

DOELGROEPANALYSE

Waag WGS03

- Ivar Sanders 500761021
- Txai Pereira de Lacerda 500780467
- Youri Pellicaan 500771157
- Noah Sinay 500768884

Inhoudsopgave

Doelgroep analyse	3
Persona's	4
Bronnen	5

Doelgroep analyse

Om erachter te komen welke doelgroep van ons product gebruik zou maken hebben we zowel studenten ondervraagd als bestaande onderzoeken geraadpleegd.

Uit het onderzoek van Newcom blijkt dat ongeveer 80% van de studenten van onze leeftijdscategorie gebruik maakt van WhatsApp (zie bronnenlijst). Hieruit kunnen we concluderen dat minimaal 80% van de studenten uit deze leeftijdscategorie dagelijks gebruik maakt van hun smartphone.

Om erachter te komen of deze studenten ook geïnteresseerd zijn in ons idee hebben we fieldresearch gedaan. Hierbij hebben we de studenten onder andere gevraagd of zij wel eens spelletjes speelt op zijn/haar smartphone. Meer dan 80% van de ondervraagden beantwoordden deze vraag met een “Ja”.

Een andere vraag uit ons onderzoek was of de studenten geïnteresseerd zouden zijn in spel op de smartphone met hun vrienden om meer te weten te komen over voeding. Ongeveer de helft van de ondervraagden waren hierin geïnteresseerd.

We hebben de studenten ook gevraagd of ze liever een game speelden via een app of via een web pagina. Hierop zei meer dan 80% van de ondervraagden dat ze liever een spel hadden in de vorm van een app.

Onze doelgroep bestaat dus uit studenten die spelletjes spelen op hun smartphone en bovendien geïnteresseerd zijn om meer te weten te komen over voeding. Als we een app zouden maken, zou dit dus betekenen dat we ongeveer ($0.80 \times 0.80 \times 0.50 \times 0.80 \times 100\% \approx 25\%$) van de studenten zouden bereiken met ons idee.

In de ideale situatie gebruiken studenten ons product dagelijks. Ze hebben hun smartphone altijd op zak en kunnen op elke locatie gebruik maken van de app (mits ze verbonden zijn met het internet). Ze willen hun vrienden verslaan door meer vragen goed te beantwoorden dan de rest. Hierdoor krijgen ze (onbewust) meer kennis over voeding. Dit zal ze meer aan het denken zetten als ze met deze kennis naar de supermarkt gaan. Op het moment dat ze eerst een zak chips zouden kopen beseffen ze zich nu hoeveel beter het voor ze is als ze gewoon een salade kopen.

Persona's

Henk is een 19 jaar oude student die op een half uur afstand woont van zijn school. Hij studeert Game Development aan de Hogeschool van Amsterdam. Henk heeft in de afgelopen jaren een slecht voedingspatroon opgebouwd en wil dit graag veranderen. Henk weet alleen niet zo goed wat goede voedingskeuzes zijn en heeft daarom moeite om zijn voedselpatroon aan te passen. Hij wordt door vrienden in aanraking gebracht met een trivia spel waarbij je voedselkennis wordt getest. Henk is een gamer, dus zijn drang om zijn vrienden te verslaan is groot. Hierdoor krijgt Henk onbewust kennis mee over voedsel. De volgende keer als henk in de supermarkt staat beseft hij zich hoeveel beter het zou zijn om een banaan te kopen in plaats van een muffin.

Sandra is een 20 jarige studente en studeert Creative Business aan de Hogeschool van Amsterdam. Sandra krijgt vaak van haar vriendinnen te horen dat ze gezonder moet eten omdat Sandra vaak ongezonde dingen eet. Ze heeft geen besef van haar voedsel en het interesseert haar ook niet zo veel. Wel vindt ze het leuk om quiz spelletjes met haar vriendinnen te doen (bijvoorbeeld in de kroeg), daarom geeft ze het spel wat door haar vriendinnen is gedeeld een kans. Sandra vindt het leuk om waar ze maar kan een quiz te kunnen spelen met haar vriendinnen. Hierdoor krijgt Sandra onbewust een andere mening over haar eetpatroon.

René is een 22 jaar oude student aan de Hogeschool van Rotterdam. René doet de opleiding Maritiem Officier. Voor zijn opleiding moet hij goed in vorm zijn en zijn conditie op peil zijn. René eet echter heel ongezond en heeft geen zin om de boeken in te duiken over gezonde voedingskeuzes. Hij vindt de app die hem op speelse wijze gezonde voedingskeuzes aanleert. Medestudenten van René kampen met hetzelfde probleem, daarom raadt René het ook aan aan zijn medestudenten. Het helpt René en zijn klasgenoten om zowel plezier te hebben als hun eetpatroon te verbeteren.

Bronnen

[https://www.marketingonline.nl/sites/default/files/Newcom_-_
Nationale_Social_Media_Onderzoek_2017.pdf](https://www.marketingonline.nl/sites/default/files/Newcom_-_Nationale_Social_Media_Onderzoek_2017.pdf)

<https://goo.gl/forms/OcTQTyQKPYDgmZfX2>