

The background features a collection of interlocking gears in various shades of blue and teal. Each gear contains a white icon representing a different business or marketing concept. Visible icons include a bar chart, a calendar page for June, a trophy, a pie chart, a handshake, a document with a checklist, a target with an arrow, a magnifying glass, and a pencil.

# Marketing vanuit de consument

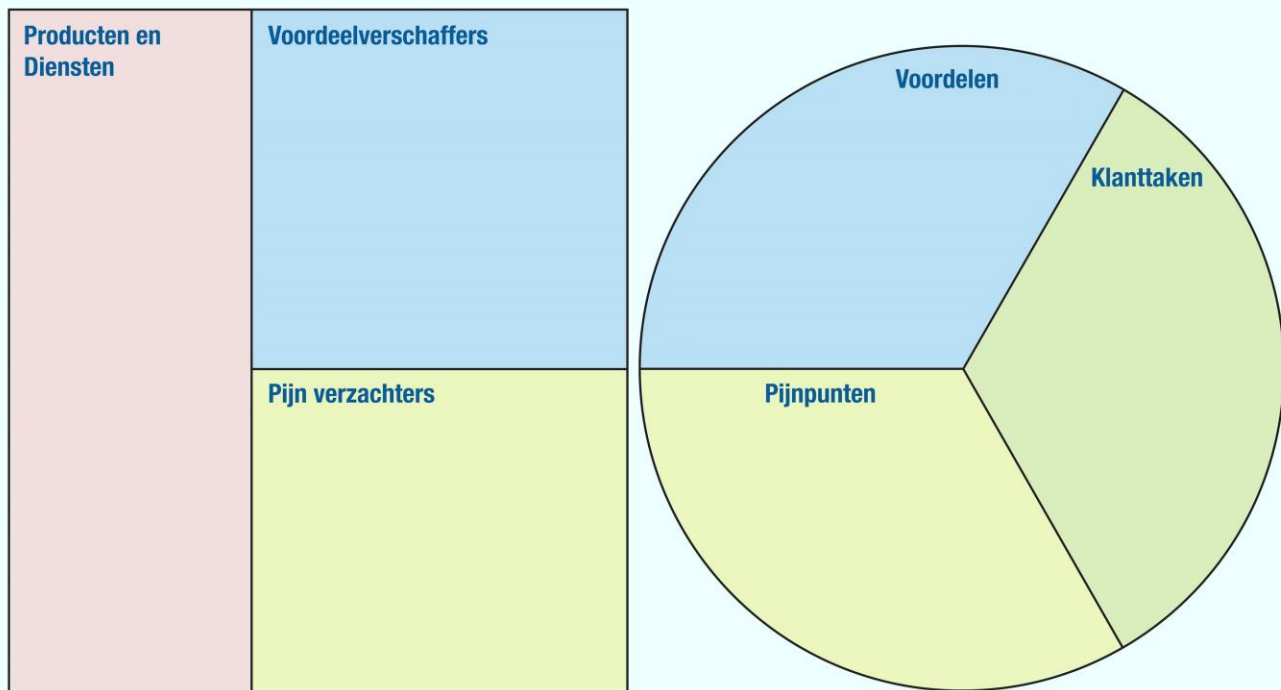
Theo Roos

# Vanuit het bedrijf

## MARKETING MIX



### Waarde Propositie Canvas

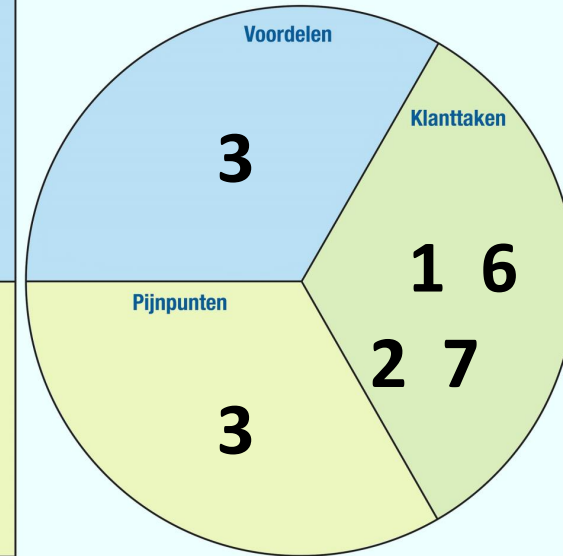
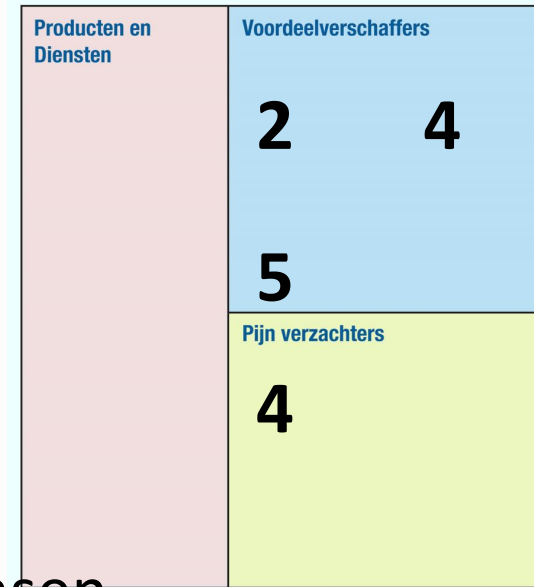


# Maar de consument moet een product kopen

## Uitgangspunten voor de consument

1. Consumenten hebben behoeftes en wensen
2. Consumenten kiezen op basis van hun voorkeur
3. Elke keuze brengt nadelen (pijnpunten) met zich mee, maar ook voordelen
4. Consumenten proberen zoveel nadelen kosten te vermijden en zoveel mogelijk voordelen te verkrijgen
5. Mensen reageren voorspelbaar op een aangeboden voordeel
6. De keuze voor het ene heeft gevolgen voor de keuze voor het andere
