Experience marketing Les 2:

- Doelgroep en volggroep:

Een doelgroep is een van te voren vastgestelde socio-demografische groep. Je gaat je product, dienst of campagne afstellen op de intresses van deze groep.

Bij een volggroep gaat dit andersom. Als een bedrijf een nieuw concept bedenkt zullen er vanzelf mensen zijn die het product waarderen of het eens zijn met de manier waarop het bedrijf denkt. De groep mensen die dan achter het product staat is je doelgroep. Je kiest dus eerst je product en je gaat daarna pas uitzoeken wie je doelgroep is. Als het ware zijn dat dan je ‘volgers’.

- Progression of economic Value:

Het toevoegen van waarde aan product door er handelingen op uit te voeren. Aardappels verwerken tot chips of patat. Hierdoor zal de aardappel steeds duurder worden. Voor een kilo aardappels betaal je 1 of 2 euro maar voor een kilo patat of chips veel meer.

- Artist of scientist:

Ik ben meer een artist. Ik werk zelf meer met hun tools en ik vind hun filosofie een stuk beter bij mij passen.

- Wat is de waarde van experience marketing:

Het toevoegen van een verhaal of een beleving aan een product zorgt ervoor dat mensen zich meer verbonden voelen met het product of dienst. Je creert een echt band met je consumenten. Een fles Wiskey is geen normale fles meer maar het word een manier om een rockster te worden voor eventjes (JD) of om voor eventjes een piraaat te zijn (Captain Morgan)/