

## STAP 2 INZICHT.

Inzicht in je doelgroep. Misschien wel het belangrijkste, zeker als het gaat om senioren. Zij zijn met hele andere zaken bezig dan de jongere generaties. Andere media, andere tijdsbesteding, andere aandacht. Dus moet je diep in de hoofden en harten van de senioren duiken om hun drijfveren, wensen en dromen bloot te leggen. En vervolgens te ontdekken hoe deze aansluiten bij jouw merk, product of dienst.

Waarom? Omdat je bij succesvolle marketing en communicatie altijd uit moet gaan van wie je wilt bereiken. Veel ondernemers/marketeers denken dat als ze maar heel hard en veel roepen in diverse media, ze vanzelf aandacht krijgen. Dat is maar ten dele waar. Opvallen is inderdaad heel goed. Maar doe dat wel met een boodschap waar jouw doelgroep echt wat aan heeft.....En dat wordt vaak vergeten.

Veel gemaakte fout, met name richting senioren, is dat we denken te weten wat de klant nodig heeft. Dat hun leven zwaar is, met de nodige tekortkomingen. Dat ze niet met moderne media overweg kunnen. Dat ze hulpbehoefend zijn en worstelen met hun oud worden of zijn. Niets is minder waar.





## STAP 1 KENNIS.

Alles begint met kennis verzamelen. Wat weet jij al over de markt en je doelgroep? Wat zijn je ervaringen, misschien heb je CRM -data? Ga op onderzoek uit. Schakel waar nodig een onderzoeksureau in. Zo kom je tot een schat aan informatie die je helpt om tot krachtige ideeën te komen.

Als het goed is heb je al klanten. Hun feedback is goud waard. Zeker als het terugkerende klanten zijn. Maar ook van kritiek word je beter! Verbeteren, innoveren, het hoort er allemaal bij. Kijk ook wat directe concurrenten doen? Vaak is het veel van hetzelfde. Dus dat moet je dan in ieder geval niet doen! Wie is het meest succesvol? Kun jij 't beter? Hoe dan en waarmee dan?

We leven in tijden vol data. We hoeven niet meer te vertrouwen op onze onderbuik. En dat is wel zo prettig als je van plan bent serieus te gaan investeren in nieuwe producten, proposities en communicatie. Leg je oor dus eerst goed te luisteren en probeer te interpreteren wat je hoort en leert. Dat is de basis voor alles!

# VAN ZILVER NAAR GOUD

*In 5 stappen naar succesvolle seniorenmarketing*



# MERKMAGNEET

*In 7 stappen naar een super aantrekkelijk  
merk, dienst of bedrijf*