7. De keuze heeft gevolgen voor de toekomst
8. De keuze wordt beïnvloed door de (maatschappelijke) omgeving

## Waarde Proposition Canvas



[www.de-innovator.nl](http://www.de-innovator.nl)

gebaseerd op het Value Proposition Canvas van strategizer.com



# Dating vanuit marketingogen bekeken



# Marketing vanuit datingogen bekeken





Wil je vanavond met mij uit?

Ik zou het wel leuk vinden, maar ik heb huiswerk!



Ik doe liever mijn huiswerk dan dat ik met jou uitga!

- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. Behoeftte en wensen
  2. Voorkeur
  3. Nadelen en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

**Marketingtaal:  
Voorkeur wordt duidelijk**



Wil je vanavond met mij uit?

Ik zou het wel leuk vinden, maar ik heb huiswerk!



- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. Behoeftte en wensen
  2. Voorkeur
  3. Nadelen en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

## Marketingtaal: Pijnpunten

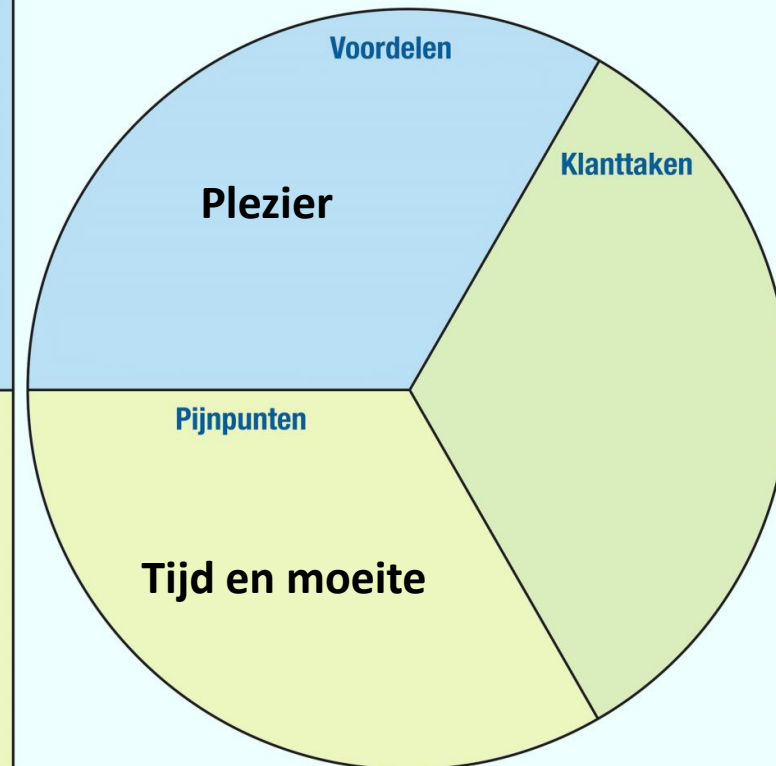
Het kost me meer (tijd en moeite) om met jou uit te gaan dan dat het me oplevert (plezier etc.)

