

take
off

Buyer Persona Template für Industrieunternehmen

Praktische Anleitung für die Erstellung von Buyer Personas



Warum Buyer Personas?

- David Ogilvy über Marktforschung: „Das Problem mit Marktforschung ist, dass Menschen nicht denken was sie fühlen, nicht sagen was sie denken und sie auch nicht tun was sie sagen“.
- Buyer Personas sind keine Marktforschungsmethode sondern eine semi fiktionale Beschreibung aktueller oder neuer Kunden.
- Die Buyer Insights werden mit Hilfe von Interviews gewonnen.
- Buyer Personas helfen uns im Marketing eine Messaging Strategie entlang der Buyers Journey zu entwickeln.
- Das Ergebnis der Arbeit mit Buyer Persona sind Buyer Persona Profile und eine Liste mit Key Messages

Wie Sie dieses Template am besten nutzen

- Gleich eine Kopie erstellen
- Dann Ihre Version nutzen
- Das gleiche mit der Google Tabelle auf Seite 6 machen

Buyer Persona Interviews: 5 Themenkreise

1. **Auslöser (Priority Initiatives):** Was bringt Käufer dazu über Ihre Produkt oder Ihre Dienstleistung nachzudenken und andere aber dazu beim Status Quo zu bleiben?
2. **Erfolgsfaktoren (Success Factors):** Welchen operationalen oder persönlichen Erfolg erwarten sich Käufer, wenn Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung kaufen?
3. **Wahrgenommene Hürden (Perceived Barriers):** Welche Bedenken haben Käufer, dass Ihr Produkt oder Ihr Service nicht die beste Lösung sind?
4. **Käufer Reise (Buyer's Journey):** Wer und was im Detail beeinflusst die Kaufentscheidung während Käufer eine Option evaluieren und auswählen?
5. **Entscheidungskriterien (Decision Criteria):** Welche Aspekte der konkurrierenden Produkte oder Dienstleistungen erachten Käufer besonders wichtig und was erwarten sie sich davon?



Buyer Persona Interviews Auswertung

Zitate	Auslöser	Erfolgsfaktoren	Barrieren	Journey	Entscheidung	Key Messages
Emotionale Intelligenz ist wichtig um im Berufsleben voranzukommen/ aufzusteigen	X					Eine höhere Position wird angestrebt
Zwischenmenschliche Kommunikation ist in allen Lebenslagen wichtig um ein angenehmes Klima mit Kollegen/ Familie/ Freunden und Partner zu haben	X					Harmonische Beziehungen sind wichtig
Wir/ ich erreichen eine höhere Position innerhalb des Unternehmens und sind dabei glücklich & erfüllt		X				Höhere Position erreichen für mehr Geld und emotional positives Erleben
Wir wollen andere besser verstehen können damit wir besser auf ihre Bedürfnisse und Denkweise eingehen können um selbst es so angenehm wie möglich zu haben		X				Interesse an Mitmenschen und ein harmonisches Miteinander
Wir können unsere eigene Gefühle manchmal nicht ganz einschätzen geschweige denn "unter Kontrolle" halten			X			Wir kennen uns selbst noch nicht gut genug
Wir können uns schwer vorstellen das wir in den wichtigsten Momenten wirklich das gelesene/ gelernte anwenden können - es scheint viel Übung zu benötigen			X			Zeit - Aufwand Verhältnis
Wir haben Sie im Internet gefunden, ihre Seite war ansprechend, der Content war schön geschrieben und erschien logisch				X		Die Rolle eines angenehmen Internetauftritts
Wir haben die vielen positiven Bewertungen/ Empfehlungen gelesen und haben darauf vertraut				X		Die Rolle von Empfehlungen
Die Transparenz des ganzen Kaufprozesses war ausschlaggebend					X	Warum Customer Experience entscheidend ist
Die Einfachkeit das Workbook mit dem passenden Ebook zu bestellen war angenehm + das man sofort damit anfangen kann					X	Warum Simplekeit und möglichst wenig Anstrengung entscheidend ist

Warum Buyer Personas?

