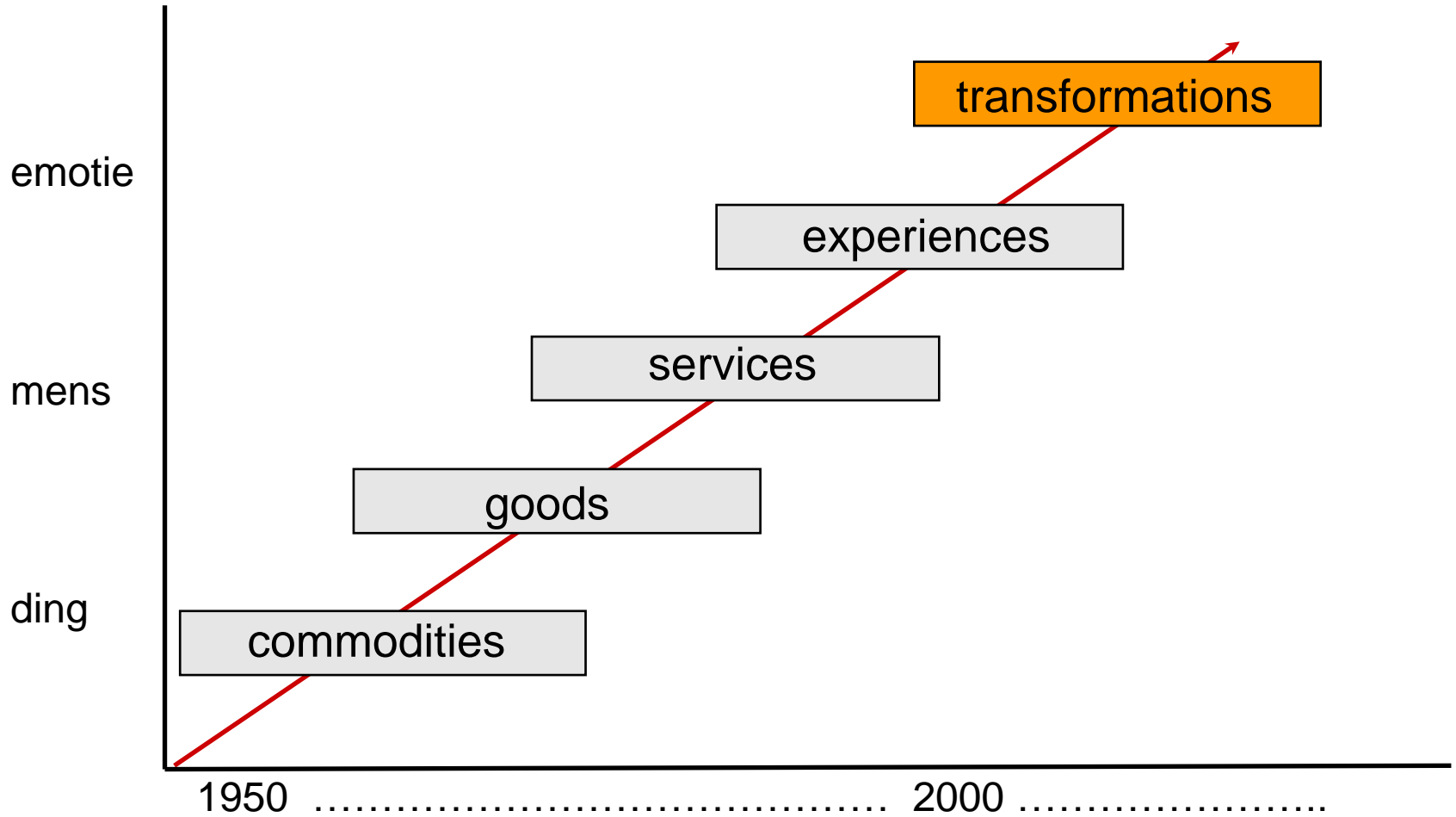
Gevarieerder
Sneller
Prettiger

Mass customisation
Predictive analysis (Amazon.com)



