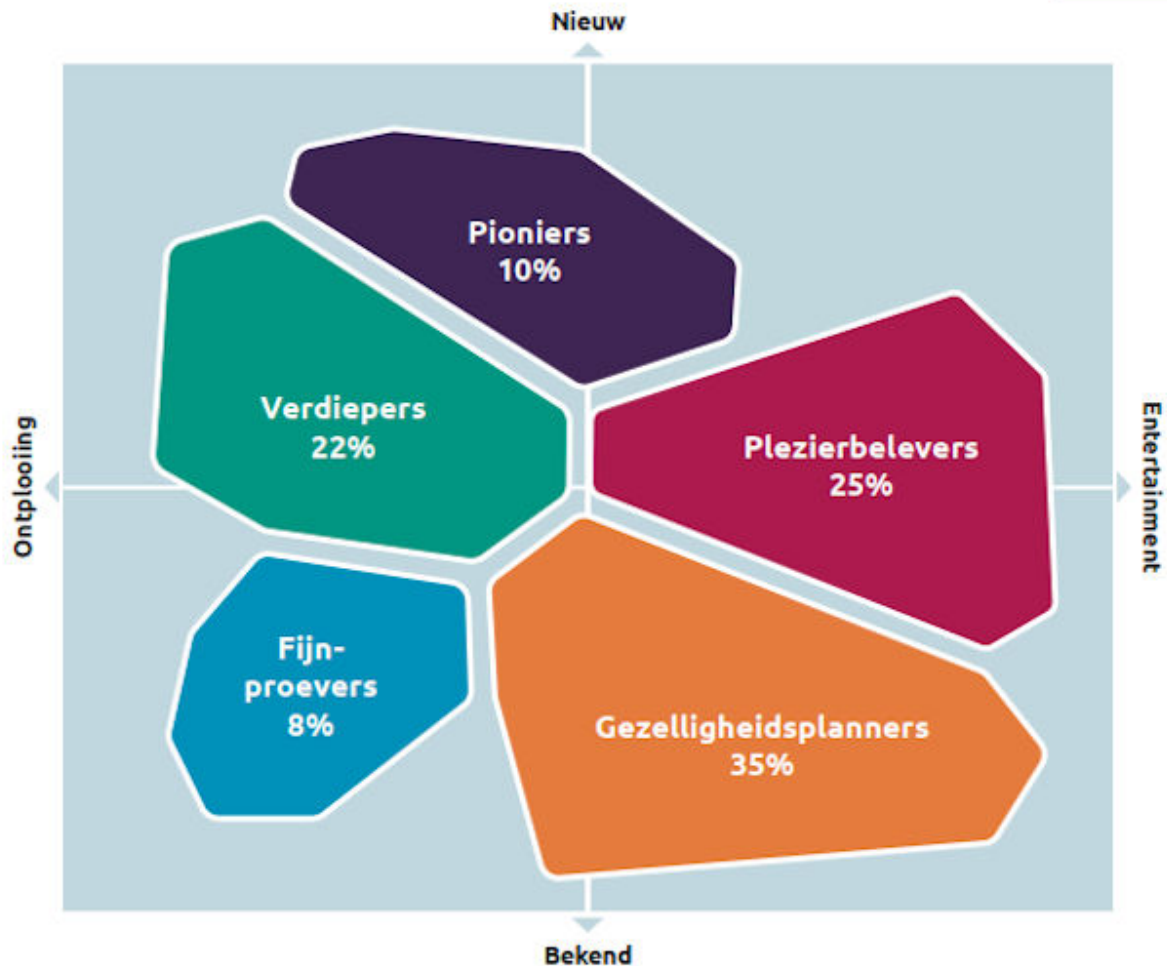


# Nieuwe segmentatie in vijf profielen voor de cultuur- en vrijetijdsbranche

13-07-2020 16:19



Motivaction introduceert haar nieuwe doelgroepsegmentatie voor de cultuur- en vrijetijdsbranche: *Vrijetijdsprofielen*. Deze profielen bieden inzicht in wat de vrijetijdsconsument motiveert en beweegt en welke doelgroepen relevant zijn voor organisaties. Er zijn vijf groepen met elk hun eigen motivaties, wensen en behoeften ten aanzien van vrijetijdsbesteding.

Want waarom gaat de één op een vrije zaterdag het liefst naar een museum en de ander naar een woonboulevard? Hoe komt het dat sommige mensen het liefst de hele dag op pad zijn en anderen niets liever doen dan in en om hun huis vertoeven? Om de verschillen in voorkeuren, wensen en behoeften van de Nederlandse consument te duiden zijn de Vrijetijdsprofielen vanaf nu kosteloos te downloaden [op de website van Motivaction](#).

In de publicatie vind je een uitgebreide omschrijving van de vijf verschillende profielen, een beeld van hoe zij hun gemiddelde week invullen, welke communicatiekanalen elke doelgroep gebruikt, welke tone-of-voice hen aanspreekt en welke beïnvloedingstechnieken per groep succesvol zijn.

“De Vrijetijdsprofielen bieden naast inzicht in relevante doelgroepen ook hulp bij het maken van keuzes op

strategisch en operationeel niveau voor leisure organisaties”, stelt Daan Damen (Research Consultant bij Motivaction). “Ze kunnen gebruikt worden bij het beantwoorden van vragen als: hoe kan de positionering van een organisatie worden aangescherpt? Of met welke tone-of-voice spreekt je een doelgroep succesvol aan? Zeker nu er door de coronacrisis wellicht nog scherpere keuzes moeten worden gemaakt waar men de komende tijd wel of geen geld aan uitgeeft, en welk aanbod het beste aansluit bij welke doelgroep.”

Bron en meer informatie: [www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl)

Redactie