

Hoe maak ik een doelgroepenmatrix?

Als onderdeel van je campagne strategie kun je een doelgroepenmatrix maken. Het doel van zo'n matrix is erachter te komen welke groepen:

- Zeker op jou zullen stemmen en ook zeker zullen stemmen
- Zeker op jou zullen stemmen maar twijfelen of ze gaan stemmen
- Zeker zullen stemmen en twijfelen tussen jouw partij en een andere partij
- Twijfelen of ze gaan stemmen en of ze op jouw gaan stemmen
- Zeker niet gaan stemmen
- Zeker niet op jouw partij stemmen

Vul onderstaande matrix in en wees zo concreet mogelijk over welke groepen in welk vierkant thuishoren.

Opkomst Voorkeur	Gaat zeker stemmen	Gaat misschien stemmen	Blijft thuis
Stemt zeker op jou			
Stemt misschien op jou			
Stemt niet op jou			







In de volgende stap bespreek je met je campagneteam de resultaten. Je kunt een discussie voeren en de volgende vragen stellen:


- Waarom twijfelen mensen, over welke thema's is er twijfel?
- Waarom twijfelen mensen of ze gaan stemmen? Welke praktische redenen zijn er? Welke inhoudelijke redenen?

Zoals gezegd: de campagne is gericht op de mensen die twijfelen: de mensen in de gele en oranje blokken. De mensen die twijfelen of ze op jouw partij stemmen, moet je overtuigen om op jouw partij te gaan stemmen. De mensen die twijfelen of ze gaan stemmen hebben een andere soort boodschap nodig: zij moeten overtuigd worden dat stemmen belangrijk is.

Een hele belangrijke groep, is de groep in het groene vierkant. Zij gaan stemmen en ze stemmen op jouw partij. Dit zijn de mensen die je in je campagne misschien kunt vragen mee te helpen.

De groepen en mensen in de rode vierkanten hoef je niet te negeren, maar wees je er wel van bewust dat deze mensen niet of heel moeilijk te overtuigen zijn. In een campagne moet je prioriteiten stellen en dat doe je onder andere door in te zetten op het overtuigen van mensen die twijfelen.

Opkomst	Gaat zeker stemmen	Gaat misschien stemmen	Blijft thuis
Voorkeur			
Stemt zeker op jou	 		
Stemt misschien op jou		 	
Stemt niet op jou			

 = Hier richt jouw campagne zich op