# Wat betekent dit voor de marketeer?

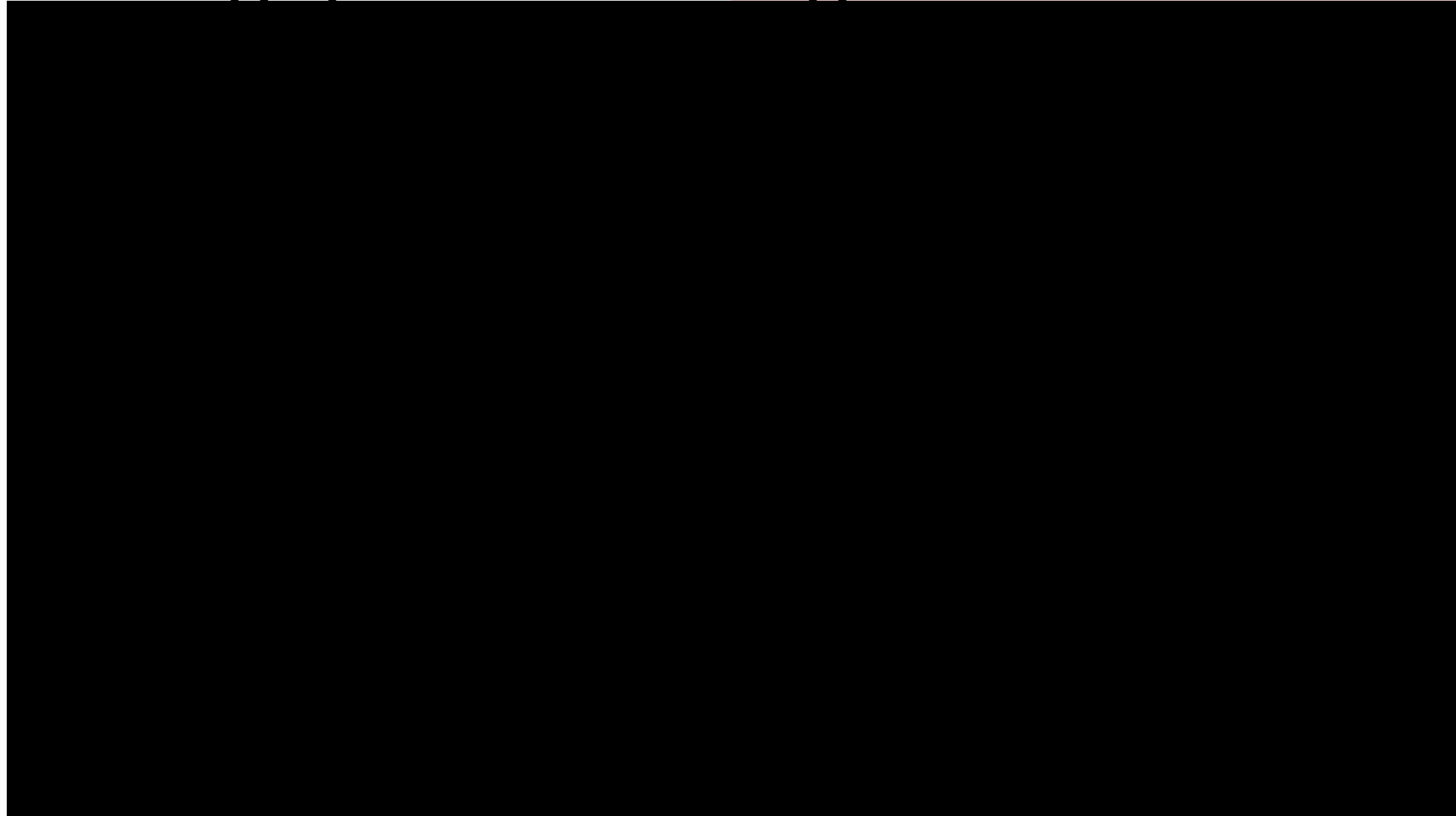
- Als er teveel pijnpunten zijn, zal de consument een product niet afnemen.

