

BUYER PERSONA

Een buyer persona is een profiel van een **fictief** contactpersoon (onderdeel van de DMU) dit is doorgaans een beslisser maar als je je met je marketinginspanningen richt op gebruikers en beïnvloeders dan stel je daar ook profielen voor op.

Het buyer persona profiel ga je gebruiken om aantrekkelijke content te creëren, deze content ga je gebruiken om op de radar te komen van prospects tijdens de buyer journey. Voorbeelden van gegevens die je kunt vastleggen rondom je fictieve buyer persona zijn;

Algemene gegevens

Naam, man/vrouw, leeftijd, functie, werkomgeving, inkomen, opleiding, werkervaring

Achtergrondinformatie

Woonomgeving, wat voor soort school gegaan? wat was zijn/haar eerste baan etc.

Carrière

Welke branche, welke functie, welke verantwoordelijkheden, wie zijn direct report en aan wie rapporteert hij/zij zelf, welke doelen moet hij/zij halen, op basis van welke indicatoren?, uit welke bronnen en media haalt hij/zij informatie, hoe gaat hij/zij om met leveranciers, wat zijn zijn/haar uitdagingen op het werk? Zakelijke drijfveren? Welke uitdagingen zijn er? Waar zitten pijnpunten en wat betekent dat?

Persoonlijke voorkeuren en interesses

Familie, huwelijkse staat, kinderen, hoeveel, hoe oud, jongen/meisje, huisdieren?, waar en hoe woont hij/zij?, religieus?, welke sporten?, hobby's? wat doet hij/zij in vrije tijd?, wat is zijn/haar favoriete....,

Persoonlijkheid

Wat zijn zijn/haar persoonlijke drijfveren, hoe omschrijf je zijn/haar persoonlijkheid (introvert/extravert, creatief/zakelijk, relatiegericht, innovatief, flexibel)

Internet- en koopgedrag

Social media? Online kopen? Lid van groepen, platforms en fora? Netwerker? Volgt trends? Nieuwsgierig? Welke browser gebruikt hij/zij, welke mobiel heeft hij/zij?

BUYER PERSONA

Algemene gegevens

Doelen

Persoonlijke voorkeuren

Achtergrond

Hoe ziet jouw buyer persona eruit?

Persoonlijkheid

Carrière

Uitdagingen

Internet- en koopgedrag