

**motivaction**  
insights and strategy

**x**



**GLOCALITIES**

Je campagne  
gaat **live!**



**motivaction**  
insights and strategy

**...en dan hoop je  
maar dat het  
werkt?**



**Demografie  
vertelt je wie je  
klanten zijn.**



Waarden vertellen  
je **waarom** ze  
kopen wat ze  
kopen.





**Margré Nijkamp**

Principal research consultant  
Motivaction



**Martijn Lampert**

Research director & co-founder  
Glocalities



**Maar over die  
campagne.**



**motivaction**  
insights and strategy

**40 jaar  
ervaring,  
in 1 database.**



**motivaction**  
insights and strategy



**motivaction**  
insights and strategy



**Jouw doelgroep.  
Jouw campagne.  
Jouw resultaat.**

**motivaction**  
insights and strategy

Biologisch voed

Nickelodeon

tpo

tpo

tpo

rtl

Hero

**Creator**

The creative wants to realize a vision and create things with enduring value.

Inventive - Imagination - Creative - Self-expression

**Everyman**

Connecting with others and to belong are at the core of the everyman's being.

Friendship - Conformist - Equality - Togetherness

**Explorer**

... desire to be free ... to discover who they are by facing the unknown.

Unlimited - Challenge - Curious - Adventurous

**Hero**

# Doelgroep gekozen





# De AI-Doelgroepconsultant

- **Getrainde sparringspartner**
- **Kijk door de ogen van je doelgroep**
- **Workshops en strategische sessies**

## Wat vindt mijn doelgroep van gezonde voeding?

 **Belangrijkste drijfveren.**

 **Verborgene motieven.**

 **Grootste drempels.**

 **Strategische implicaties voor communicatie.**

**Hoe ziet het  
proces eruit?**

**Intake**



**Advies**



**Doelgroep**



**Workshop**



**Analyse**

# Doelgroep gekozen



# De AI-Campagnetester



# Communicatie insight in de praktijk.



**Resultaat: waardegedreven  
campagne-uiting 27x meer  
bekeken!**

**AMNESTY  
INTERNATIONAL**



**GLOCALITIES**





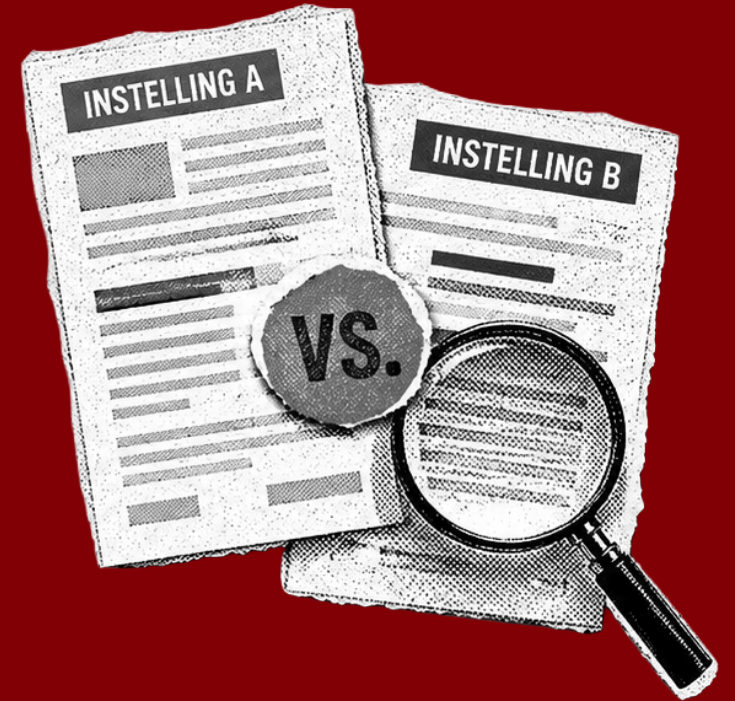
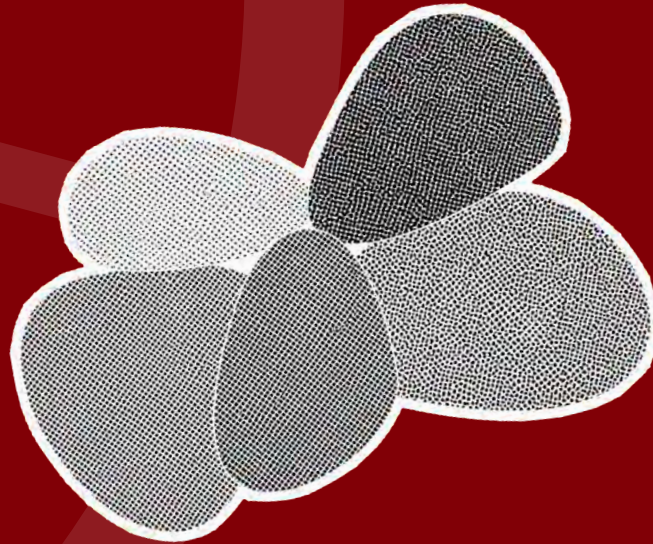
# Lumina<sup>TM</sup>

