

Heinrich Keßler

## Zielgruppendatenblatt.

Das Dokument enthält die Vorlage die Dokumentation von Stammdaten über Zielgruppen als Pflichtenheft für die zu programmierenden Datenbanken.

Das Original aus dem Jahre 1981 ist am 30.05.2017 in die jetzige Form übertragen worden.

Autor:

Heinrich Keßler Hornisgrindestraße 1 D-77767 Appenweier

Internet: https://www.2000ff.de

Email: hcs@2000ff.de Internet: https://www.2000ff.de

Kundenzielg	gruppe:		Bearbei	ter:	• • • • •
I. Sozioden	nographische Daten:				
Verteilung	der Zielgruppe auf	Altersstufen:			
0 - 1 1 -	- 6 7 -14 15-18	18-25 25-3	35 35-45	45-55 55- Rent	
					Zahl
		• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• • • • • • •	••••	%
davon männl	Lich: Zahl:	···· %	••		
davon weibl	Lich: Zahl:	%			
übliche Aus	sbildung der Zielgru	ppe:			
übliche (h	iufige) Berufe (oder	Nebenberufe,	Nebentätigk	eiten) der Zi	elgruppe:
	elgruppe sind:				
ledig	verlobt/zusammen- lebend	verheiratet	geschiede	n verwitwet	
• • • • • • •	•••••	•••••			
davon mit K	Kindern:				Kinderzahl
					0
		***************************************			1
				• • • • • • • •	2
					3

mehr als 3

Rundenziergi app	, ,			Dodi bolo			
II. Bonitätsdat	cen:						
Einkommensgrupp	oen (Nettoei ohne Eink.			1000-1500	1500-2500	2500 <b>-</b> 3500	über 3500
Anzahl:							
typische Verwendung des Einkommens:							
eigene Lebenshaltung			••••••				
Lebenshaltung für Familie							
Miete oder Kreditraten für Wohnung							·
Nebenkosten der Wohnung							
PKW							
Sachversi- cherungen:		**					
Lebensver- sicherungen	• • • • • • •	•••••					
Leasing- raten							
					* * * * * * * * *		
Kredite							
			• • • • • • • •				
Sparraten					V		
• • • • • • •					******		
•••••							• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •

Summe:

Kundenzielgrupp	e:		В	earbeite	r:		
II. Bonitätsdat	en:						
Einkommensgrupp		kommen pro Mo 1 <b>-</b> 500 500		00-1500	1500-2500	2500 <b>-</b> 3500	über 350
Anzahl:							
Das Einkommen wird							*
im nächsten Jahr etwa gleic bleiben	h %						
im nächsten Jahr fallen	%						
im nächsten Jahr um mehr als 10% steigen	<b>%</b>						
auch in 5 Jah- ren nur durch Tariferhöhungen gestiegen sein oder unveränder sein	t.						
in 5 Jahren um mehr als 10 % übertariflich steigen							
in 5 Jahren um mehr als 10 % gesunken sein	%						
Von der Zielgru	ppe wohnen:						
im eigenen Haus (Einfam.Haus)	im eigenen Mehrfam Haus	in eigener Eigentums- wohnung	in landw. Gebäuden				
in Miete: im Einfam.H.	im Mehrfam. Haus	in Eigen- tumswohng.	in landw. Gebäuden	1-Zimm Wohnun			

Neben dem Wohnraum hat die Zielgruppe typischerweise noch folgendes Grundvermögen:

Kundenzielgruppe:			Bearbeite	r:		
II. Bonitätsdaten	:					
Die Zielgruppe ha	t folgend	e typischen Vermögen	ısverhältnis	se:		
		nkommen pro Monat) 1 - 500 500 -1000	1000-1500	1500-2500	2500-3500	über 3500
Wert von Boden und Gebäuden:						
Wertpapiere						
Sparguthaben:						
Sparbriefe:						
Festgelder:				• • • • • • • •		• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
Bausparverträge über DM (Ansparverträge)					•	
Versicherungen:						
Unfall Höhe DM						
Hausrat Höhe DM						• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
Haftplicht						•••••
Rechtschutz						
Kranken mtl. DM						• • • • • • • •
PKW						• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
			.,			
Leben über DM						
Leasingraten für						
über DM						• • • • • • •
über DM					• • • • • • • • •	
Kredite für						
über DM					,	
über DM						
Sonstiges						

Verwendungen:

Kund	denzielgrup	pe:	Bearbeiter:
III	. Psychogra	phische Daten:	
Die	Zielgruppe	hat folgende typische	en Interessen:
Die	Zielgruppe	hat folgende typische	en Freizeitaktivitäten:
Die	Zielgruppe	hat folgende typische	en Einstellungen:
Die	Zielgruppe	lehnt typscherweise	folgendes ab:
Die	Zielgruppe	schätzt/liebt typisch	nerweise:
Die	Zielgruppe	hat typischerweise Ar	ngst vor:
Die	Zielgruppe	möchte sich typischer	rweise folgendes leisten:
Die	Zielgruppe	hat folgende typische	e unerfüllten Wünsche:

Die Zielgruppe beschäftigen folgende typische Alltagsprobleme: