Zielgruppenanalyse für den Emotion Detector von Shiretech Inc.

Allgemeine Zielgruppen:

1. Junge Erwachsene im Alter zwischen 18 und 30 Jahren mit geringem Einkommen und Technikbegeisterung
2. Erwachsene im mittleren Alter zwischen 35 und 55 Jahren mit mittlerem Einkommen

Interviewfragen:

Wie alt sind sie: (in Jahren)  
Wie ist ihre Wohnsituation? (ledig, mit Familie, Urban/ ländlich, Haus/ Wohnung…)  
Was für einen Beruf haben Sie? (Sektor, Bildungsabschluss…)  
Wie viel verdienen sie ungefähr? (Niedrig: <2500€, Mittel: 2501€ – 4000€, Hoch: >4001€)  
Was sind Ihre Interessen? (Yoga, IT, Comics… )  
Was für Werte vertreten Sie? (Sicherheit, Nachhaltigkeit... )  
Was für Medien nutzen Sie? (Pinterest, Zeitung, Facebook...)  
Wie stehen Sie zu K.I.? (Interesse, Ablehnung, Unsicherheit…)

Was für Bankprodukte haben sie bereits gekauft?  
Was für einen Service erwarten Sie bei der Bank?   
Was für Bank-Produkte interessieren Sie und weshalb?  
Wie oft besuchen Sie ihre Bank persönlich?  
Wie viel verwenden Sie Online-Banking?  
Wie hoch dürfen Gebühren maximal sein?  
Was beeinflusst Ihre Kaufentscheidung bei der Bank?  
Würden Sie Analysen und Vorschlägen von Algorithmen vertrauen?  
Haben Sie Vertrauen in die Datensicherheit der Bank?

Ergebnisse:

Beispielhafte Benutzerprofile der Zielgruppe:

Name: Tom Weber  
Alter: 27  
Wohnort und -situation: urban, Szene-Stadtteil, allein in einer Altbau-Wohnung  
Beruf und -bildung: Student mit geringem Einkommen  
Interessen: Fitness, Mode, Technik  
Werte: Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit  
Kaufverhalten: vorrangig online, Kleidung möglichst fair, Investitionen mit Bedacht

Name: Katharina Müller  
Alter: 47  
Wohnort und -situation: mäßig urban, Vorstadt, mit Familie in moderner Wohnung  
Beruf und -bildung: moderner Beruf mit mäßigem Einkommen  
Interessen: IT, Technik, Modelleisenbahnen  
Werte: Zukunftssicherheit, Stabilität  
Kaufverhalten: wenig online, intensive Betrachtung vor bereits geringen Investitionen, insgesamt Fokus auf Qualität