AMAZON WANTS TO SHIP ITEMS BEFORE YOU BUY THEM

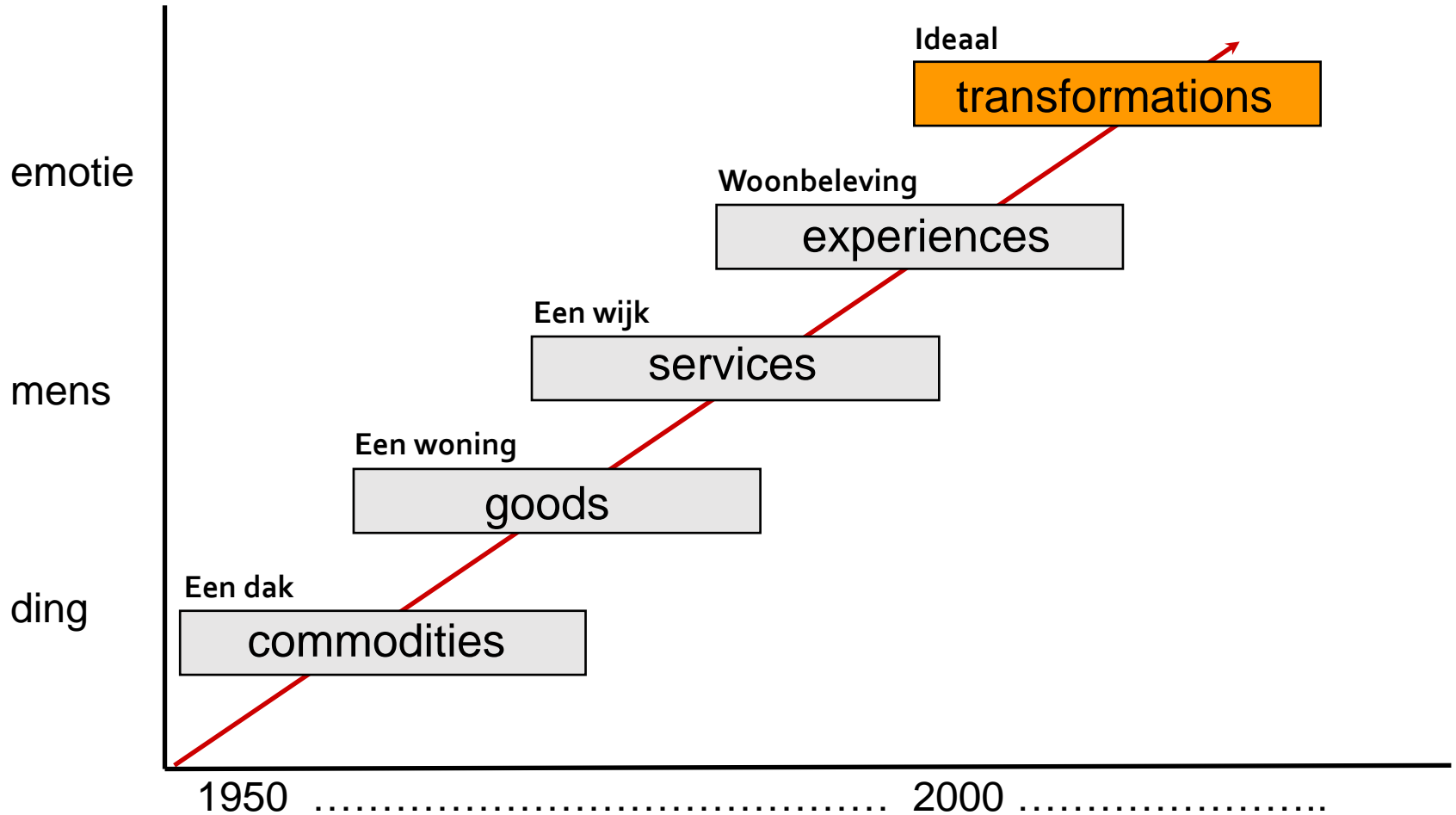
Toegevoegde waarde



Bron: B. Joseph Pine II and James H. Gilmore, Authenticity, Harvard Business School Press, 2007

Toegevoegde waarde

Een product of dienst die jou helpt te leven naar je ideaalbeeld



Bron: B. Joseph Pine II and James H. Gilmore, Authenticity, Harvard Business School Press, 2007

