

Geeft kleur aan grijs

- [Home](#)
- [Organisatie](#)
- [Nieuws](#)
- [50+ Consumenten](#)
- [Activiteiten](#)
- [Onderzoeken](#)
- [Pers](#)
- [Nieuwsbrief](#)
- [Links](#)
- [Literatuurlijst](#)

## Bedrijfsleven moet beter inspelen op groeiende groep 50+ers

Ondernemers spelen slecht in op een snel groeiende doelgroep: de 50-plussers van morgen. En dat is niet verstandig, in 2020 zal Nederland namelijk maar liefst 7 miljoen senioren tellen. Een zevental tips kunnen leidend zijn voor marketeers.

Zo is het belangrijk te kiezen voor duidelijke productinformatie: 50-plussers zijn ervaren consumenten en willen goed geïnformeerd worden. Ook is het beter om aanbiedingen te doen en geen koopjes: ouderen prikken verkooptrucs van marketeers genadeloos door. Qua spullen gaat het senioren al lang niet meer om het hebben, maar om de ervaring die spullen bieden; ouderen zijn gevoelig voor bijzondere momenten met partners, kleinkinderen of vrienden.

Doordat ouderen zich vaak nog jong voelen is het niet raadzaam om bejaarden te laten figureren in reclame-uitingen. Daar wil de doelgroep zich namelijk niet in herkennen. Omdat ouderen altijd op zoek zijn naar positieve signalen is het belangrijk die te communiceren en te onderstrepen. Producten moeten dus altijd positief en tijdloos neergezet worden. Voor een winkelomgeving geldt: zorg voor rust en ruimte. Op het internet ten slotte moet het aanbod eenvoudig weergegeven worden en moeten de verkoopprocessen simpel zijn.

### Maak uw zaak senior ready!

#### 1. Duidelijke productinformatie.

Vijftigplussers zijn proven consumers. Ze hebben al tig keer een nieuw bankstel gekocht, alle generaties broeken aan zich voorbij zien komen. Logisch dat ze niet snel ergens warm voor lopen. Ze willen goed geïnformeerd worden over producten. Kies daarom voor ervaren en gemotiveerde medewerkers met kennis van zaken.

#### 2. Geen koopjes, maar aanbiedingen.

Senioren laten zich niet snel gek maken. Verkooptrucs van slimme marketeers; ouderen prikken er vaak genadeloos doorheen. Ze gaan liever op zoek naar producten met een optimale prijskwaliteitverhouding. Adverteer daarom niet met de term 'koopjes' maar 'aantrekkelijke aanbiedingen'.

#### 3. Kies voor ervaringen.

Wat spullen betreft gaat het vijftigplussers al lang niet meer om de 'heb', maar om de ervaring waar het product in kan voorzien. Ouderen zijn gevoelig voor bijzondere momenten met een partner, kind of vriend. Die mooie bank is het ultieme plekje om uw kleinkind voor te lezen!

#### 4. Geen fossielen aub!

Dynasty-diva Joan Collins zei het al: 'Leeftijd is slechts een getal, totaal irrelevant. Behalve als je een fles wijn bent'. Iemand van bijvoorbeeld 55 is in zijn psychologische beleving vaak nog maar 45. Daarom geen 'fossielen' in uw reclame-uitingen, maar ook geen piepjonge modellen.

### **5. Communiceer positief.**

Ouderen zijn altijd op zoek naar positieve signalen; zet producten daarom altijd positief en leeftijdsloos neer. Een waterbed of traagschuimmatras voorkomt rugklachten, geen gewrichtsslijtage. Of: deze jurk heeft een slanke belijning. Bijkomend voordeel: als u een product 'leeftijdsloos' neerzet, wordt het door iedereen gekocht!

### **6. Rust en ruimte.**

Ouderen hebben vaak een hekel aan rommelige winkels en smalle, volgepakte gangpaden. Hoog genoteerd in de irritatie-toptien: keiharde 'rotmuziek' in winkels, onmogelijk los te krijgen winkelkarretjes en slecht leesbare teksten op verpakkingen.

### **7. Internet: houd het simpel.**

Internetmarketing voor vijftigplussers is meer dan het gebruik van grote letters. Vertel het verhaal achter het product, gebruik foto's die aansluiten op de belevingswereld van de klant, zoals een oudere die met zijn kleinkind zit te spelen. Sommige ouderen wantrouwen computers en alles wat daarbij hoort. Bied daarom altijd persoonlijk contact aan met de vermelding van een telefoonnummer of e-mailadres op uw website. Minstens zo belangrijk is het technisch-visuele aspect van uw site. Op latere leeftijd neemt het gezichtsvermogen af; zo wordt het steeds moeilijker kleurnuances te onderscheiden. Kies daarom voor contrasterende kleuren en simpele tekstadvertenties. Vermijd wild knipperende banners en flashintro's op uw website.

Bron: Profnews, gebaseerd op CBW Mitex Magazine, mei 2010

[Ga terug »](#)



50+ Expertisecentrum © 2010 | [Contact](#) | [Colofon](#) | [Disclaimer](#)