Het kost me meer (tijd en moeite) om met jou uit te gaan dan dat het me oplevert (plezier etc.)

## Waarde Propositie Canvas



Marketing spreekt haar eigen taal







Wil je vrijdagavond met mij uit eten en daarna naar Ajax?

Ik zou het wel leuk vinden, maar ik heb huiswerk! Maar we kunnen wel maandag samen koffie drinken



Je vraagt me 6 uur van mijn kostbare tijd op te offeren om uit eten te gaan en naar een voetbalwedstrijd te kijken. Ik dacht het niet! Maar op maandagochtend heb ik toch niets te doen en dan wil ik best een uurtje koffie met je drinken, want je bent best wel aardig en ziet er niet al te slecht uit!

- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. Behoeftte en wensen
  2. Voorkeur
  3. Nadelen en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

## **Marketingtaal: Grote en kleine nadelen**

# Wat betekent dit voor de marketeer?

- Sommige diensten en producten zullen op bepaalde momenten of onder bepaalde omstandigheden makkelijker verkopen dan op andere momenten of onder andere omstandigheden.
- Het is belangrijk een marketinginspanning op het juiste moment te doen.
- Geef consumenten opties. Ze zijn dan eerder geneigd een keuze te maken in jouw voordeel.

Je vraagt me 6 uur van mijn kostbare tijd op te offeren om uit eten te gaan en naar een voetbalwedstrijd te kijken. Ik dacht het niet! Maar op maandagochtend heb ik toch niets te doen en dan wil ik best een uurtje koffie met je drinken, want je bent best wel aardig en ziet er niet al te slecht uit!

## Waarde Propositie Canvas





Maar ik wil toch graag vrijdagavond met haar uit. Wat kan ik doen?

Natuurlijk rozen en chocola...

En een romantisch restaurant.



- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. **Behoefte en wensen**
  2. **Voorkeur**
  3. **Nadelen en voordelen**
  4. **Vermijden of verkrijgen**
  5. **Voorspelbaar**
  6. **Beïnvloeding**
  7. **Gevolgen**
  8. **Toekomst**



Wil je vrijdagavond met mij uit.? Dan gaan we naar een romantisch restaurant. En kijk ik heb rozen en chocola voor je.

Ja, ik ga graag met je uit.



**Marketingtaal:**

**Consumenten reageren voor-  
spelbaar op een voordeel**

Hm. Moet je kijken wat een lieverd. Hij brengt me rozen en chocola. En wil samen met mij eten in een romantisch restaurant. En hij is eigenlijk best wel heel leuk om te zien.

- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. Behoeftte en wensen
  2. Voorkeur
  3. Kosten en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

# Wat betekent dit voor de marketeer?

- Consumenten moeten het gevoel hebben dat ze belangrijk zijn.
- Je product moet de juiste eigenschappen hebben.
- Soms moet je consument een een zetje geven (geef ze een beloning) om ze over de streep te trekken.

Hm. Moet je kijken wat een lieverd. Hij brengt me rozen en chocola. En wil samen met mij eten in een romantisch restaurant. En hij is eigenlijk best wel heel leuk om te zien.

## Waarde Proposition Canvas





We daten nu een tijdje, maar moet ik wel bij haar blijven? Is zij wel de vrouw van mijn leven?

### Voordelen

Ik zie wel potentie, zij is leuk, mooi en zorgzaam

### Nadelen

Ik kan niet uit met andere leuke vrouwen.  
Ik ben niet langer single.

- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT
1. Behoeft en wensen
  2. Voorkeur
  3. Kosten en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

**Marketingtaal:  
Consumenten  
wegen voordelen en  
nadelen tegen elkaar af!**

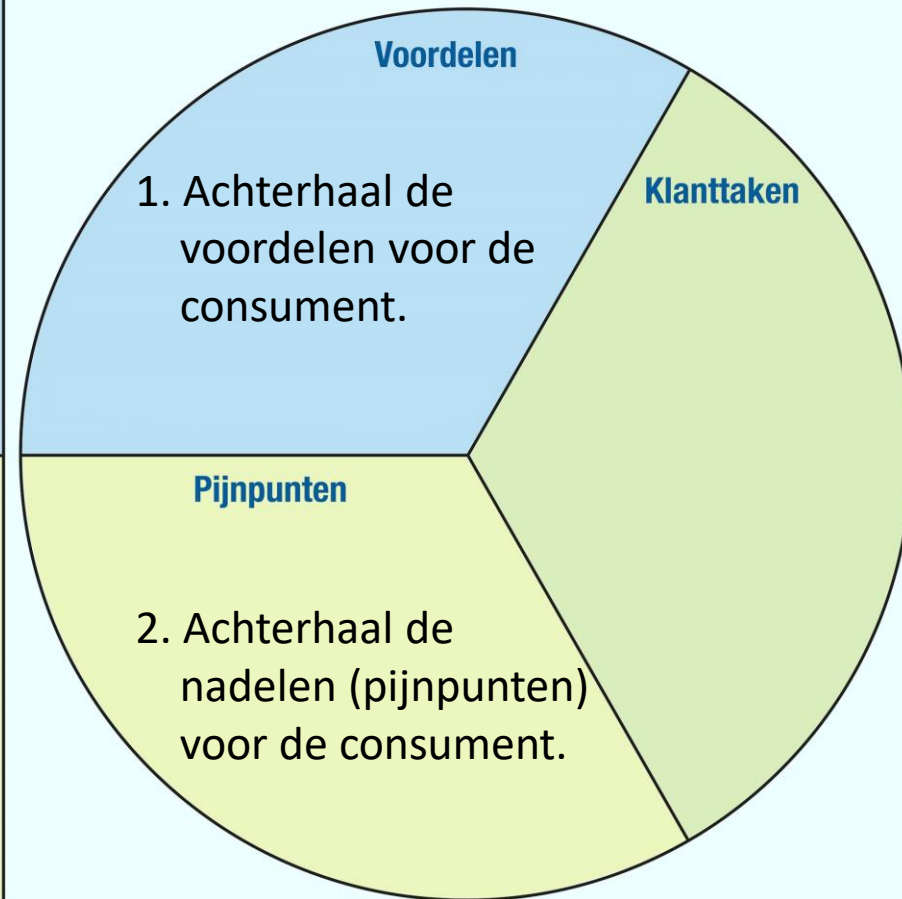
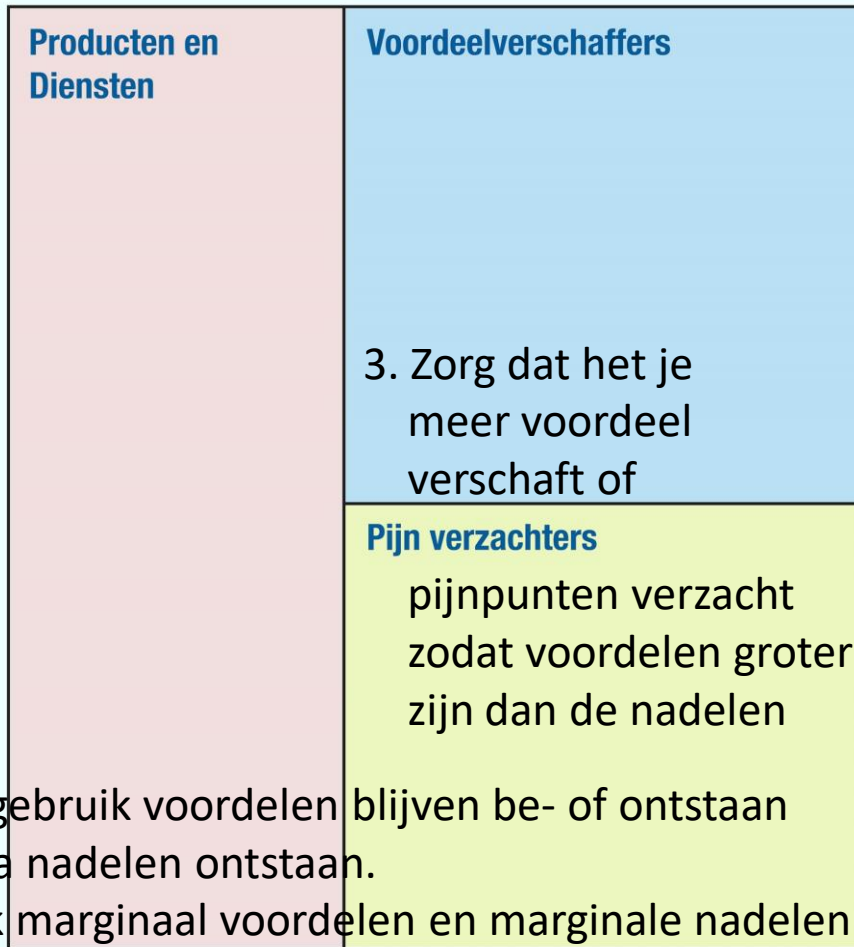
**Extra Voordelen > Extra Nadelen  
Blijf daten!**

