

## MÅLGRUPPSANALYS

# LÄR KÄNNA DINA KÄRNVÄLJARE

Att förstå din målgrupp och vad som är viktigt för dem är helt avgörande för att kunna vinna deras förtroende och i slutändan få deras röster. I den här övningen får du besvara några frågor som hjälper dig att skapa en tydligare bild av de som ingår i din målgrupp.

Här under ser du en pyramid uppdelad i tre delar. I pyramidens **översta del** hittar du dina mest hängivna väljare, alltså de som röstat på dig i tidigare val, stöttar ditt parti och din kampanj, och de som kan räknas som ambassadörer för din politik. (Har du inte ställt upp i valet tidigare kan du istället fylla i vilka du tror skulle tillhöra den här delen.

I **mittendelen** av pyramiden finns de som med stor sannolikhet kan tänkas rösta på dig eller åtminstone ser dig som ett alternativ när det är dags att gå till vallokalen.

I **den nedersta delen** av pyramiden hittar du de som du skulle vilja nå ut till och som du tror skulle gilla din politik om de fick veta mer om dig och dina värderingar. Välj egenskaper som differentierar sig från de översta två delarna.



DINA MEST  
HÄNGIVNA  
VÄLJARE

MÅLGRUPPEN SOM KAN  
TÄNKA SIG ATT RÖSTA PÅ DIG

ÖVRIGA DU HOPPAS NÅ UT TILL

## ÖVNING: SPECIFICERA DINA MÅLGRUPPER

Nu ska vi ta reda på dina viktigaste målgrupper! Gå igenom en del av pyramiden i taget och svara på frågorna i formuläret för att konkretisera de egenskaperna dina målgrupper har. När du sedan har dem svart på vitt kommer du att få en tydlig överblick på dina väljare.

### DEMOGRAFI & GEOGRAFI

Vilka är egentligen människorna i din målgrupp? Ex: Ålder, plats, yrkesgrupp, språk.

### LIVSSTIL

Vad är viktigt för dem och vad tycker de om att göra? Ex: Intressen, värderingar, drivkrafter.

### MEDIEVANOR & FYSISK NÄRVARO

Hur och var når du din målgrupp? Var finns de? Exempel på vad du kan utgå ifrån: Sociala medier, till exempel Facebook och Instagram. Fysiska platser, torg eller andra fysiska samlingsplatser. Print- eller webb, pappers- eller webbtidningar. Vilka beteendemönster har de, gillar de att kommentera eller reagera? Föredrar de rörligt material eller ej? Etcetera.

**ÖVRIGT MEN VIKTIGT**

Avgörande faktorer rent politiskt. Vilka områden är extra känsliga? Något speciellt du behöver ha i åtanke när du kommunicerar med målgruppen?

**SAMMANFATTNING (AV DINA OLIKA MÅLGRUPPSKATEGORIER)**

Nu har du definierat dina målgrupper, snyggt! Sammanfatta det du skrivit genom att beskriva målgrupperna med några meningar i fältet nedan.