FOUNDATION





# Het communicatie vraagstuk

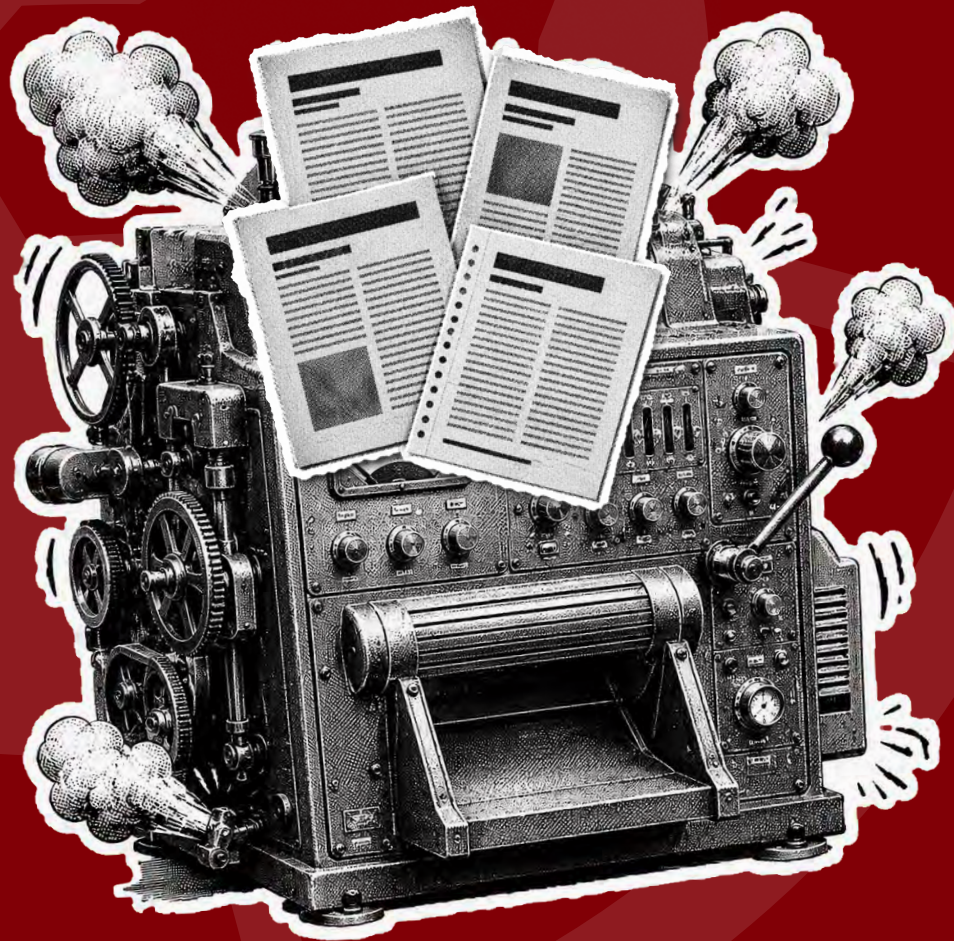


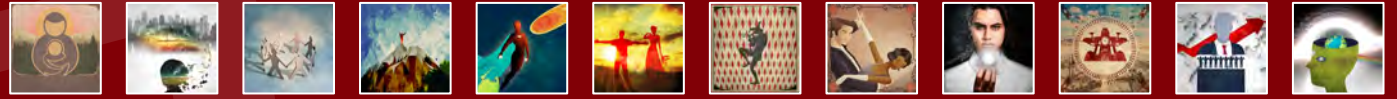
# Waardenindicatoren

Archetypen

Persuasion cues

Lifestyle & attitude





School 1

--	--	--	--	--

School 2

--	--	--	--	--

School 3

--	--	--	--	--

School 4

--	--	--	--	--

School 5

--	--	--	--	--

School 6

--	--	--	--	--

School 7

--	--	--	--	--

School 8

--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

# Wat betekent dit voor jullie?

- **Bewustwording**
- **Scherpere positionering**
- **Betere storytelling**
- **Optimale communicatie vóór livegang**
- **Snellere campagnetests**

# In het kort

- Doelgroepinzicht essentieel voor succes.
- AI maakt analyse snel & gefundeerd in data.
- De kracht zit in de combinatie van **40 jaar data + AI + expertduiding.**

Je campagne  
gaat **live!**



**motivaction**  
insights and strategy

**Vanaf nu  
weet je dat  
het werkt.**

