

## Segment website gebruikers

Met behulp van de uitkomsten van de doelgroepanalyse hebben wij een segment bepaald die wij als richtlijn zullen gebruiken tijdens de ontwikkeling van de community website.

De segmentatie vindt plaats volgens de segmentatiecriteria zoals deze in het boek "Principes van Marketing" gebruikt worden. Deze drie segmenten moeten meetbaar, toegankelijk/bereikbaar, voldoende groot en bewerkbaar zijn. De belangrijkste marktsegmentatievariabelen zijn geografisch, demografisch, psychografisch en gedragsmatig.

### Geografische segmentatie:

In heel Nederland is behoefte aan vrijwilligerswerk. Maar op sommige geografische plekken is de behoefte groter. In grote steden als Amsterdam, Utrecht, Rotterdam en Den Haag zijn meer vrijwilligers nodig. Dit komt allereerst doordat het inwoneraantal groter is en dat toerisme in deze steden een belangrijke rol speelt. Er is in Amsterdam bijvoorbeeld vraag naar vrijwilligers die met een bootje toeristen door de grachten wil varen. In de achterhoek zal hier waarschijnlijk geen vraag naar zijn.

### Demografische segmentatie:

Uit onderzoek is gebleken dat 55+'ers met een hogere opleiding meer vrijwilligerswerk doen dan lager opgeleiden. Wanneer ouderen gepensioneerd zijn blijft een groot deel werkzaam in de tak waarin zij eerder gewerkt hebben. Uit onderzoek blijkt ook dat gepensioneerden die een hoge functie bekleed hebben het leuk vinden om doormiddel van lezingen en het geven van adviezen hun kennis en ervaringen over te dragen aan bedrijven of studenten.

### Psychografische segmentatie:

Uit een onderzoek is gebleken dat 55+'ers die regelmatig naar de kerk gaan twee keer zoveel vrijwilligerswerk doen dan "niet-gelovigen". Ook is gebleken dat 55+'ers uit een hogere sociale klasse meer bereid zijn tot vrijwilligerswerk dan 55+'ers uit een lagere klasse. Deze gegevens zijn echter niet direct praktisch toepasbaar op het ontwerp van een community website.

### Gedragssegmentatie:

Bij gedrag spelen gebruikshoeveelheid, loyaliteit en ontvankelijkheid een belangrijke rol. Je kunt dit vertalen naar vrijwilligerswerk door de hoeveelheid interesse die een 55+'er in vrijwilligerswerk toont. En zijn houding t.o.v. vrijwilligerswerk, bijvoorbeeld enthousiast en positief. Je kunt je ook richten tot 55+'ers die minder enthousiast zijn en twijfelen door je goed te richten op wat voor soort vrijwilligerswerk ze wel eventueel zien zitten en ze daarmee proberen te prikkelen.

**Segment in het kort:**

Hoogopgeleide gepensioneerden met een leeftijd tussen de 55 en 70 jaar met een bovenmodaal inkomen. Welke bereid zijn, of bereid te maken zijn, vrijwillig kennis door te geven aan studenten of (non-profit) organisaties. Het promotie budget is niet toereikend om mensen die (nog) niet bereid zijn vrijwilligers werk te gaan doen, naar de website te lokken. Wij willen ons met namen richten op de groep die zeker weet dat deze vrijwilligerswerk wil gaan uitvoeren maar nog niet weet waar of wat.

**Vaardigheden segment:**

We gaan er vanuit dat het segment basiskennis heeft betreft het gebruik van computer software zoals internet browsers. Het gebruik kunnen maken van email is een vereiste.