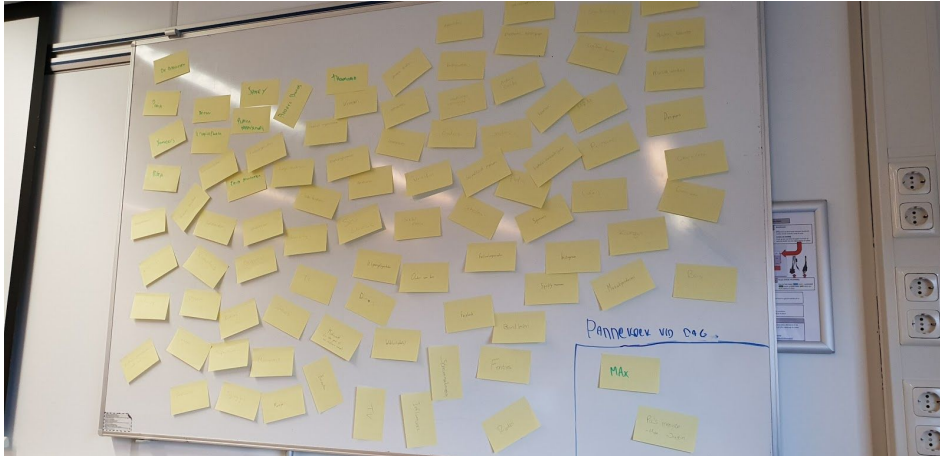


Doelgroepen / publieksgroepen



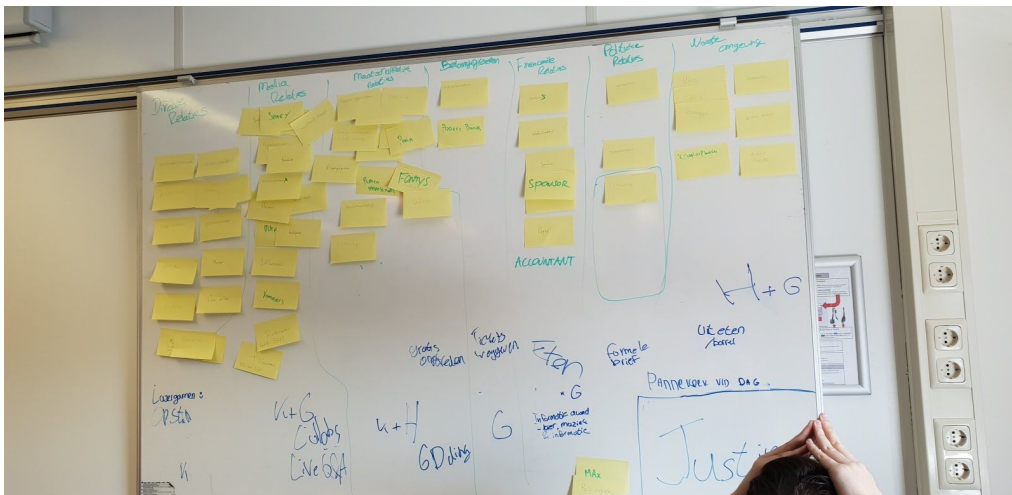
Als eerste hebben we met de hele groep allerlei publieksgroepen die met Moeders Mooiste te maken zou kunnen hebben op verschillende post-its geschreven en op het whiteboard geplakt.



Deze publieksgroepen hebben we onderverdeeld in verschillende categorieën; directe relaties, media relaties, maatschappelijke relaties, belangsgroepen, financiële relaties, politieke relaties en naaste omgeving.



Deze publieksgroepen hebben we besproken met de leraar en hieruit bleken dat er een aantal verkeerd stonden, gewoonweg niet klopte en er een paar dubbele tussen zaten.



Hieruit hebben we 10 acties verzonnen gericht op verschillende doelgroepen.

1. Lasergamen met directe relaties.
2. Opstap met directe relaties.

Beide om vooral kennis over de band te krijgen.

3. Collabs met andere youtubers.
4. Live Q&A's.

Hierdoor krijgt de doelgroep meer kennis over de band en ontstaat er interactie tussen de doelgroep en de band.

5. Gratis optreden voor een maatschappelijke relatie zoals bijvoorbeeld het fontys. Hierdoor verbetert de relatie en worden heel veel mensen geïntroduceerd tot de band. Met deze verbeterde relatie kan het zijn dat de band hier wordt ingehuurd.

6. Een aantal gratis tickets weggeven.

Het kan zijn dat mensen die twijfelen om naar een optreden van de band te gaan, er wel heen zouden gaan als ze gratis tickets hebben.

7. Met financiële relaties uit eten.

8. Informatie avond, met bier en muziek.

Hierdoor kunnen veel puntjes van sponsors besproken worden onder het genot van voedsel.

9. Een formele brief naar politieke relaties.

Dit wordt gedaan om bijvoorbeeld toestemming te vragen voor een luid feest in de buurt.

Door dit formeel te doen kunnen politieke relaties verbeterd worden en kan de band met meer dingen weg komen wat andere misschien niet kunnen.

10. Uit eten / borrelen met naaste omgeving.

Gezellig informatie uitwisselen onder het genot van voedsel of een drankje.