

Van Mentality naar Glocalities

Overstap naar Glocalities doelgroepen

Mentality doelgroepen

NBTC werkt voor haar consumentenbewerking al jaren met het Mentality segmentatiemodel van Motivaction. Dit segmentatiemodel deelt consumenten in op basis van socio-demografische kenmerken, leefstijlen en reisbehoeften. Dit internationale model is destijds speciaal voor NBTC ontwikkeld en bestaat uit vijf verschillende segmenten. In het begin heeft NBTC alleen de namen van de segmenten (upperclass, postmodern, achiever, mainstream, traditional en traditional) gebruikt, later zijn hier ook persona's aan gekoppeld (Nora, Michael, Peter, Mary en Paul). Voor elke persona is een paspoort ontwikkeld met de belangrijkste cijfers/informatie over de segmenten. Veel partijen uit de sector werken tegenwoordig met de Mentality segmenten en de bijbehorende persona's.



Bron: Motivation/NBTC

Noodzaak tot overstap naar Glocalities

Inmiddels is er een hoop veranderd. De cijfers van het Mentality model zijn deels verouderd en moeten geüpdatet worden. In de tussentijd (2014) heeft Motivaction ook een nieuw segmentatiemodel ontwikkeld: de Glocalities. Hierdoor is het niet meer mogelijk om de bestaande Mentality segmentatie te updaten en dient er overgestapt te worden naar Glocalities. Het grote verschil met de Mentality doelgroepen is dat er bij Glocalities veel



meer rekening wordt gehouden met interculturele verschillen tussen de segmenten. Dit sluit beter aan bij de hedendaagse maatschappij.

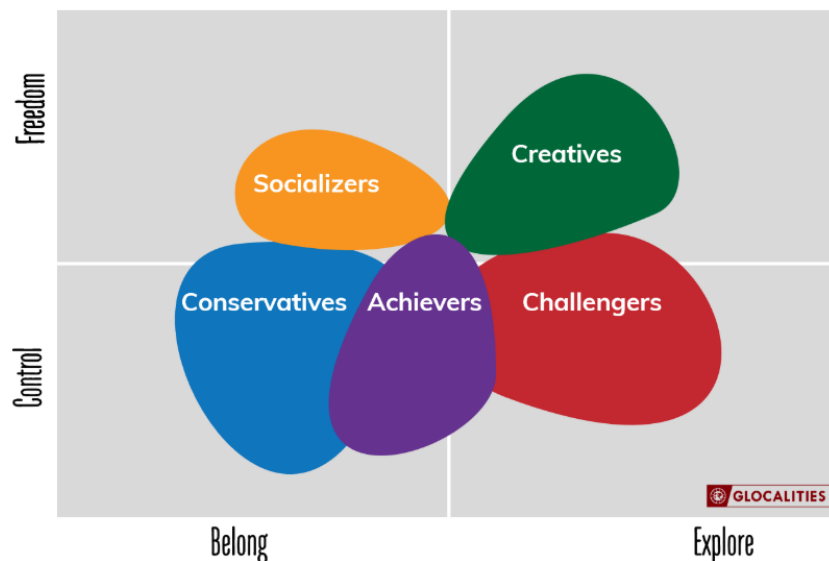
Bijkomend voordeel is dat er jaarlijks een meting plaatsvindt waar NBTC, indien gewenst, vragen aan kan toevoegen. Daarnaast wordt het Glocalities model steeds vaker gebruikt door andere partijen uit de toeristische sector.

Glocalities is een internationaal segmentatiemodel dat inzicht geeft in de waarden uit het dagelijkse leven, culturen, voorkeuren en consumentengedrag van inwoners uit 32 landen. Het houdt hierbij rekening met de culturele verschillen tussen de segmenten. Het model kent twee dimensies:

- **Psychologische dimensie:** Dit laat zien of mensen gefocust zijn op een gevoel van verbondenheid en vertrouwdheid, of dat ze meer exploratie- en veranderingsgericht zijn. Deze dimensie is minder verklarend voor culturele verschillen tussen landen en regio's in vergelijking met de sociologische dimensie (Belong – Explore)
- **Sociologische dimensie:** Deze dimensie laat zien of mensen meer gericht zijn op controle en gehoorzaamheid of dat ze meer gericht zijn op vrijheid om individuele keuzes te maken. De dimensie is zeer verklarend voor verschillen in levensstijl tussen doelgroepen (Control – Freedom)

Ook dit model bestaat uit 5 segmenten.

Glocalities



Bron: Glocalities

Mentality versus Glocalities

Een vraag die we vaak krijgen, is hoe het Glocalities model zich verhoudt tot het Mentality model. Het is echter lastig om deze één op één te vergelijken. Beide modellen kennen een ander uitgangspunt, hebben andere assen en zijn gebaseerd op andere waarden. Toch kan je op basis van de beschrijving van de doelgroepen de volgende vergelijking maken:



- o "Nora" vertegenwoordigt zowel het creatives als achievers segment. Haar persona sluit qua waarden het meeste aan bij de creatives.
- o "Peter" kan gezien worden als socializers
- o "Mary" overlapt de socializers en conservatives
- o "Paul" kan gezien worden als een achiever met conservatieve waarden
- o "Michael" een Achiever met open minded values, overlap met Challenger

Glocalities doelgroepen

Bovenstaande afbeelding maakt duidelijk dat we de huidige persona's niet meer kunnen aanhouden, ze zijn niet één-op-één te koppelen aan een nieuwe Glocalitygroep. NBTC heeft daarom besloten afscheid te nemen van de persona's en volledig te gaan werken met de Glocality-segmenten. In plaats van persona's, gaan we werken met beschrijvingen van de vijf Glocalitygroepen zoals opgenomen in het model. Die volgen in oktober en zijn te vinden op/via onze website.

Next steps!

NBTC is momenteel druk bezig met de uitwerking van de strategie 2021. Hierin spelen de doelgroepen en doelgroepkeuze een belangrijke rol. Indien de strategie verder is uitgewerkt, zal dit ook extern gedeeld worden middels een sessie met onze stakeholders. In de tussentijd werkt NBTC aan een document die een omschrijving geeft van de verschillende Glocalities segmenten (zoals we voorheen de paspoorten en factsheets hadden).

We houden u op de hoogte van de voortgang!