

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

PERSONLIGT

NAVN:
ALDER:
UDDANNELSE
BOPÆL:
FAMILIEFORHOLD
GNS. INDKOMST

INTERESSER

FAMILIE?
VENNER?
HUSDYR?
HOBBY?
SPORT?
BØRN?

ARBEJDSLIV

VIRKSOMHED?
TITEL?
ANSVARSRÅDER?
TYPISK ARBEJDS DAG?

KØBSVANER, MEDIEFORBRUG, DRØMME, MÅL ETC.

MEDIEFORBRUG

HVILKE MEDIER BENYTTER 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?

EN TYPISK HVERDAG

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