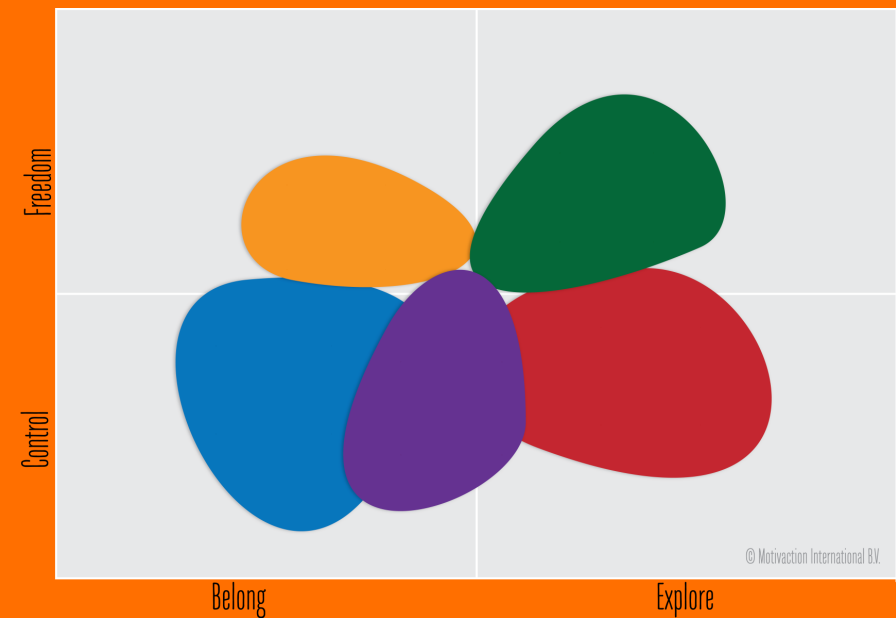


Glocalities

Segmentatiemodel voor internationale bezoekers

Het model uitgelegd





Glocalities is een segmentatiemodel gebaseerd op waarden en lifestyle

- Geïntroduceerd in 2014, door Motivaction
- Data van 27 landen (ca. 2.000 respondenten per land)



Kracht van Glocalities → gebaseerd op

waarden, lifestyle, trends

Waarden zijn diepgeworteld in mensen en maatschappij en bepalen het gedrag en meningen van mensen. En geeft input voor wat hen aanspreekt, hoe je ze kunt raken. Je kunt ze matchen aan de waarden van je gebied of stad.