**Extra Nadelen > Extra Voordelen  
Maak het uit!**

**Extra Nadelen = Extra Voordelen  
Optimale lengte van daten!**

# Wat betekent dit voor de marketeer?

## Waarde Propositie Canvas



Zorg dat bij langer gebruik voordelen blijven be- of ontstaan en dat er geen extra nadelen ontstaan.  
Dit noemen we ook marginaal voordelen en marginale nadelen.



Ik maak het uit!  
Ik zie meer nadelen  
dan voordelen!

Wat? Hoe kan dat  
nou? Ik zie zoveel  
voordelen in onze  
relatie. We hebben  
het altijd zo leuk  
gehad!



Het was heel leuk en we hebben er veel  
tijd en moeite ingestoken. Maar als het  
niet werkt heeft het geen enkele zin vast  
te houden aan wat geweest is. Extra  
moeite in de relatie stoppen levert  
weinig extra voordelen.

- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. Behoeftte en wensen
  2. Voorkeur
  3. Kosten en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

**Marketingtaal:  
Extra Nadelen >  
Extra Voordelen**



# Wat betekent dit voor de marketeer?

- Blijf focussen op toekomstige voordelen voor de consument.
- Consumenten zijn in de basis niet geïnteresseerd hoe je het in het verleden hebt gedaan.
- Voordelen uit het verleden zijn niet vanzelfsprekend voordelen voor de toekomst.

Het was heel leuk en we hebben er veel tijd en moeite ingestoken. Maar als het niet werkt heeft het geen enkele zin vast te houden aan wat geweest is. Extra moeite in de relatie stoppen levert weinig extra voordelen.

## Waarde Propositie Canvas





Wil je met me  
trouwen? 🤍 😁

Ja! 😘 👩



- UITGANGSPUNTEN CONSUMENT**
1. Behoeftte en wensen
  2. Voorkeur
  3. Kosten en voordelen
  4. Vermijden of verkrijgen
  5. Voorspelbaar
  6. Beïnvloeding
  7. Gevolgen
  8. Toekomst

