LIVE HILVERSUM

Ontmoet de bezoekers van Hilversum

Wie zijn de bezoekers van Hilversum?

Hilversum is een stad vol creativiteit, media en natuur. Maar wie voelt zich hier écht thuis? In deze waaier ontdek je de drie doelgroepen waarop Hilversum zich richt. Wat drijft hen, wat zoeken ze in de stad en hoe bereiken we hen?

Deze doelgroepen zijn gebaseerd op de leefstijlen van het BSR-model. Van de totaal 7 leefstijlen heeft Hilversum 4 kansrijke doelgroepen benoemd:

- De Avontuurzoeker
- De Plezierzoeker
- De Inzichtzoeker
- De Stijlzoeker

Deze doelgroepen zijn kansrijk omdat zij geïnteresseerd zijn in ons toeristische aanbod en meer dan gemiddeld te besteden hebben.

Amber
De Avontuurzoeker



Over Amber

- Avontuurlijk
- Leergierig
- Creatief
- Trekt haar eigen plan
- Wil geïnspireerd worden
- Hoog opgeleid

13,3%
van de bewoners in Groot Gooi is een Avontuurzoeker

Dit doet Amber graag

- Dagje cultuur snuiven: van theater en concerten tot filmhuizen en festivals
- Rondstruinen in de natuur
- Gravelbiken & hardlopen
- Verrassende en niet-alledaagse restaurants en winkels bezoeken

Media gebruik

- **TV** NPO 2 & 3
- **Radio** ClassicNL, Arrow Classic Rock
- **Krant** Het Parool, Volkskrant, NRC
- **Social media** YouTube, Instagram

Puck
De Plezierzoeker



16,6%
van de bewoners in Groot Gooi is een Plezierzoeker

Over Puck
- Sociaal
- Spontaan
- Eigenwijs
- Gezelligheid is het belangrijkste
- Gaat graag met een groep of met het gezin op pad

Dit doet Puck graag
- Avondje bios
- Festivals & concerten
- Uiteten gaan met vrienden
- Een dagje shoppen
- Waterreacreatie
- Zoekt eigentijdse locaties op
- Kort wandelen en daarna horeca opzoeken in de natuur
- Op pad met het gezin: er moet voor iedereen wat te beleven zijn

Media gebruik
- **TV** RTL 4, Net5
- **Radio** Radio538, 3FM, Qmusic
- **Krant** Leest weinig de krant
- **Social media** Instagram, Facebook, YouTube en Pinterest

Isaac
De Inzichtzoeker



17,8%
van de bewoners in Groot Gooi is een Inzichtzoeker

Over Isaac
- Introvert
- Leergierig
- Serieus
- Besteedt tijd bewust & nuttig
- Houdt van privacy & rust
- Hoog opgeleid

Dit doet Isaac graag
- Dagje kunst & cultuur
- Bezoekt graag erfgoedlocaties
- Wildspotten en bosbaden
- Nieuwe inzichten opdoen
- Kwaliteit, lokaal en ambachtelijk staan voorop

Media gebruik
- **TV** NPO 1 & 2
- **Radio** Radio 1 & 4
- **Krant** Trouw, Volkskrant, NRC
- **Social media** Gebruikt hij weinig

Sophie
De Stijlzoeker



20,6%
van de bewoners in Groot Gooi is een Stijlzoeker

Over Sophie
- Doelgericht
- Work hard, play hard
- Zelfverzekerd
- Ondernemend
- Vrije tijd optimaal besteden, ook met het gezin
- Sportief

Dit doet Sophie graag
- Tijd voor zichzelf nemen
- Stijlvol dineren en luxury shopping
- Geprikkeld worden: nieuwe perspectieven en culturen leren kennen
- Culturele activiteit zoals concertzalen, filmhuis of festivals
- Op vakantie gaan (strandvakanties, stedentrip, luxe resort)
- Sporten en zichzelf uitdagen

Media gebruik
- **TV** RTL4, SBS6, NPO1
- **Radio** Qmusic, Skyradio, BNR
- **Krant** AD, Telefraaf, NRC
- **Social Media** Instagram, YouTube, Linkedin

De Rustzoeker

13,1% van de bewoners in Groot Gooi is een Rustzoeker.

- Doe maar gewoon
- Rust en privacy
- Dagje vissen, een rondje fietsen of wandelen
- Huiselijke en vertrouwde omgeving
- Laag- of middelbaar opgeleid

De Verbindingszoeker

10% van de bewoners in Groot Gooi is een Verbindingszoeker.

- Samen op pad Lekker een groot stuk wandelen of fietsen
- Rustige cultuurbeleving
- Samen op pad

De Harmoniezoeker

8,6% van de bewoners in Groot Gooi is een Harmoniezoeker.

- Gezelligheid
- Gemoedelijk
- Familie
- Voor iedereen wat te doen, niet te duur
- Laag - midden opgeleid

Hoe pas je de doelgroepen toe?

Betere aansluiting bij city marketing campagnes

Door dezelfde persona's te gebruiken, kun je inhaken op bredere marketingcampagnes van Hilversum Marketing, waardoor je eigen promoties meer impact krijgen. Dit zorgt voor een consistente beleving van Hilversum als merk.

Gerichte marketing en communicatie

Je kunt je eigen marketingboodschappen en campagnes beter afstemmen op de behoeften, interesses en gedragingen van deze persona's. Dit helpt bij het kiezen van de juiste toon, visuals en kanalen.

Gebruik in online content en sociale media

Persona-inzichten kun je gebruiken om relevante content te creëren die jouw doelgroep aanspreekt. Denk aan social media posts, blogs of video's die aansluiten bij de interesses van de persona's.

Samenwerken met andere ondernemers

Als meerdere ondernemers zich richten op dezelfde persona's, kunnen ze samenwerken in promotiecampagnes of evenementen die de doelgroep aanspreken. Dit kan de aantrekkingskracht van een winkelgebied of event versterken.

Aanpassen van aanbod en dienstverlening

Door te begrijpen wat deze doelgroepen zoeken, kun je jouw producten, diensten of beleving aanpassen om beter aan te sluiten bij je verwachtingen.

Bijvoorbeeld: een horeca-ondernemer kan zijn menu of ambiance aanpassen aan de persona's die de stad aantrekt.

Meer vragen?

Nieuwsgierig naar meer? Of wil je advies over hoe je deze doelgroepen het beste kunt bereiken?

info@hilversummarketing.nl