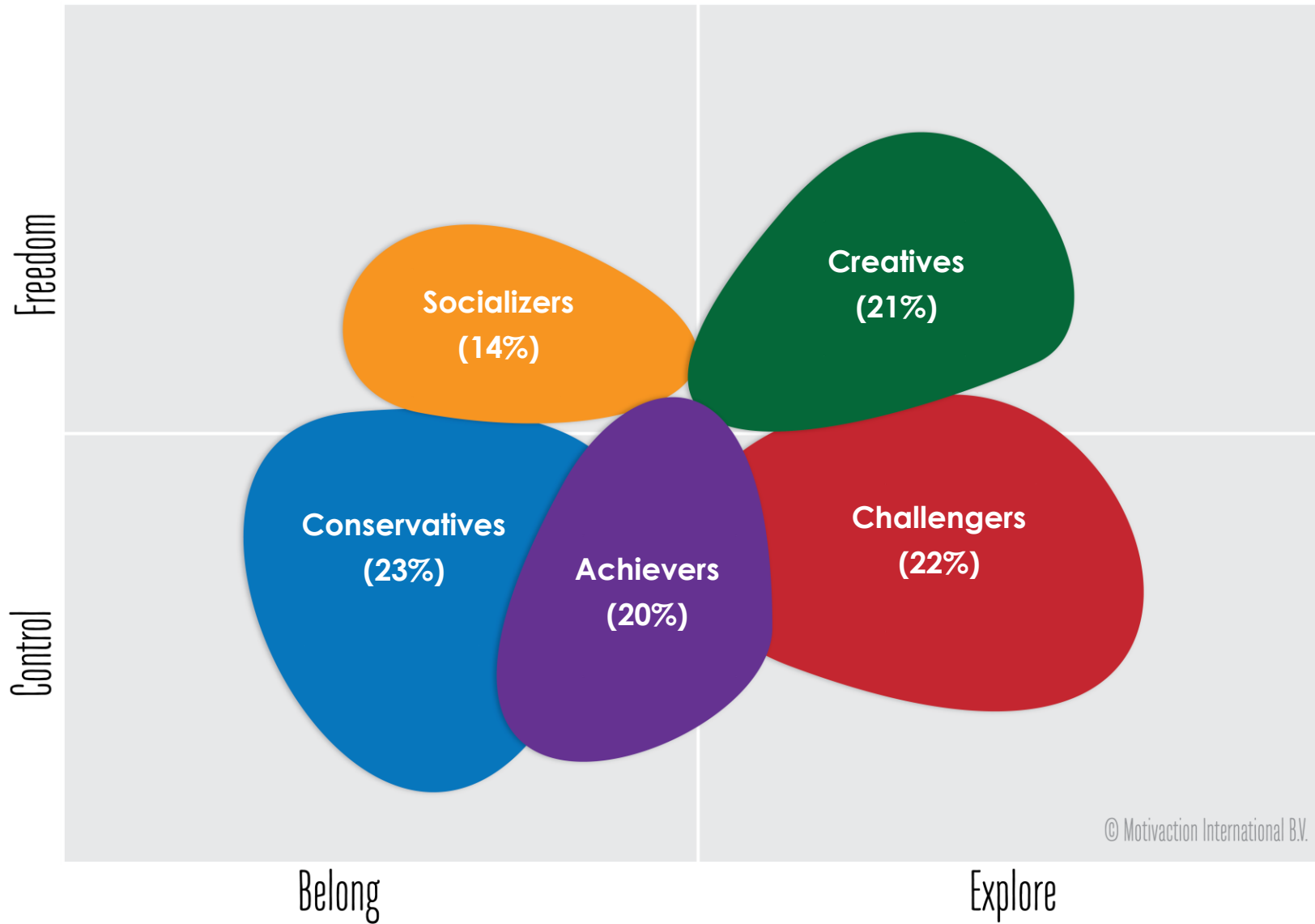
Kracht van Glocalities → houdt rekening met

culturele verschillen









Creatives: Idealisten met een open blik naar de wereld, die persoonlijke ontwikkeling en cultuur belangrijk vinden

Challengers: Competatief ingestelde werkenden, met een fascinatie voor geld, risico en avontuur

Achievers: Ondernemende netwerkers, die veel waarde hechten aan familie en de gemeenschap

Conservatives: Familiemensen die tradities belangrijk vinden en houden van een georganiseerd leven

Socializers: Structuurzoekers, die houden van entertainment, vrijheid en familiewaarden



Uitgebreid segmentatiemodel → veel informatie

Kompas met verschillende ingangen:

- vanuit waarden
- vanuit hobby's en interesses
- vanuit trends (socioculturele invloeden)
- vanuit duurzaamheid
- Etc

Inzicht in: aansprekende waarden, lifestyle, hobbies, mediagebruik, overtuigingstechnieken, sociodemo's,

→ Alle onderwerpen uit het kompas...



In plaats van rapporten → toegang tot dashboard

- Meer analyse mogelijkheden
- Mogelijkheid om je eigen doelgroep te creëren



Het model kun je gebruiken voor:

- Identificeren van **je eigen doelgroep** die matcht met je kernwaarden
- Bepalen of je van deze doelgroep de gewenste **impact** kunt verwachten (hebben ze inderdaad de juiste instelling/lifestyle en verwacht je dat zij gewenst gedrag laten zien tijdens hun vakantie in Nederland)
- **Gebiedsontwikkeling** (het geeft inzicht in wensen/behoefte/interesses tijdens vakanties)
- **Marketing** (inzicht in mediagebruik, welke overtuigingsstrategieën werken goed en welke waarden/trends vinden ze belangrijk).
- **NBTC** gebruikt het voor aantrekken van de **internationale waardevolle bezoekers**

