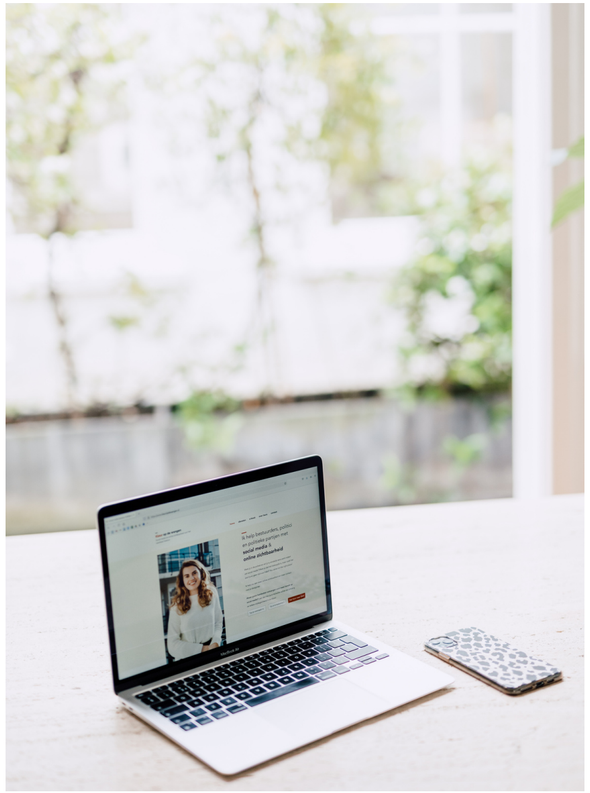
02 MODULE 2 - LES 1

Het belang van een doelgroep

Actief zijn op Instagram, interactie hebben met anderen en content maken draait natuurlijk niet alleen om jou, maar ook om je doelgroep.



Je wil weten **wie ze zijn, actief de interactie met ze opzoeken en voor hen aansprekende content delen zodat zij bepaalde thema's en waarden gaan associëren met jou en ze zich aan je binden.** Hiervoor moet je eerst weten wie jouw doelgroep is.

Vaak als ik begin over het kiezen van een doelgroep, krijg ik één van de volgende reacties:

- “Maar ik wil niemand uitsluiten.”
- “Ik wil juist een ‘breed publiek’ aanspreken.”

Vaak als ik begin over het kiezen van een doelgroep, krijg ik één van de volgende reacties:

- “Maar ik wil niemand uitsluiten.”
- “Ik wil juist een ‘breed publiek’ aanspreken.”

Maar dat jouw oplossingen voor bepaalde problemen goed zijn voor iedereen, betekent niet dat jouw boodschap er ook voor iedereen is.

Vaak als ik begin over het kiezen van een doelgroep, krijg ik één van de volgende reacties:

- **“Maar ik wil niemand uitsluiten.”**
- **“Ik wil juist een ‘breed publiek’ aanspreken.”**

Maar dat jouw oplossingen voor bepaalde problemen goed zijn voor iedereen, betekent niet dat jouw boodschap er ook voor iedereen is.

1. **Proberen er voor iedereen te zijn en in de overtuigstand gaan staan. -** “We moeten mensen achter onze boodschap krijgen, ze overtuigen van wat wij vinden wat goed is.”

Vaak als ik begin over het kiezen van een doelgroep, krijg ik één van de volgende reacties:

- **“Maar ik wil niemand uitsluiten.”**
- **“Ik wil juist een ‘breed publiek’ aanspreken.”**

Maar dat jouw oplossingen voor bepaalde problemen goed zijn voor iedereen, betekent niet dat jouw boodschap er ook voor iedereen is.

1. **Proberen er voor iedereen te zijn en in de overtuigstand gaan staan. -** “We moeten mensen achter onze boodschap krijgen, ze overtuigen van wat wij vinden wat goed is.”
2. **De interactie opzoeken met en content maken voor de mensen die juist wél op jouw boodschap zitten te wachten.**

Kortom...

Je wil een duidelijke doelgroep hebben die aansluit bij wat jij te melden hebt, niet een doelgroep die je moet overtuigen van jouw gelijk. **Jouw boodschap hoeft er niet te zijn voor iedereen.**