**Extra Nadelen**

=

**Extra Voordeel**

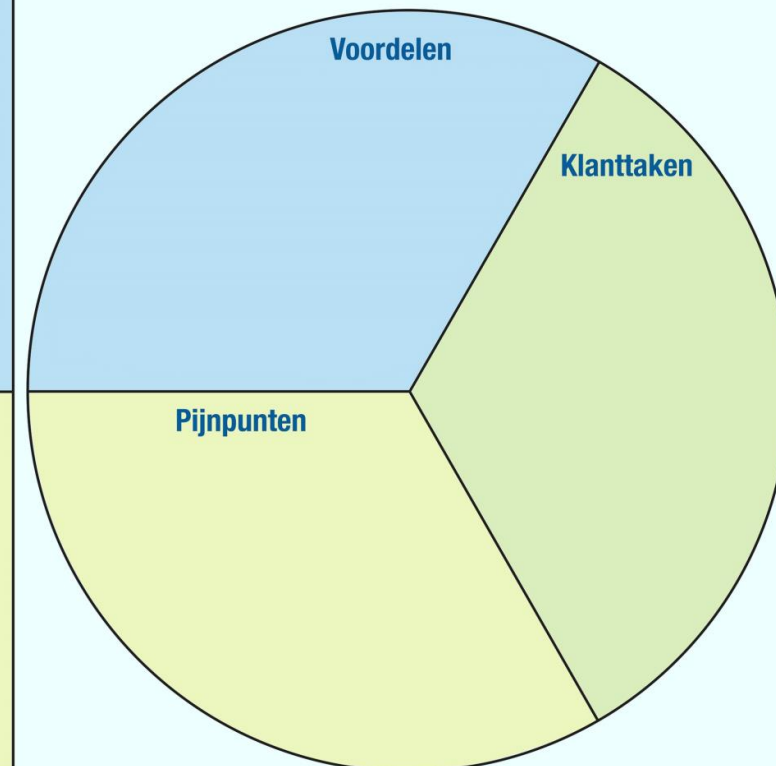
Als ik je blijf daten zijn de extra voordelen gelijk aan de extra nadelen. Misschien heb ik nog niet alle benodigde informatie, maar hiermee kan ik wel een besluit nemen. Wil je met me trouwen?

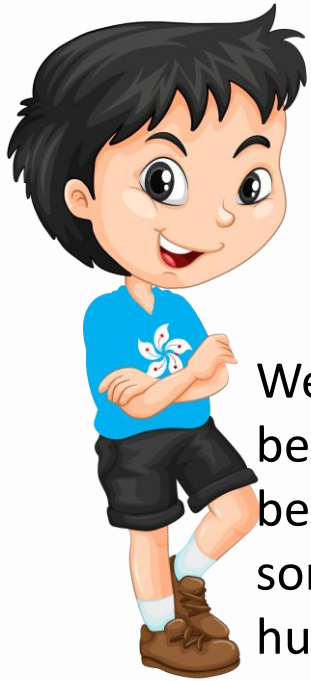
# Wat betekent dit voor de marketeer?

- Blijf kijken naar het punt waar de extra nadelen gelijk zijn aan de extra voordelen. Dit is een gevaarlijk punt, want hier kan de consument een besluit nemen om jouw product niet te gebruiken

Als ik je blijf daten zijn de extra voordelen gelijk aan de extra nadelen. Misschien heb ik nog niet alle benodigde informatie, maar hiermee kan ik wel een besluit nemen. Wil je met me trouwen?

## Waarde Propositie Canvas





Eigenlijk zou ik wel willen trouwen, maar ben ik daar niet te knap voor?

Welk tijdschrift je ook leest, je komt ze tegen: beroemde en mooie mensen. Veel mensen bewonderen deze aantrekkelijke mensen en sommigen dromen stiekem van een date met hun idool.

Maar uit onderzoek blijkt dat juist deze aantrekkelijke mensen moeilijker aan een partner komen en meestal een partner hebben die er vergeleken met hun maar gewoontjes uitziet. Je zou echter denken dat aantrekkelijke mensen hun partner voor het uitkiezen hebben. Maar niets is minder waar. Hoe zou dat komen?

**Alle beweringen zijn waar.**

**Bepaal in duo's welke aanwijzingen het meest relevant zijn**



1. Beroemde mensen zijn vaak aantrekkelijk
2. Sommige mannen en vrouwen willen geen aantrekkelijke partner daten omdat ze weten dat anderen ook op die partner zouden kunnen vallen
3. Aantrekkelijke mensen denken vaak dat een partner meer is geïnteresseerd in hun uiterlijk dan in hun karakter
4. Sommigen zijn bang dat een aantrekkelijke partner niet-welkome aandacht zal uitlokken
5. Mensen trouwen tegenwoordig op hogere leeftijd dan vroeger
6. Getrouwde stellen verdienen gemiddeld twee keer zoveel als ongetrouwde mensen
7. Gemiddeld kost een beetje trouwerij al gauw € 10.000
8. Er zijn praatgroepen die onaantrekkelijke mensen steunen op het gebied van zelfrespect

# Wat betekent dit voor de marketeer?

- Maak een keuze welke informatie je aan de consument verstrekt.
- Verstrek alleen informatie die relevant is.

