

Ontdek jouw doelgroep & hun verlangen

Oefening 1: Wie staat er eigenlijk voor je?

Doel: jouw doelgroep ontdekken

Denk aan drie mensen die jij het liefst in jouw wandeltraining hebt (of zou hebben). Schrijf bij elke persoon in één zin op:

- waarom jij graag met hen werkt
- wat zij prettig vinden in jouw begeleiding
- welk wandeltype (natuur, vitaal, prestatie, afleiding) het beste bij hen past

Wat levert dit op?

Je ziet razendsnel patronen: jij trekt van nature bepaalde types aan, dat is vaak je doelgroep.

Oefening 2: Je toekomstige doelgroep in één zin

Doel: kiezen wie jij écht wilt bereiken

Beantwoord deze vraag:

Als ik één type wandelaar zou mogen begeleiden het komende jaar, wie zou ik dan kiezen en waarom?

Maak het concreet met deze template:

"Ik ben er voor ... (wandeltype) die ... (verlangen/doel)."

Voorbeeld:

- "Ik ben er voor prestatiewandelaars die nu eindelijk blessurevrij willen trainen."
- "Ik ben er voor natuurliefhebbers die meer rust en bewustzijn in hun wandelingen zoeken."

Wat levert dit op?

Dit wordt de basis voor jouw communicatie. Hiermee wordt al je communicatie straks veel makkelijker.

Oefening 3: Verlangen en behoefte in drie zinnen

Doel: begrijpen wat jouw doelgroep écht wil

Stel jezelf voor dat jouw ideale deelnemer bij je staat na een training en tegen je zegt:

- "Ik wil eigenlijk vooral dat..."
- "Het zou me enorm helpen als..."
- "Ik zou graag willen dat jij mij..."

Maak de zinnen af vanuit het perspectief van de wandelaar die jij kiest.



Voorbeeld voor natuurliefhebber:

- “Ik wil eigenlijk vooral dat ik meer rust ervaar tijdens het wandelen.”
- “Het zou me enorm helpen als ik leer hoe ik mijn hoofd rustig krijg.”
- “Ik zou graag willen dat jij mij helpt bewuster te lopen.”

Wat levert dit op?

Dit geeft je de kernwoorden van je communicatie: wat je potentiële deelnemers willen, voelen en hopen.

Oefening 4: Twijfels en drempels op tafel

Doel: begrijpen wat jouw doelgroep tegenhoudt om te beginnen

Beantwoord deze drie vragen vanuit het perspectief van jouw gekozen doelgroep:

- Wat maakt dat deze wandelaar denkt: “Is dit wel iets voor mij?”
- Wat vinden ze spannend aan begeleiding?
- Welke misverstanden hebben ze over wandeltraining?

Voorbeeld voor prestatiewandelaar:

- “Ik ben bang dat ik achterblijf in de groep.”
- “Ik weet niet of ik genoeg conditie heb.”
- “Ik denk dat training vooral hardlopers helpt, niet wandelaars.”

Voorbeeld voor natuurliefhebber:

- “Ik twijfel of het niet te sportief voor me is.”
- “Ik weet niet of ik wel in een groep pas.”
- “Ik denk dat training vooral draait om prestatie, niet om rust.”

Wat levert dit op?

Deze twijfels vormen straks de basis van jouw marketingboodschap. Want zodra jij antwoord geeft op hun twijfel, voelen wandelaars zich gezien en sluiten ze zich makkelijker aan bij jouw groep.