



# Personicx levensfase segmentatie

Voorbeeld

4orange, 2017

## Personicx segmenten

Personicx is de meest innovatieve consumentensegmentatie op huishoud- en postcodeniveau. Het gaat een stap verder dan traditionele socio- en geodemografische segmentatiesystemen door rekening te houden met zowel sociale, culturele, historische als situationele factoren. En door het gedrag van consumenten te relateren aan de levensfase waarin zij zich bevinden.

De Nederlandse huishoudens zijn op basis van levensfase bepalende variabelen en hun gedragingen als consument ingedeeld in Personicx clusters. Huishoudens worden geclassificeerd aan de hand van consumenteninformatie van 4orange afkomstig uit het enquêtebestand van het Centrum voor Consumenten Informatie (CCI) en gebruik makende van informatie uit externe bronnen als het CBS. De huishoudens in ieder van de 46 Personicx clusters delen unieke eigenschappen met elkaar en vertonen vergelijkbaar gedrag als consument, typerend voor het eigen cluster en verschillend van de huishoudens in een van de andere clusters. Ieder type is geportretteerd aan de hand van een beschrijving die tot de verbeelding spreekt: een momentopname van de eigenschappen en de levensstijl.

Personicx is ook beschikbaar voor de Amerikaanse markt en diverse andere Europese markten, waaronder Engeland, Frankrijk en Duitsland.

### Toepassingen

Personicx is niet alleen relevant voor CRM gerelateerde activiteiten, maar wordt ook succesvol toegepast voor het werven van nieuwe klanten. Daarnaast kunnen bestaande databases met klantgegevens met Personicx verrijkt worden.

De voorspellende kracht van Personicx ten behoeve van klantwerving, -behoud en -ontwikkeling is terug te vinden in diverse toepassingen, waarvan hier enkele worden beschreven:

- **Inzicht verkrijgen in uw klanten:** In welke Personicx clusters bevinden mijn meest prospectrijke huishoudens zich, wie heeft gereageerd op mijn actie, hoe onderscheiden mijn klanten zich van de klanten van de concurrent?
- **Uw eigen klantenbestanden verrijken:** Het toevoegen van de Personicx clusters aan interne klantenbestanden van bijvoorbeeld banken, verzekeringsmaatschappijen, fondsenwervers, retailers, waardoor uw eigen data een krachtige lifestyle-component krijgt.
- **Boodschap en doelgroep op elkaar afstemmen:** Personicx kan als filter op (e-mail) adreselecties ingezet worden, zodat de boodschap goed afgestemd kan worden op de behoeften van de gewenste doelgroep.
- **Marktpotentieel van producten of diensten vaststellen in elk marktgebied:** Wat is de omvang van uw doelgroep(en), uit welke segmenten bestaat uw doelgroep en waar bevinden deze zich?
- **Nationale en lokale communicatiecampagnes beter plannen:** In welke kranten, tijdschriften of op welke televisiestations kunt u het beste adverteren, in welke gebieden kunt u uw mediamix aanscherpen?

## Personicx codering

Ieder cluster heeft naast een typerende naam een eigen code. De 46 clusters behoren op basis van de gemiddelde samenstelling van het huishouden tot één van de 12 hoofdgroepen. De codes zijn opgebouwd uit drie onderdelen: allereerst een groeps cijfer (van 1 tot 12), vervolgens een letter en daarna het clusternummer (van 1 tot 46).

Het getal waarmee de code begint, geeft de betreffende hoofdgroep weer. Dit is gebaseerd op de leeftijdscategorie. Zo staat '1' voor de jongste en '12' voor de oudste huishoudens. De letter weerspiegelt de levensfase van het cluster. De combinaties van de getallen en letters vormen de volgende hoofdgroepen:

- 1Y Starters
- 2Y Jonge Paren
- 3X Jonge Alleenstaanden
- 4K Jonge Gezinnen
- 5K Gezinnen met Schoolgaande Kinderen
- 6K Gezinnen met Volwassen Kinderen
- 7X Middelbare Huishoudens zonder Kinderen
- 8M Oudere Paren
- 9M Oudere Alleenstaanden
- 10R Gepensioneerde Paren
- 11R Seniore Paren
- 12R Alleenstaande Ouderen

Het getal achter de code van de hoofdgroep is het clusternummer. De 46 clusters zijn in drie levensfasen ingedeeld: Huishoudens zonder thuiswonende kinderen, Huishoudens met thuiswonende kinderen en Oudere huishoudens. Deze indeling is gebaseerd op de levensfase en de huishoudsamenstelling. De eerste groep bestaat uit de starters, de jonge paren, de jonge alleenstaanden en de middelbare huishoudens zonder kinderen. De tweede groep betreft Personicx clusters die uit huishoudens met thuiswonende kinderen bestaan: Jonge gezinnen, gezinnen met schoolgaande kinderen en gezinnen met volwassen kinderen. De laatste groep bestaat uit clusters met oudere huishoudens: Gepensioneerde paren, seniore paren en alleenstaande ouderen.