Misschien is dit de oplossing!

**Jimmy Soul – If you want to be happy**





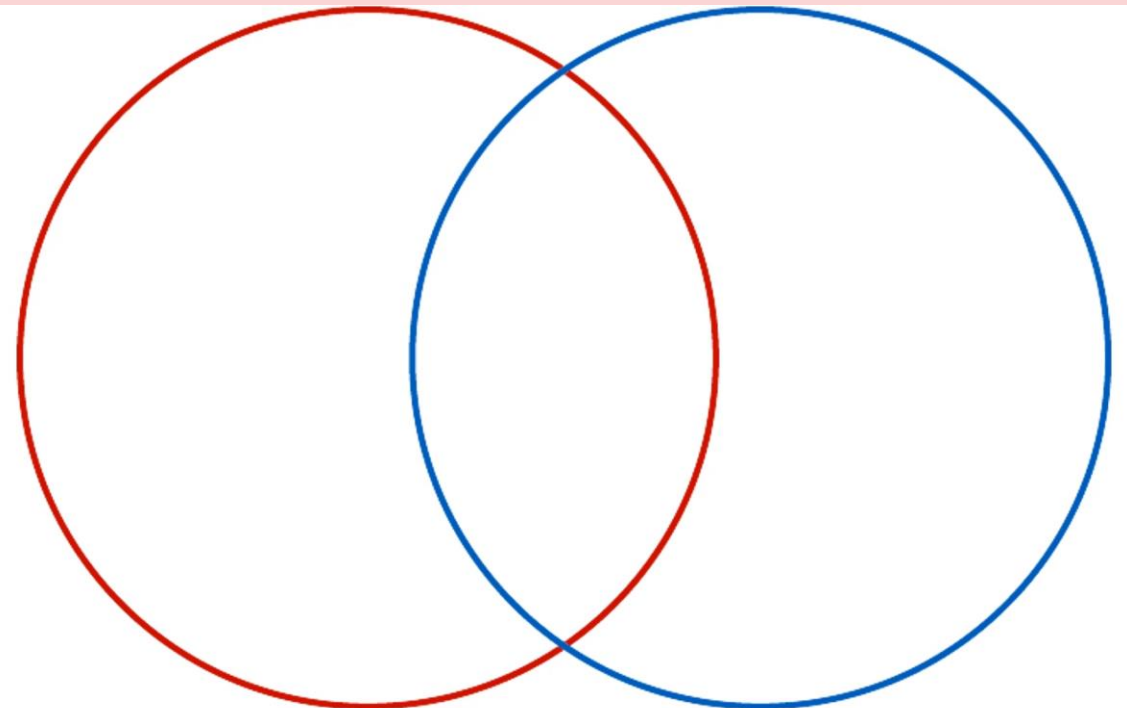
Maar als je dan  
getrouwd bent . . . . .

Is het dan wel zo goed  
als je had verwacht?



Je hebt allemaal je eigen verwachtingen  
van het huwelijk. Soms is het dan zo dat  
de praktijk van alledag, hoewel van  
tevoren goed ingeschat, toch tegenvalt.

## Marketingtaal: Cognitieve dissonantie



# Dating is van alle tijden

Bekijk deze video. Kijk welke veranderingen er in dating hebben plaatsgevonden.

**Dating is van alle tijden**



# Wat betekent dit voor de marketeer?

- Blijf kijken naar veranderingen op de markt.
- Veranderingen op de markt betekenen vaak een verandering van benadering van de consument.
- De keuze van het te gebruiken medium moet afgestemd zijn op de omstandigheden.

# Materiaal

- <http://www.bedrijfseco.nl/didactiek>