Bennvloeding

Six key principles of influence

1. Reciprocity
2. Commitment and consistency
3. Social proof
4. Authority
5. Liking
6. Scarcity

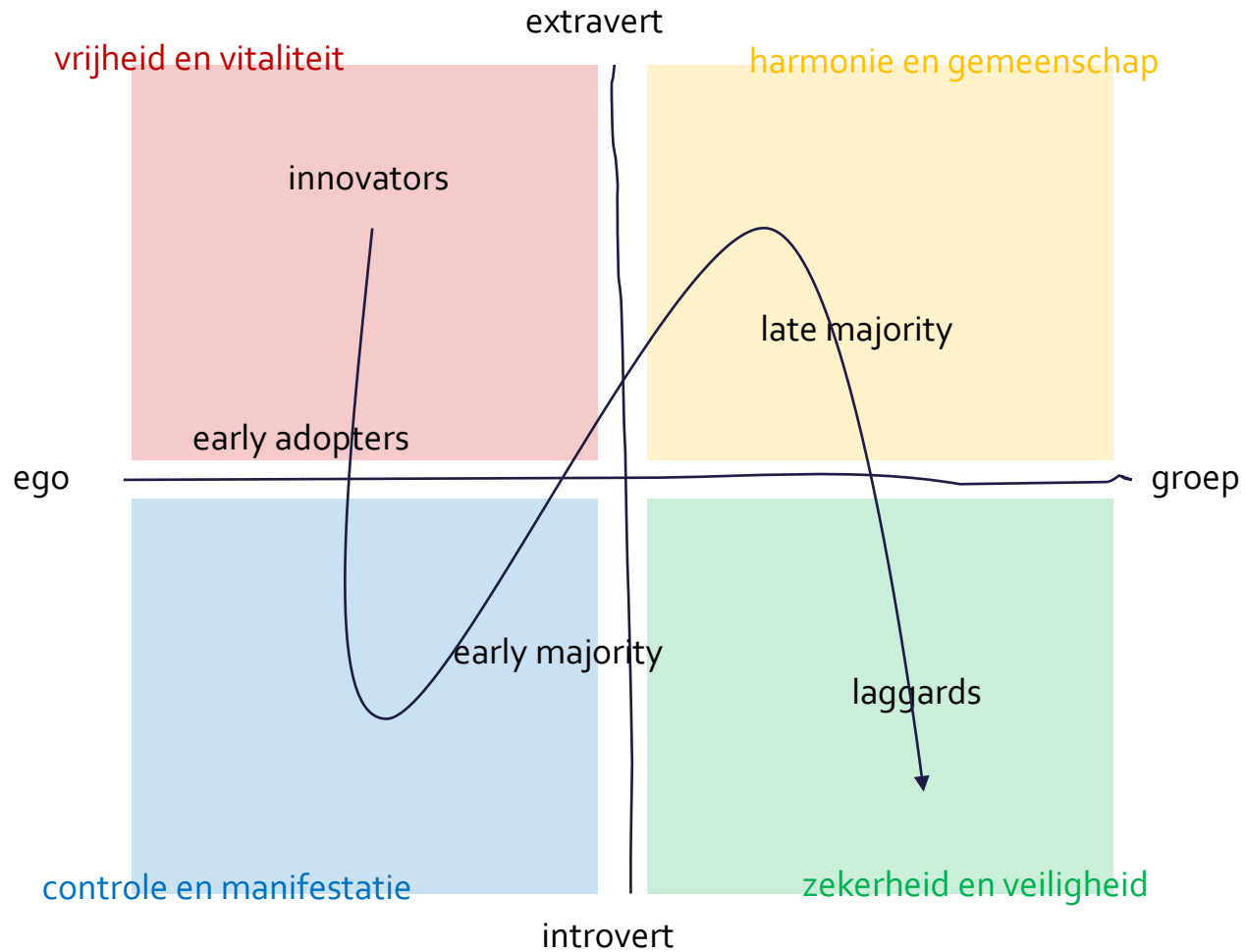
AIDA

Attention Interest Desire Action



Segmentatie

Leefstijl



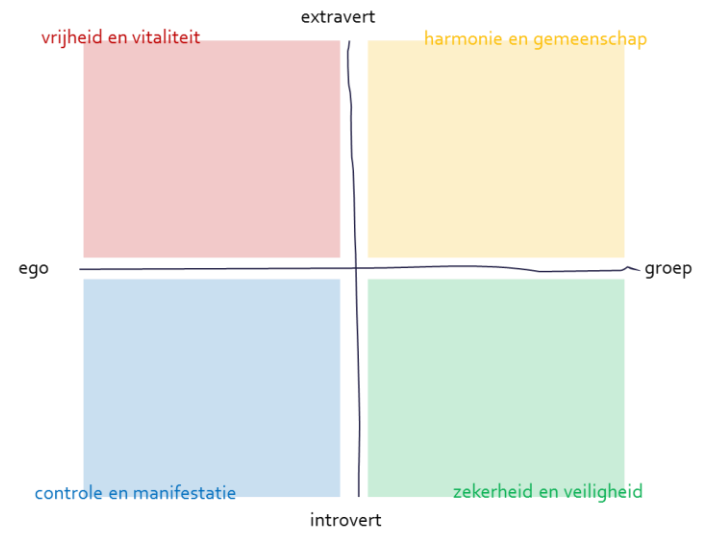
Opdracht

Product: Zeer Energiezuinige Nieuwbouw

Doelgroep: Ieder groepje eigen doelgroep

1. Wat is uw propositie?
2. Geef een outline van een marketingcampagne om uw doelgroep te bereiken, te beraken en te interesseren voor uw propositie.

BMW



Groen
BMW

