

Doelgroep analyse

Persoon die bedrijfsuitje wil organiseren

Problemen waar ze tegenaan lopen:

Gebrek aan Kennis van Hado onder Deelnemers; Hado is voor veel mensen een onbekende activiteit, vooral omdat het geen traditionele sport is en gebruikmaakt van AR-technologie. Dit kan ervoor zorgen dat sommige medewerkers zich onwennig voelen of niet begrijpen wat de activiteit inhoudt.

Verschillende Fysieke Fitheid en Technische Ervaring onder Deelnemers; Hado vereist enige mate van fysieke activiteit, zoals bewegen en springen. In een technisch bedrijf kunnen deelnemers sterk variëren in hun fysieke fitheid en ervaring met AR-technologie.

Technische bedrijven en innovatieve organisaties

Profiel:

De werknemers van deze bedrijven zijn meestal tussen de 25-45 jaar oud, technologisch onderlegd en comfortabel met digitale interacties. Er is vaak een hoog opleidingsniveau (hbo- en wo-niveau) en een grote affiniteit met gaming en technologische gadgets.

HADO liet zelf ook weten dat de meeste B2B klanten afkomen van tech-bedrijven zoals ASML. Tech bedrijven weten over het algemeen HADO al te vinden omdat deze vaak op zoek zijn naar nieuwe technologieën en technische toepassingen.

Behoeftes:

Technische bedrijven hebben een grote interesse in nieuwe technologieën. Het idee om augmented reality toe te passen in een sportieve setting, zoals bij Hado, spreekt hen aan omdat het een combinatie biedt van fysieke activiteit en technologie.

Omdat de technologische sector vaak een hoge werkdruk kent en teams niet altijd fysiek samenwerken (bijvoorbeeld door hybride of remote werkmodellen), biedt Hado de mogelijkheid om op een informele manier aan teamwork te werken.

Waarom Hado:

HADO biedt een unieke AR-ervaring voor tech-bedrijven die aansluit bij hun interesse in innovatieve technologieën. Het kan een leuke, teamgerichte activiteit zijn die ook een gespreksonderwerp biedt vanwege het gebruik van AR.

Jongerenorganisaties

Profiel:

Behoeften:

Veel jongeren zijn geïnteresseerd in activiteiten die hen fysiek uitdagen en waarin ze zich kunnen meten met anderen.

Waarom HADO:

HADO is competitief en vereist snelheid, teamwork en strategie. Dit spreekt een doelgroep aan die houdt van energieke, fysieke en uitdagende bezigheden. Jonge professionals zijn ook vaak opgegroeid met technologie en gaming, waardoor ze snel aangetrokken worden tot digitale en interactieve ervaringen zoals HADO.

Marketingbureaus

Profiel:

Creatieve sectoren zoals reclame, marketing en media. Ze zijn vaak op zoek naar ervaringen die verrassend en leuk zijn, en die teamverbanden versterken.

Behoeften:

Uitjes die zowel competitief als creatief zijn, en waarbij teams moeten samenwerken en communiceren.

Waarom HADO:

HADO biedt deze doelgroep een vernieuwende ervaring die afwijkt van traditionele bedrijfsuitjes. Het stimuleert niet alleen samenwerking en communicatie, maar biedt ook een vorm van escapisme, wat goed aansluit bij de creatieve aard van hun werk.

Consultancy- en Adviesbureaus

Profiel:

Bureaus met hoogopgeleide werknemers die meestal een drukke, stressvolle baan hebben. Deze werknemers zijn vaak op zoek naar unieke en ontspannende ervaringen buiten hun dagelijkse werkzaamheden.

Behoeften:

Ontspannende en vernieuwende activiteiten die een zekere mate van uitdaging en afleiding bieden.

Waarom HADO:

HADO biedt een combinatie van een competitieve, vernieuwende activiteit die ook een ontsnapping biedt aan de dagelijkse werkdruk. Dit kan helpen bij het verlichten van stress en het verbeteren van de teamgeest.

Kleinere bedrijven en lokale ondernemers

Profiel:

Kleinere bedrijven met werknemers die vaak samenwerken en elkaar goed kennen, zoals Midden- en kleinbedrijven en kleine lokale ondernemers.