Hintergrund

Job, Karriere, Funktion

Demographie

Mann, Frau, Familie, Stadt, Land

Information

Medien, Kanäle, Events

Persona Name: Christoph Pragmatiker

- Geschäftsführer KMU
- 50 Mitarbeiter
- hat eine Marketingmitarbeiterin und 5 Sales Leute
- ist seit 15 Jahren im Unternehmen
- hat sich im Unternehmen empor gearbeitet
- Ausbildung: FH

- Mann, 43 Jahre alt
- verheiratet, 2 Kinder
- lebt an der Peripherie einer Stadt
- fährt einen Audi und nutzt iPhone
- ist technikaffin
- Freizeit: Familie, Sport, Freunde, Reisen

- nutzt Google
- ist auf LinkedIn und Facebook
- liest Fachmedien
- schaut TV aber auch Netflix
- geht auf Branchen Events
- Branchenkollegen und seine Mitarbeiter sind die wichtigste
- Infoquelle

Persona Name: Christoph Pragmatiker

Ziele

Job, Karriere, Funktion

Probleme

Mann, Frau, Familie, Stadt, Land

Wie können wir helfen?

Medien, Kanäle, Events

- schneller wachsen als die Mitbewerber
- Effizienz steigern
- motivierte Mitarbeiter
- Stabile Entwicklung
- Absicherung

- Umsatzentwicklung
- Überforderung mit Digitalisierung generell
- Überforderung mit Digitalisierung in Marketing und Vertrieb
- Risiko bei Investitionen in Marketing und Vertrieb
- Enttäuschungen mit Online Marketing das nicht funktionierte

- Blogposts und Videos über die Digitalisierung von Marketing und Vertrieb
- Guide Inbound Marketing für CEOs
- Case Studies Inbound Marketing
- Umsatz Rechner für Inbound Marketing
- Kostenloses Marketing Assessment

Persona Name: Christoph Pragmatiker

Echte Zitate

Zu den Zielen, zu den Problemen

“Wir wollen weiter stabil wachsen, sehen aber, dass Marketing und Vertrieb nicht mehr so funktionieren, wie in der Vergangenheit.”

“Wir haben bis jetzt auf unsere Website und auf die digitalen Marketing Möglichkeiten nicht geachtet”

“Empfehlungen und die Kontakte unserer Vertriebsmitarbeiter haben bis jetzt bei der Kundenakquise ausgereicht”

Einwände

Warum die Persona unsere Produkte nicht kauft

- Wir sind ganz anders, wer weiß ob Inbound Marketing bei uns funktioniert
- Wir sind noch nicht so weit, wir müssen erst die Website neu machen und Personal finden
- Wir können uns das nicht leisten
- Der Aufwand für Inbound Marketing ist einfach zu groß

Elevator Pitch

In 60 Sekunden begeistern

Wenn Sie wollen, dass Ihnen heute Kunden zuhören, dann müssen Sie deren Fragen im Internet beantworten. Das geht aber nicht mit einer herkömmlichen Website.

Sie brauchen eine Website, die Kunden entlang der Kaufentscheidung die richtigen Antworten gibt und es ermöglicht Leads zu generieren. Ihre Website muss eine richtige Sales Maschine werden.

Buyer Persona Profil: Ihr Template

Hintergrund

Job, Karriere, Funktion

Demographie

Mann, Frau, Familie, Stadt, Land

Information

Medien, Kanäle, Events

Persona Name:

Persona Name:

Ziele

Job, Karriere, Funktion

Probleme

Mann, Frau, Familie, Stadt, Land

Wie können wir helfen?

Medien, Kanäle, Events

Persona Name:

Echte Zitate

Zu den Zielen, zu den Problemen

Einwände

Warum die Persona unsere Produkte nicht kauft

Elevator Pitch

In 60 Sekunden begeistern

Los geht es!

Jetzt können Sie loslegen. Erstellen Sie Ihre ersten Buyer Persona Profile, machen Sie Ihre ersten Interviews, werten Sie diese aus und erstellen Sie ein kraftvolle Content Strategie.

Wie so oft steckt der Teufel im Detail. Ich freue mich Detailfragen zu den Buyer Personas zu beantworten.

Einfach einen Termin in meinem Kalender buchen:

<https://www.takeoffpr.com/meetings/martin-bredl30>

WEBSITE:

WWW.TAKEOFFPR.COM

MAIL:

MARTIN.BREDL@TAKEOFFPR.COM