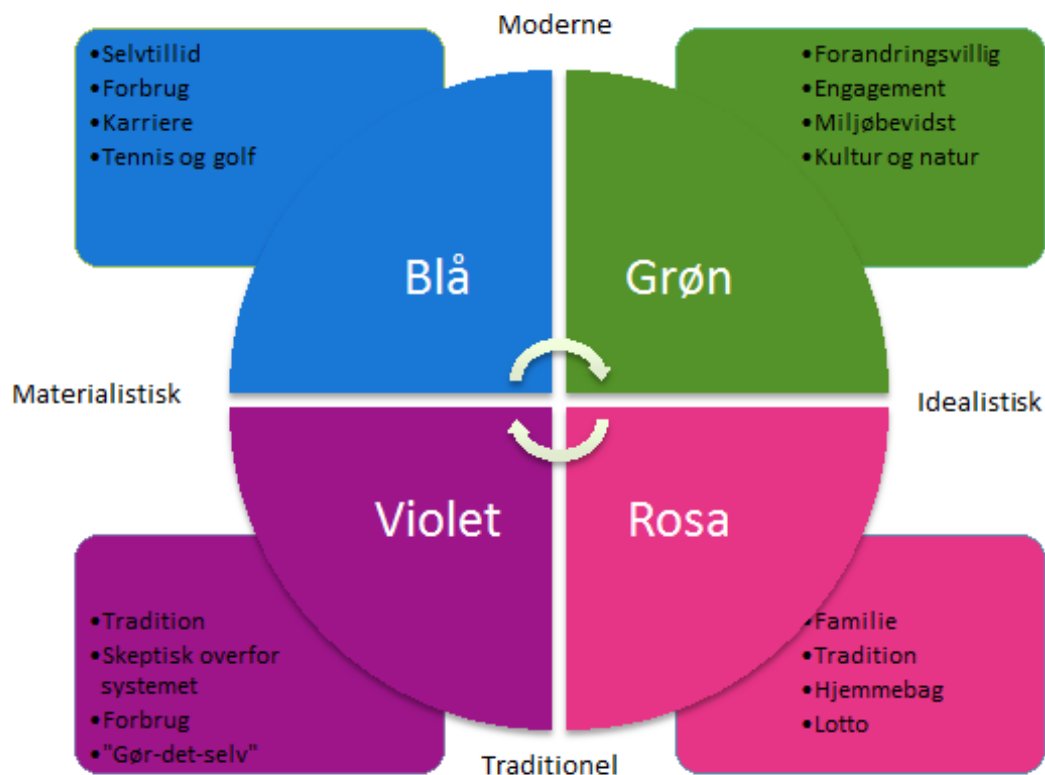


## Eksempel på Minervamodellen

Minervamodellen beskriver fire forskellige livsstilssegmenter, som hver har en farve: blå, grøn, violet og rosa. Hvert segment tilskrives nogle kendetegnende værdier, interesser, politiske holdninger og medievaner.

Vær opmærksom på at modellen er noget forældet, så brug den kun til meget grovkornet sortering.



Forklaring på farvesegmenterne:

|                       | <b>Blå</b>                                                                                  | <b>Grøn</b>                                                                     | <b>Rosa</b>                                                                                 | <b>Violet</b>                                                                  |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Værdier</b>        | Moderne<br>Materialistisk<br>Individualistisk<br>Prestige<br>Karriere<br>Resultatorienteret | Moderne<br>Idealistiske<br>Forandring<br>Fællesskab<br>Dannelse<br>Miljøbevidst | Traditionel<br>Idealistiske<br>Tryghed<br>Gruppeorienteret<br>Indre værdier<br>Miljøbevidst | Traditionel<br>Materialistiske<br>Selvstændig<br>Forandringskritisk<br>Normløs |
| <b>Interesser</b>     | Kultur<br>Faglitteratur<br>Golf<br>Iværksætteri                                             | Kultur<br>Natur<br>Skønlitteratur<br>Iværksætteri                               | Familien<br>Lokalområdet<br>Fritid                                                          | Havearbejde<br>Gør-det-selv<br>Campingferie                                    |
| <b>Status</b>         | Høj uddannelse<br>Høj indkomst<br>Private erhvervsliv                                       | Høj uddannelse<br>Mellem indkomst<br>Offentlige sektor                          | Lav uddannelse<br>Lav indkomst<br>Ufaglærte                                                 | Lav uddannelse<br>Mellem indkomst<br>Håndværk                                  |
| <b>Politik</b>        | Venstre<br>Konservative<br>Liberal Alliance                                                 | Radikale<br>Venstre<br>Alternativet<br>SF                                       | Socialdemokratiet<br>Enhedslisten<br>Dansk Folkeparti                                       | DF, Venstre<br>Konservative                                                    |
| <b>Medier</b>         | Børsen,<br>Jyllandsposten<br>Berlingske, DR1,<br>TV2                                        | Information,<br>Politiken,<br>Kristeligt<br>Dagblad<br>TV-debat, DR2            | BT, Billedbladet<br>Familiejournalen<br>Kig Ind<br>TV                                       | Ekstrabladet<br>BT<br>Jyllandsposten<br>TV                                     |
| <b>Sociale medier</b> | LinkedIn,<br>Facebook                                                                       | Facebook,<br>Instagram                                                          | Facebook                                                                                    | Facebook                                                                       |

### Lav din egen model

Sæt egne ord på dine segmenter.

Med udgangspunkt i dine segmenter kan du forestille dig en 'modelmodtager', som repræsenterer din målgruppe. Tænk på ham/hende, når du overvejer din kommunikation. Fx:

*Hvad får modelmodtageren ud af det, du vil have ham/hende til? – fx at se film, gå på din udstilling eller købe din plade.*

*Hvor informativ skal du være i din kommunikation?*

*Hvilke forudsætninger har modelmodtageren for at forstå mig?*

*Hvilket sprog skal jeg bruge?*

*Skal du nå bredt ud eller til en lukket kreds af mennesker?*