Behoeften:

Uitjes die de relaties versterken en waarbij iedereen betrokken kan zijn zonder hoge kosten.

Waarom HADO?

HADO kan een toegankelijk en laagdrempelig alternatief bieden voor grotere evenementen, en kan juist in kleinere groepen de teamdynamiek versterken. Daarnaast is dit geschikt voor kleinere bedrijven door de relatief lage prijs van deelname. VR-escaperooms- en ervaring vallen vaak duur uit (140 euro voor 6 personen), terwijl HADO daartegenover €23,50 per 60 minuten bedraagt.

Verzekeringsbedrijven

Profiel:

Verzekeringsbedrijven werken vaak met verschillende teams die complexe projecten of cases behandelen. Werknemers in de verzekeringssector ervaren vaak een hoge werkdruk door de aard van hun werk (bijvoorbeeld risicoanalyses, klantcontact en claimbeoordeling).

Behoeften:

Teamdynamiek is in deze sector cruciaal omdat veel beslissingen en analyses een goede samenwerking vereisen.

Waarom HADO?

Activiteiten zoals HADO kunnen samenwerking bevorderen, wat helpt om betere relaties en effectievere communicatie tussen teamleden op te bouwen. Een energieke, speelse activiteit als HADO biedt een uitlaatklep voor stress en zorgt voor ontspanning.

Zorginstellingen met Zorgpersoneel of Begeleiders

Profiel:

Zorginstellingen zoals ziekenhuizen, verpleeghuizen of thuiszorgorganisaties die de nadruk leggen op rust en herstel, en waarin personeel vaak lange diensten draait.

Behoeften:

Ontspannen activiteiten die gaan over persoonlijk welzijn aangezien mensen in de zorg daar veel om geven. Over het algemeen zijn mensen in de zorg voornamelijk zorgzame types die minder verstand of interesse hebben in nieuwe technologieën.

Waarom HADO minder geschikt is:

HADO kan intensief en druk zijn, wat vermoeiend kan zijn voor zorgpersoneel dat juist wat rust nodig heeft tijdens een uitje. Dit soort bedrijven geven mogelijk de voorkeur aan ontspannen activiteiten zoals een dagje spa, een natuurwandeling, of een wellnessactiviteit.

Non-profit Organisaties met Strikte Budgetten

Profiel:

Doordat deze organisaties doorgaans werken met beperkte middelen en een sterke focus hebben op maatschappelijke impact, zijn hun prioriteiten en verwachtingen vaak anders dan die van commerciële bedrijven.

Behoeften:

Non-profits hebben doorgaans beperkte budgetten voor teambuilding en uitjes. Ze zoeken naar betaalbare of zelfs gratis activiteiten die toch waardevol zijn voor hun team. Activiteiten die aansluiten bij de missie en waarden van de organisatie, zoals duurzaamheid, inclusiviteit en maatschappelijke betrokkenheid.

Waarom HADO minder geschikt is:

Hoewel HADO betaalbaar kan zijn voor veel bedrijven, blijft het een technologisch uitje dat mogelijk hogere kosten met zich meebrengt dan simpele groepsactiviteiten. Vaak kun je namelijk al minigolven, paddelen voor €10 euro per uur en HADO zou dan dubbel zo duur zijn. Budgetvriendelijkere opties, zoals een picknick, vrijwilligersactiviteit, of eenvoudige workshop, kunnen beter aansluiten bij hun financiële mogelijkheden.

Seniorenorganisaties of Bedrijven met Veel Oudere Medewerkers

Profiel:

Bedrijven of teams die voornamelijk uit oudere medewerkers bestaan, zoals zorginstellingen voor senioren, bepaalde overheidsinstellingen, of organisaties met weinig jonge professionals.

Behoeften:

Zij zouden activiteiten kunnen waarderen die minder fysiek intensief en competitiegericht zijn.

Waarom HADO minder geschikt is:

HADO vereist fysieke activiteit en snel reageren, wat misschien niet ideaal is voor oudere medewerkers die mogelijk minder snel zijn of moeite hebben met intensieve beweging.