Persona-Playbook Mitarbeitende im IT-Bereich

- Informatiker*in

Persona Institut: Datengrundlage & Methodik

MARKTFORSCHUNGSDATEN:

Dataset aus mehr als einer Million Interviews basierend auf standardisierten wissenschaftlichen Fragebögen.

Repräsentativ für mehr als 12 Länder, mehr als 1.000 Märkte und Branchen – vier Mal im Jahr aktualisiert.

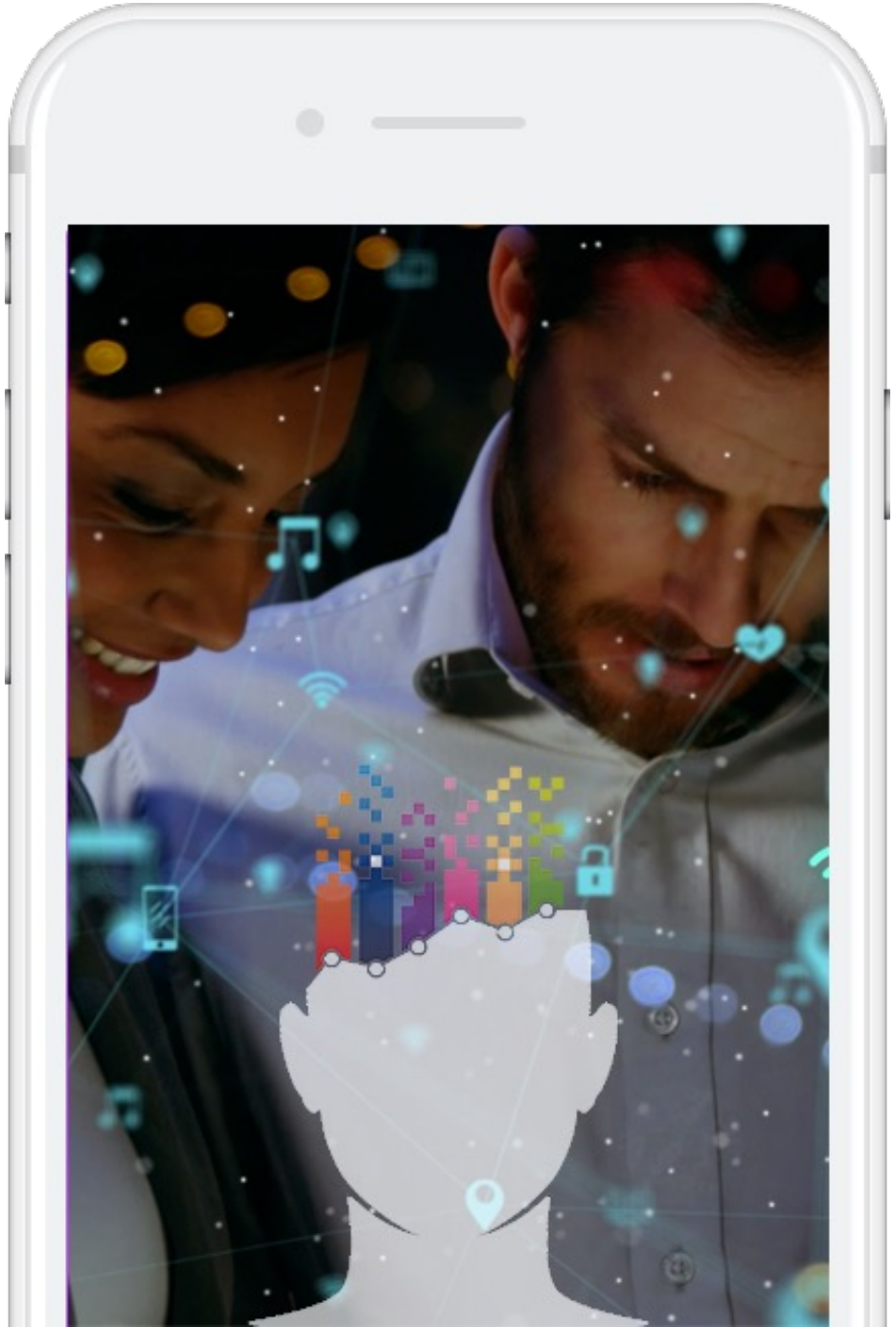
In diesem Beispiel: 27.147 Befragte, 18 bis 64 Jahre, Erhebungszeitraum: 1. April 2021 bis 17. März 2022. Davon für diese Zielgruppenanalyse: 450 Teilnehmende.

REPRÄSENTATIVE DATEN:

Statistische Bundes-/Landesämter, Markt-Media-Studien (VuMA, ...), Nielsen, Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, Gesellschaft für Konsumforschung, Deloitte, PWC, statista.com und viele mehr

KUNDENDATEN:

Webanalyse-Daten, Social-Media-Nutzungsdaten, Umfragedaten und mehr



Zur Datengrundlage

Informatiker*in

- **Painpoints / Herausforderungen**:
  - Personal- bzw. Fachkräftemangel
  - Häufig Quereinsteiger
  - Fühlt sich leicht ausgenutzt
  - keine Spezialisierungs- und Profilierungsmöglichkeiten (Statusgewinn)
- **Benefits:**
  - Planbarkeit/Routine/Sicherheit
  - Technisches Equipment (Smartphone)
  - Prämien/Anerkennung, die seine körperliche Fitness & Gesundheit fördern, wie Zuschuss zum Fitness-Studio, kostenlose Online-Fitness-Kurse, betriebliche Gesundheitsförderung (Sehtest, richtiges Sitzen)
  - Mitarbeit an Prestige-Projekten und/oder Veröffentlichungen
  - Fachliche Weiterbildungen/Spezialisierungen
- **Werbetouchpoints**:
  - Social-Media Ads (Facebook, Instagram)
  - YouTube Ads
  - SEA
  - Foren zu Technik
- **Ansprache**:
  - Lockere Ansprache, direkt, duzen
  - Kurz & knapp, auf den Punkt
  - Benefits nennen und zeigen (technisches Equipment)
  - Spezialisierungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten erwähnen (Neugierde wecken)
  - Autonomie und , Gestaltungsmöglichkeiten erwähnen („Du gestaltest deinen Arbeitsalltag aktiv mit“)
  - Gesundheits- und sozialen Aspekt mit einbringen (kleines, cooles Team, Ausgleich durch Sportkurse)

Frank, 35

Alter: 35
Familienstand: Verheiratet, Keine Kinder
Politische Einstellung: Mitte
Typ der Innovationsanpassung: Frühe Mehrheit

Berufliche und finanzielle Situation

Beruf: Vollzeitangestellt
Haushaltsnettoeinkommen: 36.000 bis 50.400 Euro
Ausbildung: Berufsausbildung (Geselle / Meister)

Wohnsituation

Wohnort: Hamburg
Region: Hamburg
Wohnart: Mietwohnung

Einfluss durch die COVID-19 Pandemie

Ich kaufe mehr online (egal, ob Produkte oder Dienstleistungen)
Ich vermeide persönliche Begegnungen mit anderen Menschen
Ich habe Urlaubspläne geändert oder Urlaube abgesagt

Frank im Detail

Der 35-jährige Frank wuchs als Sohn eines Handwerkers und einer Erzieherin mit zwei älteren Brüdern in einer Mietwohnung in Buxtehude bei Hamburg auf. Dort besuchte er die Realschule im Schulzentrum Buxtehude Süd und schloss diese mit 16 Jahren ab.
Als Kind und Teenager hatte Frank oft mit am Computer gespielt und war in seiner Familie meist der erste Ansprechpartner bei technischen Problemen. Da er sich in dieser Rolle sehr wohlfühlte und wollte er sein Wissen in diesem Bereich immer weiter ausbauen, um auch bei den komplexesten Fragen eine Antwort parat zu haben. Begonnen hatte er dabei mit dem Lesen von Büchern zum Thema IT und Bedienungsanleitungen aller möglichen Geräte im Haushalt. Nachdem ihm das nicht mehr ausgereicht hatte, schaute er sich auf YouTube fast täglich Videos zum Thema Technik und IT an oder tauschte sich mit echten Developern aus.

Direkt nach seiner Schulzeit besuchte Frank eine berufsbildende Schule und machte eine Lehre zum Informatiker (Anwendungsentwickler) in einem jungen Unternehmen aus Hamburg. Dieses Unternehmen übernahm ihn direkt nach der Ausbildung, welcher er mit einer guten Note (2,1) abschloss. Seitdem hatte er seinen Arbeitgeber nicht gewechselt, da er dort seiner liebsten Tätigkeit – dem Lösen von technischen Problemen – nachgehen konnte und nach wenigen Jahren auch der Hauptansprechpartner für alle IT-Aufgaben war.
Zudem war sein Bedürfnis nach einem festen und sicheren Arbeitsplatz dort

Mediennutzung & Konsum

Werbe-Touchpoints

Suchmaschinen
Videoportale (z. B. YouTube)
Online-Shops

Nutzung von Verlagsmedien

ePaper / Online News-Webseiten
Bücher (Print)
E-Mags / Zeitschriften-Webseiten (zu Themen wie Fashion, Sport, …)

Konsum von Magazinen und Wochenzeitungen nach Marke

Der Spiegel
stern
Focus

Käufe von ePapers + Online-News-Website Abos nach Marke

spiegel.de

Nutzung sozialer Netzwerke nach Marke

YouTube
Facebook
Instagram

Nutzung sozialer Netzwerke nach Häufigkeit

Ihr persönlicher Kontakt

Stefan Rippler

Rippler Media GmbH
Ferdinand-Hotz-Str. 5
97877 Wertheim

+49(0)175-5905945

stefan@rippler-verlag.de

Das Persona Institut® ist eine eingetragene Marke der Rippler Media GmbH.

Persona Institut