## 1Y10 CV & Commerciële TV



### Kerngegevens

Leeftijd hoofdkostwinnaar	18 – 34 jaar
Burgerlijke staat	alleenstaand / samenwonend
Thuiswonende kinderen	geen
Inkomenscategorie	beneden modaal
Woningbezit	huurwoning
Urbanisatiegraad	stedelijk

### Omschrijving

Kleine huishoudens met jonge alleenstaanden of stellen in de leeftijdscategorie tot 35 jaar. Ze zijn middelbaar tot hoger opgeleid en staan nog aan het begin van hun professionele loopbaan. De jongere huishoudens met een beneden of rond modaal inkomen hebben weinig financiële producten in bezit en doneren weinig aan goede doelen. In hun gehuurde etagewoning of appartement staat enige moderne, luxe apparatuur en in de meeste gevallen hebben ze ook nog een auto. De werkende jonge huishoudens gaan in hun vrije tijd naar de bioscoop, popconcerten, attractieparken en restaurants. Ze kijken vaak (online) films of naar programma's op de commerciële televisiezenders. Bovendien lezen ze vaker vrouwen tijdschriften, gratis dagbladen en boeken. Dit type gaat vaak op zovakantie.

## Kenmerken

### Aantal personen in huishouden

Een  
Twee  
Drie  
Vier  
Vijf  
Zes of meer

### Sociale klasse

A  
B+  
B-  
C  
D

### Levensfase

Partner/alleenstaand, < 35 jaar  
Partner/alleenstaand, 35-54 jaar  
Oudste kind in huishouden 0-12 jaar  
Oudste kind in huishouden 13-17 jaar  
Paar zonder (thuisw.) kinderen, 55+  
Alleenstaand, 55+

### Type woning

Vrijstaande woning  
Twee onder één kap  
Hoekhuis in rij  
Tussenwoning  
Boven-/Beneden-/Portiekwoning  
Flat/etagewoning  
Boerderij  
Bejaardentehuis/Verzorgingsflat

Contrastscore  
50 100 150



### Gedrag

Beleggen  
Doneren aan goede doelen  
Groene Stroom

Kopen van A-merken  
Gebruik spaar-/  
kortingsystemen

Doe-het-zelven  
Tuinieren

Lezen Metro  
Lezen bouquetreeks

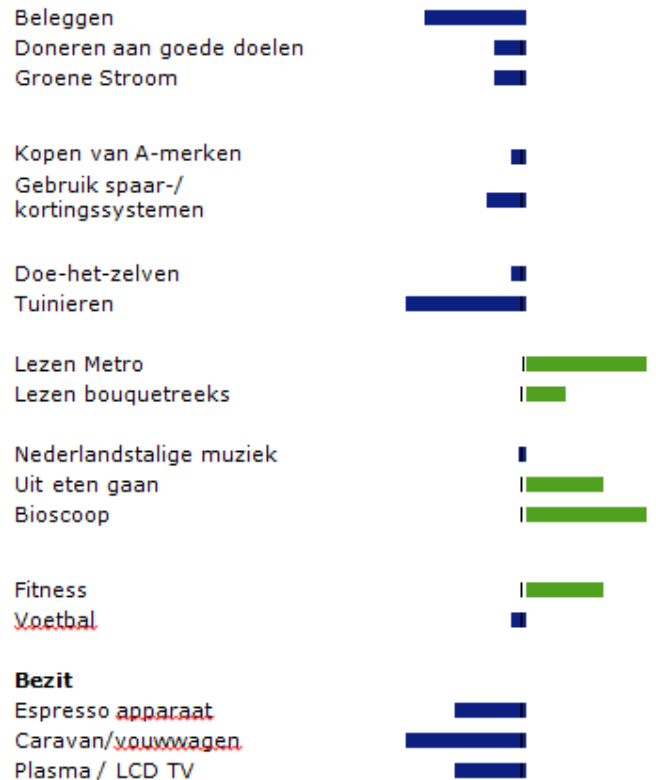
Nederlandstalige muziek  
Uit eten gaan  
Bioscoop

Fitness  
Voetbal

### Bezit

Espresso apparaat  
Caravan/vouwwagen  
Plasma / LCD TV

Contrastscore  
50 100 150



## 5K08 Kabel & Flatscreen



### Kerngegevens

Leeftijd hoofdkostwinnaar	35 – 54 jaar
Burgerlijke staat	gehuwd
Tuiswonende kinderen	oudere kinderen
Inkomenscategorie	2 keer modaal of hoger
Woningbezit	huurwoning
Urbanisatiegraad	stedelijk

### Omschrijving

Redelijk welvarende gezinnen met één of meerdere kinderen. De middelbaar opgeleide hoofdkostwinner is vaak ouder dan 35 jaar en verdient een redelijk hoog inkomen. De kinderen zijn van verschillende leeftijden. De gezinnen wonen in een stedelijk gebied in een eengezins-huurwoning, hebben een goedkopere auto en kopen hun boodschappen bij de goedkopere supermarkten. In het huishouden is echter veel innovatief beeld- en geluidapparatuur aanwezig, en wordt er veelvuldig van internet gebruik gemaakt voor diverse doeleinden. De gezinnen zijn weinig sportief en reislustig. Ze lezen vooral de gratis dagbladen en populaire kranten in de losse verkoop als De Telegraaf. Tevens kijken ze vooral naar kinder-, jeugd-, en commerciële televisiezenders.

## Kenmerken

### Aantal personen in huishouden

Een  
Twee  
Drie  
Vier  
Vijf  
Zes of meer

### Sociale klasse

A  
B+  
B-  
C  
D

### Levensfase

Partner/alleenstaand, < 35 jaar  
Partner/alleenstaand, 35-54 jaar  
Oudste kind in huishouden 0-12 jaar  
Oudste kind in huishouden 13-17 jaar  
Paar zonder (thuisw.) kinderen, 55+  
Alleenstaand, 55+

### Type woning

Vrijstaande woning  
Twee onder één kap  
Hoekhuis in rij  
Tussenwoning  
Boven-/Beneden-/Portiekwoning  
Flat/etagewoning  
Boerderij  
Bejaardentehuis/Verzorgingsflat

Contrastscore  
50 100 150



### Gedrag

Beleggen  
Doneren aan goede doelen  
Groene Stroom  
Kopen van A-merken  
Gebruik spaar-/kortingssystemen  
Doe-het-zelfen  
Tuinieren  
Lezen Metro  
Lezen bouquetreeks

Nederlandstalige muziek  
Uit eten gaan  
Bioscoop

Fitness  
Voetbal

### Bezit

Espresso apparaat  
Caravan/vouwwagen  
Plasma / LCD TV

Contrastscore  
50 100 150





## 11R40 Fietstocht & Goede Doelen



### Kerngegevens

Leeftijd hoofdkostwinnaar	65+
Burgerlijke staat	gehuwd
Thuiswonende kinderen	geen
Inkomenscategorie	1,5 keer modaal
Woningbezit	koopwoning
Urbanisatiegraad	verstedelijkt

### Omschrijving

Gepensioneerde stellen met een boven modaal inkomen. De middelbaar tot hoger opgeleide 65-plussers hebben weinig financiële producten en doneren voornamelijk aan gezondheidsinstanties en bij buitenlandse rampen. De kleine huishoudens wonen in een kleinere eengezinswoning of flat in een stedelijk gebied. Ze hebben weinig moderne en luxe apparatuur en vaak een kleinere auto. De oudere stellen interesseren zich voor klassieke muziek, kunst, antiek, puzzelen en bridge. Bovendien zijn ze vaak buiten in hun tuin of fietsend in de natuur te vinden. Ondanks hun leeftijd gaan ze met hun caravan op vakantie of op groepsreis. Ze hebben een abonnement op een regionaal dagblad of een van de landelijke dagbladen, vooral AD, Telegraaf of een confessioneel dagblad maar opvallend minder De Volkskrant. Relatief vaak valt de Elsevier op de mat en ligt er een televisiegids van de Avro, KRO of NCRV op tafel. Er wordt dan ook voornamelijk naar programma's op de publieke televisiezenders gekeken.



## Kenmerken

### Aantal personen in huishouden

Een  
Twee  
Drie  
Vier  
Vijf  
Zes of meer

### Sociale klasse

A  
B+  
B-  
C  
D

### Levensfase

Partner/alleenstaand, < 35 jaar  
Partner/alleenstaand, 35-54 jaar  
Oudste kind in huishouden 0-12 jaar  
Oudste kind in huishouden 13-17 jaar  
Paar zonder (thuisw.) kinderen, 55+  
Alleenstaand, 55+

### Type woning

Vrijstaande woning  
Twee onder één kap  
Hoekhuis in rij  
Tussenwoning  
Boven-/Beneden-/Portiekwoning  
Flat/etagewoning  
Boerderij  
Bejaardentehuis/Verzorgingsflat

Contrastscore  
50 100 150



### Gedrag

Beleggen  
Doneren aan goede doelen  
Groene Stroom

Kopen van A-merken  
Gebruik spaar-/  
kortingssystemen

Doe-het-zelven  
Tuinieren

Lezen Metro  
Lezen bouquetreeks

Nederlandstalige muziek  
Uit eten gaan  
Bioscoop

Fitness  
Voetbal

### Bezit

Espresso apparaat  
Caravan/vouwwagen  
Plasma / LCD TV

Contrastscore  
50 100 150

