

PERSONA



INDSÆT BILLEDE (R)

CITATER FRA KUNDEN

HOW TO:

I SKAL STARTE MED AT IDENTIFICERE ÉN AF JERES KUNDER.
VED AT I KENDER JERES KUNDER OG DERES BEHOV, VIL I KUNNE MÅLRETTE PRODUKTER OG SERVICES DIREKTE.
DERUDOVER SKAL I TAGE UD GANGSPUNKT I DENNE KUNDE, NÅR I EFTERFØLGENDE SKAL IDENTIFICERE KONTAKTPUNKTER MELLEM VIRKSOMHEDEN OG KUNDEN.

GRUNDLÆGGENDE INFORMATION OM KUNDEN

BESLUTNINGSTAGER

NAVN:
ALDER:
UDDANNELSE
TITEL:
FAMILIEFORHOLD
GNS. INDKOMST

VIRKSOMHEDSPROFIL

BRANCHE?
STØRRELSE?
MEDARBEJDERE?
ØKONOMI?
KUNDER?

ARBEJDSLIV

ANSVARSRÅDER?
ROLLE I KØBSPROCESSEN?
TYPISK ARBEJDS DAG?

KØBSVANER, MEDIEFORBRUG, DRØMME, MÅL ETC.

MEDIEFORBRUG

HVILKE MEDIER BENYTTES KUNDEN (AVISER, HJEMMESIDER, BLOGS, SOME)? FORETRUKNE DEVICES? HVOR INDHENTES NY INFORMATION OM PRODUKT/SERVICE/VIRKSOMHED?

KØBSVANER

HVORDAN FORETRÆKKER KUNDEN AT FORETAGE KØB? (PERSONLIGT, E-MAIL, TELEFON, WEBSHOP?) HVAD MOTIVERER KUNDEN I FORHOLD TIL AT KØBE HOS JER?

SUCCESKRITERIER

HVAD BLIVER KUNDEN EVALUERET PÅ I SIT ARBEJDE? HVORNÅR HAR KUNDEN SUCCES I SIT ARBEJDE?

PAINS

HVILKE BEKYMNINGER HAR KUNDEN I FORHOLD TIL KØBET? HVAD VIL KUNDEN FØRSØGE AT UNDGÅ?

GAINS

HVAD ØNSKER KUNDEN AT OPNÅ? HVAD DRØMMER KUNDEN REELT OM AT OPNÅ? HVAD VILLE IMPONERE KUNDEN FØR - UNDER - EFTER KØBET? HVILKE OPLEVELSER GÅR KUNDEN EFTER AT FÅ, NÅR DE OVERVEJER DIT PRODUKT/SERVICE?

JOKER