



**ONDZ**  
Onderzoek en Marketing

**ED-2**  
2022-2023

**Onderzoek Upside-Down**



1



**Wat ga je maken deze week?**

**1. Onderzoek The Upside-Down:**

- **Doelgroeponderzoek**
- **Persona**
- **Social Media**
- **USP**

**2. Benchmarking onderzoek**

**Deadline maandag 28.11 om 12:00 uur**

2

**1. Onderzoek The Upside Down - Opdracht**

**Dit ga je doen:**

- **Je onderzoekt** de doelgroep en maakt een segmentatielijst
- **Je maakt** een persona van deze doelgroep
- **Je onderzoekt** op welke manier The Upside Down reclame maakt
- **Je onderzoekt** hoe ze reclame maken: beeld, tekst, CTA
- **Je onderzoekt** de gebruikte social media kanalen
- **Je onderzoekt** het soort berichten dat geplaatst wordt op verschillende kanalen
- **Je onderzoekt** wat de gemiddelde engagement is (aantal likes, reacties) op berichten
- **Je onderzoekt** de tags die The Upside Down gebruikt
- **Je onderzoekt** hoeveel bezoekers The Upside Down taggen in berichten
- **Je onderzoekt** wat de USP van The Upside Down is

3

**1. Onderzoek The Upside Down - Opdracht**

**Criteria**

- Je laat je doelgroeponderzoek in woord én beeld zien en gebruikt de segmentatielijst
- Je maakt een persona op basis van beelden die je vindt op site en socials van The Upside Down
- Je vult je persona aan met kernwoorden die passen bij je persona
- Je laat in beeld zien wat voor een soort reclames The Upside Down maakt  
Géén thumbnail formaat! Het moet duidelijk zichtbaar zijn
- Je laat je onderzoek van social media in woord én beeld zien (ook hier géén kleine thumbnails)  
Laat de verschillende socials zien met specifieke berichten die jij uitkiest
- Je laat als bewijs hyperlinks zien die verwijzen naar bijvoorbeeld een specifieke post
- Je laat in woord én beeld de USP zien van The Upside Down

**Opleveren**

- Je levert je onderzoek in als PDF óf als LINK naar een XD bestand  
Een XD bestand wordt NIET beoordeelt, alléén de link

4

### Opfrissen: Segmenteren

"Binnen een markt kunnen doelgroepen worden onderscheiden doordat de leden van de groep bepaalde kenmerken delen"

Je stopt mensen in hokjes

5

### Opfrissen: Segmenteren

Je kunt een onderverdeling maken op:

- Geografisch (Regio, stad) (Geslacht, leeftijd, geloof)
- Demografisch (Karakter, levensstijl)
- Psychografisch (Inkomen, woonsituatie, beroep)
- Sociaal economisch (Loyaliteit, gebruiksmoment)
- Gedrag

Regio Amsterdam, Haarlem  
18-24 jaar, 35-45 jaar  
Student, jong gezin, gepensioneerd  
Uitkering, modaal, boven modaal  
Coca-cola, avondroutine

6

### Opfrissen: Segmenteren

Geografisch	Demografisch	Psychografisch	Sociaal Economisch	Gedrag
Werelddeel	Geslacht	Druk	Inkomen	Loyaal
Land	Leeftijd	Agressief	Opleiding	Gebruiksfrequentie
Provincie	Levensfase	Onzeker	Beroepsgroep	Koopbereidheid
Regio	Volk	Opgewekt	Woonsituatie	Doel van gebruik
Stad	Religie	Iemand die veel uitgaat	Sociale Klasse	Gebruiksmoment
Dorp	Bevolkingsgroep	Thuiszitter	...	Impuls aankoop
Wijk	...	Familiepersoon	...	Verslaafd (shoppen, o.i.d)
Buurt	...	Student	...	Zeer twijfelend
Stadsdeel	...	Iemand met een actief leven	...	...
...	...	Chronisch ziek	...	...

7

## 2. Benchmarking onderzoek

Benchmarking is een manier om de prestaties van een organisatie te vergelijken met die van (vergelijkbare) andere organisaties.





Bron: Ensie.nl

The Upside Down is een "experience museum"  
Je gaat een vergelijking maken met 2 andere experience musea

8

## 2. Benchmarking onderzoek - Opdracht

Vergelijk The Upside Down met **2 andere experience musea**:

Remastered.nl [Link >](#)

Wondrexperience.com [Link >](#)

Nxtmuseum.com [Link >](#)

Motionexperience.nl [Link >](#)

Kies er zelf 2 uit voor je onderzoek

9

## 2. Benchmarking onderzoek - Opdracht

**Dit ga je doen:**

- Je vergelijkt The Upside Down met 2 andere experience musea (zie vorige slide)
- Je onderzoekt het volgende:
  1. De overeenkomsten tussen de drie musea
  2. De verschillen tussen de drie musea
  3. Onderzoek naar social media per museum die je hebt uitgezocht
    - Gebruikte social media kanalen per museum
    - Soort berichten op de social media kanalen
    - Bereik met de berichten (wat is het hoogste bereik dat je kunt zien?)
    - Hoe vaak post het museum zelf?
    - Hoeveel wordt er gepost door bezoekers met tags?
    - Welke tags worden er gebruikt?
    - Wat valt jezelf nog op?
- Je schrijft een samenvatting van je bevindingen
- Je geeft een aanbeveling hoe je dit zelf zou toepassen (voor je project)

10

## 2. Benchmarking onderzoek - Opdracht

**Criteria**

- Je laat in woord én beeld de overeenkomsten en verschillen zien
- Je beeldmateriaal moet goed zichtbaar zijn, géén thumbnails!
- Je laat relevant beeldmateriaal zien, dus datgene waar je het in je tekst over hebt
- Je laat bewijs zien d.m.v. hyperlinks
- Je samenvatting bevat minimaal 100 woorden
- Je aanbeveling bevat minimaal 100 woorden

**Opleveren**

- Je levert je benchmarking onderzoek in als PDF óf als LINK naar een XD bestand  
Een XD bestand wordt NIET beoordeelt, alléén de link

11



**Deadline**

**Maandag 28 November om 12:00 uur**

**Inleveren via teams:**

**1. Onderzoek The Upside-Down**

**2. Onderzoek Benchmarking**

PDF of een LINK naar een XD bestand

12