

# De Nieuwe Doelgroepchallenge

**Bereik niet meteen iedereen. Begin met één doelgroep en één experiment.**

**Voor wie:** bestuur, activiteitencommissie of projectgroep

**Tijdsduur:** 45–60 minuten

**Aantal deelnemers:** 3–8 personen

## Stap 1 – Wie willen we bereiken? | 5 minuten

Kies één doelgroep die jullie nu weinig of niet bereiken.

*Niet: een breder publiek.*

*Wel bijvoorbeeld: jongeren van 16–25 jaar uit onze gemeente.*

**Wij willen beter in contact komen met:**

**Waarom juist deze groep?**

## Stap 2 – Wat weten we eigenlijk? | 10 minuten

Schrijf op wat jullie over deze doelgroep denken te weten.

Waar komen ze? Wat doen ze? Wat vinden ze interessant? Waarom komen ze nu niet naar jullie?

Maak vervolgens onderscheid:

**Dit weten we:**

.....

**Dit denken we:**

.....

**Dit zouden we moeten vragen of onderzoeken:**

.....

## Stap 3 – Draai het perspectief om | 10 minuten

Stel dat jij tot deze doelgroep behoort.

Waarom zou je **niet** deelnemen aan jullie huidige activiteiten?

.....

.....

Wat zou deelname juist **aantrekkelijk** kunnen maken?

.....

.....

Wat zouden jullie misschien moeten **veranderen** aan aanbod, locatie, tijdstip, prijs, communicatie of sfeer?

.....

.....



## Stap 4 – Wie kan ons helpen? | 5 minuten

Je hoeft een nieuwe doelgroep niet alleen te bereiken.

Welke organisatie, school, vereniging, ontmoetingsplek, maker of persoon heeft al contact met deze groep?

---

---

**Met wie zouden we eerst in gesprek kunnen gaan?**

---

---

## Stap 5 – Bedenk één klein experiment | 15 minuten

Bedenk iets dat jullie binnen afzienbare tijd kunnen uitproberen.

We gaan testen of:

---

Dat doen we door:

---

Samen met:

---

Wanneer:

---

**Wanneer is het experiment geslaagd?**

Niet alleen bezoekersaantallen tellen. Misschien is tien goede gesprekken voeren al waardevoller.

**Na afloop willen we weten:**

---

## En daarna?

Voer het experiment uit en stel daarna drie vragen:

**Wat werkte?**

.....

**Wat werkte niet?**

.....

**Wat doen we de volgende keer anders?**

.....

**Belangrijk:** praat niet alleen over een nieuwe doelgroep. Betrek mensen uit die doelgroep zo vroeg mogelijk bij het ontwikkelen van jullie ideeën.