

SOCIAL MEDIA - CHARAKTERE

[Hermanni, A.-J. (2015)]

Personas A

Schneller Verkäufer

Menschen im Direktvertrieb, die auch „Vorwerk-Staubsauger“ an der Haustür oder „Solinger Messerkoffer“ verkaufen würden.

Eigeninteresse und Nutzenkalkül sind stark ausgeprägt. Sie wollen einfache, sofortige Geschäftsabschlüsse und schnelle Gewinne.

Es kommt in vielen Fällen vor, dass der schnelle Verkäufer die Branchen immer wieder wechselt oder mehrere Bauchladengeschäfte gleichzeitig betreibt.

Zukunftsängste und geringe Aufstiegschancen bestimmen den Alltag.

Personas B

Business-Kontakter

Effizienzorientierte Menschen mit Standesbewusstsein und Führungsanspruch.

Sie sind intellektuell geprägt, beruflich und sozial etabliert sowie auf der Suche nach neuen Lösungen.

Auch handeln sie verantwortungsbewusst, weshalb sie ihre sozialen Kontakte zu keinen leichtfertigen und sofortigen Transaktionen drängen.

Personas C

Event-Hopper

Freizeitorientierte Social Media-Nutzer auf der Suche nach außerberuflichem, teilweise ambitioniertem Zeitvertreib und spaßorientiertem Entertainment.

Personas D

Partner-Surfer

Singles, die Partnerschaften oder Freundschaften anstreben und zwar unabhängig von den Singlebörsen.

Häufig wollen sie nicht direkt als alleinstehend oder suchend eingestuft werden, weshalb sie auch den Umweg über ein Business-Portal wählen.

Personas (Beschreibung)

Demografische Einordnung

Kleine Selbstständige und Freiberufler; hoher Anteil mit Hauptschulabschluss und mittlerer Reife.

Geringes/kleines Einkommen (unter 2.000 € netto).

Überwiegend mittlere bis höhere Bildungsabschlüsse, leitende und qualifizierte Angestellte, qualifizierte Selbstständige und Freiberufler mit mittlerem Einkommen (über 2.000 € netto).

Von einfachen Angestellten über Beamten bis hin zu Pensionären sind alle gesellschaftlichen Schichten anzutreffen. Geschäftsführer und Unternehmer mittelständischer Firmen, Vollakademiker und Personen mit hohem Einkommen sind hier selten engagiert.

Sie engagieren sich bei einer Business-Plattform, um private Kontakte zu anderen Personen zu pflegen und um neue Kontakte aufzubauen. Hoher Anteil an Singles und Ledigen mit mittlerem Einkommen (über 2.000 netto).

Durchschnittliche Altersgruppe: 30 – 50 Jahre.

Singles mit überwiegend einfachem bis mittlerem Bildungsabschluss.

Altersgruppe: 25 – 60 Jahre.

Häufig geringes/kleines bis mittleres Einkommen (unter 2.000 € netto).