

doelgroep:

Carrièreswitchers: Mensen tussen de 30 en 50 jaar oud die momenteel in een andere sector werken maar geïnteresseerd zijn in een overstap naar een ICT-carrière. Ze zien kansen in de groeiende vraag naar ICT-vaardigheden en willen profiteren van de mogelijkheden die de ICT-sector biedt.

Professionals in technische functies zonder formele ICT-opleiding: Deze groep bestaat uit technici, monteurs en anderen met praktische technische ervaring, maar zonder een formele opleiding in ICT. Ze willen hun vaardigheden formaliseren en zo hun kansen in de ICT-sector vergroten.

Recent afgestudeerden van niet-ICT-gerelateerde opleidingen: Jongeren tussen de 20 en 30 jaar oud met een diploma in een niet-ICT-gerelateerd vakgebied tonen interesse in de ICT-sector vanwege de mogelijkheden op het gebied van softwareontwikkeling, data-analyse en IT-beheer.

Werkende professionals die hun vaardigheden willen upgraden: Mensen in diverse sectoren, zoals marketing, financiën of administratie, willen hun ICT-vaardigheden verbeteren om competitiever te worden op de arbeidsmarkt of om beter te presteren in hun huidige baan.

Oudere volwassenen op zoek naar nieuwe uitdagingen: Personen tussen de 40 en 50 jaar oud willen hun kennis bijwerken om relevant te blijven in een snel veranderende digitale wereld. Ze zijn op zoek naar nieuwe uitdagingen naast hun huidige carrière.

Ondernemers en freelancers: Zelfstandige ondernemers of freelancers willen hun ICT-vaardigheden ontwikkelen om hun bedrijf te laten groeien. Ze hebben bijvoorbeeld behoefte aan vaardigheden op het gebied van webontwikkeling, digitale marketing en bedrijfssysteembeheer.

Conclusie:

De diverse doelgroep voor de deeltijdopleiding ICT biedt een brede kans om verschillende individuen met uiteenlopende achtergronden en doelstellingen aan te spreken. Door zich op deze doelgroep te richten, kan de opleiding een diverse groep

Persona:

DAAN JANSSEN



Gender :	man
Leeftijd :	28
Opleiding :	Mbo Marketing
Bezigheden :	Project manager

BIOGRAPHY

Als een gedreven marketingafstudeerder van 28, combineert hij zijn passie voor creativiteit met analytisch denken om innovatieve strategieën te ontwikkelen die merken doen opvallen in een competitieve markt.

MOTIVATIONS

Zijn diepgewortelde nieuwsgierigheid naar consumentengedrag en zijn drang om impact te maken, stimuleren hem om voortdurend te streven naar nieuwe inzichten en innovatieve benaderingen binnen het marketingveld.

FRUSTRATIES

Beperkingen van traditionele marketingmethoden
Verlangen naar meer ruimte voor creativiteit en experimentatie
Ondervinden van weerstand binnen organisaties tegen verandering

MOTIVATIES

Diepgewortelde nieuwsgierigheid naar consumentengedrag
Drang om impact te maken in het marketingveld
Streven naar continue groei en innovatie

BRANDS



NIKE



SPOTIFY