1. Målgrupsanalyse

Efter vores interviews og anfinnity diagram kunne vi katogorisere vores målgruppe. Vi valgte 2 metoder: Gallopskompaset+katogorisering

**Demografisk information**

* 20-40
* Kvinder
* overalt
* Civilstand
* Mellemlang uddannelse, offenligansat
* Enæringsassistens folkeskolelærer

**Psykografisk information**

* Livsstil
* DIY’S
* Gør det selv!, billigt og nemt
* Kan godt lide at vise en pænerer mere ekslusiv livstil til venner og familie ved eksempelvis at kunne imponerer dem med sine diy’s

**Adfærdsinformation**

* Køber ikke for dyrt, men så billigt som muligt
* Har ikke nogen, men det produkt som kan udstråle mest ekslusivitet og være billigt
* Indflydelsesfaktorer på købsbeslutninger. Instagram=>et opslag om hvordan man laver noget
* Reaktioner på markedsføringsindsatser, kommenterer hæftigt og er glad for at give feedback
* Kundeloyalitet og tilbagevendende køb, Hvis de ser noget der er bedre tager de den løsning.

**Medieinformation**

* **Foretrukne mediekanaler** (f.eks. tv, aviser, sociale medier)socialemeider
* **Hyppighed og tidspunkt for medieforbrug.** Aftnen, og morgen(de **tidspunkter hvor der ikke er tralvt**
* **Interaktion med medieindhold** (f.eks. deling, kommentering)Kommentering og likes
* **Præferencer for indholdstyper** (f.eks. artikler, videoer, billeder) Billeder og meget korte videoer

Gallopskompasset: