

Buyer Persona Vorlage

Der Weg dazu, wie Sie Ihre Kunden und potenziellen Kunden besser kennen lernen

Wieso ist es so wichtig, dass wir unsere Kunden kennen?

Was ist die erste und wichtigste Regel beim Erstellen von neuen Inhalten?

Ihre potenziellen Kunden zu kennen!

Wenn Sie nicht wissen, mit was für Leuten Sie sprechen, wie können Sie dann wissen, was Sie ihnen sagen sollen oder wie Sie sie dazu bringen können Ihre Produkte oder Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen?

Buyers Persona helfen Ihnen, Ihre Kunden und potenziellen Kunden besser zu verstehen. Diese erleichtern Ihnen Inhalte, Botschaften und Tonfall, sowie Produktentwicklung und Dienstleistungen auf die spezifischen Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Anliegen Ihrer Zielgruppe masszuschneiden.

Die aussagekräftigsten Buyers Persona basieren auf Marktforschungsdaten und Informationen über Ihre bestehenden Kunden, z.B. aus Umfragen, persönlichen Gesprächen, gezielten Interviews oder Web-Analytics-Daten. Je nach Art und Grösse des Unternehmens können Sie nur eine, zwei oder gar 10 Buyers Persona haben. Haben Sie sich bis anhin mit diesem Thema noch nicht auseinandergesetzt, so starten Sie im kleinen Rahmen.

Wichtig:

Die Buyers Persona können sich im Laufe der Zeit immer wieder ändern und sind nicht eine statische Sache. Sie sollten daher Ihre bereits erstellten Buyers Persona in regelmässigen Abständen prüfen und sehen, ob diese nach wie vor so passen.

Wie erstellt man eine Buyers Persona?

Buyers Persona lassen sich auf verschiedene Wege erstellen. Man sollte darauf achten, dass alle vorliegenden Informationen miteinbezogen werden.

- Führen Sie Interviews mit bestehenden Kunden
- Sprechen Sie mit dem Sales-Team. Wie sehen sie die bestehenden Kunden für die einzelnen Angebote Ihrer Unternehmung?
- Werfen Sie einen Blick in Ihre Kontaktdaten um Trends zu entdecken. Wie z.B. gelangen Leads zu Ihnen, welcher Kanal wird am meisten verwendet etc.?
- Auf welche Werbe-Massnahmen haben welche Kunden schlussendlich angesprochen und sind Kunde von Ihnen geworden?

Muster Buyers Persona

(Hinweis: Jede Farbe ist eine Persona)



Persona-Name

Jenny Muster

WER?

Hintergrund

Beruf? Karriereweg? Familie?

- Marketing-Assistentin
- Arbeitet seit einem halben Jahr für dasselbe Unternehmen
- Ist ledig und hat keine Kinder
- Ausbildung: Marketing-Assistentin (Zert.)

Demografische Daten

Frau oder Mann? Familie?
Alter? Einkommen? Ort?

- Eher weiblich
- Alter: 22 - 30 Jahre alt
- Wohnt in der Stadt in einer Single-Wohnung
- Führt kein Auto, nur ÖV
- Ist vom Typ her eher schüchtern
- Freizeit: Sport, Lesen, Natur

Information

Bevorzugtes Kommunikationsmittel?
Medien? Events?

- nutzt die Online-Suche
- Ist auf LinkedIn, aber nicht sehr aktiv
- Geht nie auf Events
- List keine Fachmedien
- Informiert sich über Arbeitskollegen



Persona-Name

Jenny Muster

WAS?

Ziele

Primäres Ziel? Sekundäres Ziel?

- Möchte im Betrieb weiterkommen und setzt sich daher für neue Lösungen ein
- Möchte Ihren Chef zufriedenstellen und als motivierte Mitarbeiterin wahrgenommen werden

Herausforderungen

Primäre Herausforderung?
Sekundäre Herausforderung?

- Das Marketing soll digitaler werden und dadurch Arbeitsprozesse vereinfacht
- Besserer Einsatz des Marketing-Budgets, damit höhere Ziele erreicht werden können

Wie können wir helfen?

Ziele erreichen.
Herausforderungen meistern.

- Marketing-Prozesse durch gezielte Marketing Automation optimieren
- Zielgerichtete Schulungen im Bereich Digital Marketing



Persona-Name

Jenny Muster

WARUM?

Echte Zitate

Zu Zielen und Herausforderungen

“Wir wollen weiter stabil wachsen, sehen aber, dass sich die Welt des Marketings stark verändert hat.”

“Wir haben bis jetzt zu wenig Budget in das Digitale Marketing investiert.”

Einwände

Warum diese Persona unsere Produkte und Dienstleistungen nicht kauft.

- Haben wir das nötige Know-How um in der digitalen Marketing Welt zu bestehen?
- Reicht unser Marketing-Budget um noch mehr in die digitalen Kanäle zu investieren?
- Wir haben zu wenig Personal um dies inHouse zu erledigen.



Persona-Name

Jenny Muster

WIE?

Marketing Botschaft

Wie machen wir unsere Produkte und Dienstleistungen für diese Persona attraktiv?

Wir begleiten Unternehmen bei der Planung und Umsetzung der Digital Strategie mit professionellen Leistungen und massgeschneiderten Lösungen.

Mit Hilfe von Marketing Automation Prozessen steigern wir die Leadgenerierung und somit direkt den Erfolg eines Unternehmens.

Elevator Pitch

Wie überzeugen wir diese Persona innert 30 Sekunden von unseren Produkten und Dienstleistungen?

Wenn Sie in der heutigen Welt wollen dass Ihnen Ihre Kunden zuhören, müssen Sie deren Fragen schon beantworten bevor Sie einen persönlichen Kontakt hatten.

Ihre Webseite ist ein wichtiges Werkzeug um Ihre potenziellen Kunden auf dem Weg zum Kunden zu begleiten.

Jetzt sind Sie dran!

Die nachfolgenden Folien beinhalten leere Vorlagen für die Erstellung von drei Buyers Persona.



Persona-Name

WER?

Hintergrund

Beruf? Karriereweg? Familie?

Demografische Daten

Frau oder Mann? Familie?
Alter? Einkommen? Ort?

Information

Bevorzugtes Kommunikationsmittel?
Medien? Events?



Persona-Name

WAS?

Ziele

Primäres Ziel? Sekundäres Ziel?

Herausforderungen

Primäre Herausforderung?
Sekundäre Herausforderung?

Wie können wir helfen?

Ziele erreichen.
Herausforderungen meistern.



Persona-Name

WARUM?

Echte Zitate

Zu Zielen und Herausforderungen

Einwände

Warum diese Persona unsere Produkte
und Dienstleistungen nicht kauft.



Persona-Name

WIE?

Marketing Botschaft

Wie machen wir unsere Produkte und Dienstleistungen für diese Persona attraktiv?

Elevator Pitch

Wie überzeugen wir diese Persona innert 30 Sekunden von unseren Produkten und Dienstleistungen?



Persona-Name

WER?

Hintergrund

Beruf? Karriereweg? Familie?

Demografische Daten

Frau oder Mann? Familie?
Alter? Einkommen? Ort?

Information

Bevorzugtes Kommunikationsmittel?
Medien? Events?



Persona-Name

WAS?

Ziele

Primäres Ziel? Sekundäres Ziel?

Herausforderungen

Primäre Herausforderung?
Sekundäre Herausforderung?

Wie können wir helfen?

Ziele erreichen.
Herausforderungen meistern.



Persona-Name

WARUM?

Echte Zitate

Zu Zielen und Herausforderungen

Einwände

Warum diese Persona unsere Produkte
und Dienstleistungen nicht kauft.



Persona-Name

WIE?

Marketing Botschaft

Wie machen wir unsere Produkte und Dienstleistungen für diese Persona attraktiv?

Elevator Pitch

Wie überzeugen wir diese Persona innert 30 Sekunden von unseren Produkten und Dienstleistungen?



Persona-Name

WER?

Hintergrund

Beruf? Karriereweg? Familie?

Demografische Daten

Frau oder Mann? Familie?
Alter? Einkommen? Ort?

Information

Bevorzugtes Kommunikationsmittel?
Medien? Events?



Persona-Name

WAS?

Ziele

Primäres Ziel? Sekundäres Ziel?

Herausforderungen

Primäre Herausforderung?
Sekundäre Herausforderung?

Wie können wir helfen?

Ziele erreichen.
Herausforderungen meistern.



Persona-Name

WARUM?

Echte Zitate

Zu Zielen und Herausforderungen

Einwände

Warum diese Persona unsere Produkte
und Dienstleistungen nicht kauft.



Persona-Name

WIE?

Marketing Botschaft

Wie machen wir unsere Produkte und Dienstleistungen für diese Persona attraktiv?

Elevator Pitch

Wie überzeugen wir diese Persona innert 30 Sekunden von unseren Produkten und Dienstleistungen?

Ihre Ansprechpartner

Sie haben Fragen zu diesem Dokument oder möchten weitere Möglichkeiten mit uns persönlich besprechen? Melden Sie sich unverbindlich bei uns.



Marco Eggenschwiler

041 250 20 20

eggenschwiler@nextage.ch



Remo Schilliger

041 250 20 20

schilliger@nextage.ch



Michèle Fischer

041 250 20 20

fischer@nextage.ch