



Zelf een buyer persona maken

Buyer persona. Wie is jouw ideale klant?

Een Buyer persona is een gedetailleerd profiel van een voorbeeldkoper (*ideale klant*) op basis van gedrag en doelen.

Aan de orde komen:

Stap 1: Informatie verzamelen pagina 3

Stap 2: Beschrijven van de persona pagina 5

Stap 3: Opmaken en publiceren Pagina 8

Bijlage: Voorbeelden van persona's Pagina 10



Stap 1:

Aan de slag met info verzamelen



Let op!

Probeer te voorkomen dat je jouw persona te veel baseert op één bestaande klant. Het is juist de bedoeling om gegevens van al je belangrijke klanten te bundelen.

Zorg er ook voor dat je de persona ontwikkelt op basis van data uit je onderzoek, niet op aannames of onderbuikgevoelens!

Hoe beter de analyse hoe beter het uiteindelijke resultaat.

Bronnen om informatie over je ideale klant te verzamelen

In allerlei interne en externe systemen ligt een schat aan informatie over jouw klant opgeslagen. Een aantal voorbeelden zijn:

✓ **Twitter**

- *Wie volgen jouw klanten?*
- *Door wie worden jouw klanten gevolgd?*
- *Welke hashtags gebruiken ze?*
- *Waar tweeten ze over?*

✓ **Facebook**

- *Welke informatie posten je klanten?*
- *Hoeveel interacties is er en met wie?*
- *Welke interesses kun je filteren uit hun posts / interacties?*

✓ **CRM**

- *Welke kenmerken in CRM kom je vaak tegen?*
- *Welke informatie haal je uit notities van het salesteam / serviceteam?*

✓ **Google Analytics**

- *Bezoekers, geslacht en leeftijd van je websitebezoekers.*

✓ **Website**

- *Welke informatie op je website of blog trekt de meeste bezoekers?*
- *Welke uitdaging of doel van je klant ligt daarin besloten?*

✓ **Collega's**

- *Binnen jouw organisatie is al veel kennis aanwezig van de klant. Leg meerdere mensen een vragenlijst voor en kijk met welke antwoorden zij komen.*

✓ **Diverse ideeën**

- *Bekijk hoe er over je product of dienst wordt gesproken op social media.*
- *Interview klanten of maak een klantenpanel*
- *Zijn er video's over je product op YouTube?*
- *Hoe zoekt je doelgroep in zoekmachines?*
- *Welke vragen worden er gesteld in Google?*

Stap 2: Beschrijf de persona

Let op!

Probeer te voorkomen dat jouw persona gebaseerd wordt op één bestaande klant. Het is juist de bedoeling om gegevens van al je belangrijke klanten te bundelen.

Zorg er ook voor dat je de persona ontwikkelt op basis van data uit je onderzoek, niet op aannames of onderbuikgevoelens.



Wie is je doelgroep.

(voorbeeldvragen om je op weg te helpen een goed beeld te krijgen)

Demografische kenmerken

- ✓ Wie is je doelgroep.
- ✓ Persoonlijke gegevens (*om de Buyer Persona een gezicht te geven*)
 - *Leeftijd*
 - *Man / vrouw*
 - *Opleiding*
 - *Motivaties in het leven*
 - *Gezin*
- ✓ Rol in het gezin, bedrijf of gemeenschap.
- ✓ Belangrijkste taken.

Interesses en informatiebehoefte

- ✓ Door wie laten ze zich leiden?
- ✓ Welke merken hebben de voorkeur?
- ✓ Welke bladen lezen ze?
- ✓ Welke hobby's heeft de persona?
- ✓ Informatiebronnen:
 - Welke blogs leest je persona?
 - Welke bronnen gebruikt hij/zij om het laatste nieuws te lezen?
 - Wat is zoekgedrag internet?
 - Mate van tijd online?
 - Is hij/zij aanwezig op social media?
 - Lezen ze graag artikelen, of houden ze bijvoorbeeld meer van video's?
 - Wat zijn de relevante contactmomenten, via welke kanalen?

Wat verwacht jouw persona

(voorbeeldvragen om je op weg te helpen een goed beeld te krijgen)

Keuzeprocesses

- ✓ Waarvoor hebben ze jouw product of dienst nodig?
- ✓ Hoe bekend is de persona met jouw branche / oplossing?
- ✓ Definieer welke bezwaren er kunnen zijn tijdens het verkoopproces.
- ✓ Wat zijn veel gestelde vragen over jouw branche?
- ✓ Gebruikt de persona alternatieve oplossingen?
- ✓ type gebruiker: frequent of enkel bij gelegenheid, nieuwe, huidige of voormalige gebruiker.
- ✓ welke informatiebronnen gebruikt je ideale klant tijdens het aankoopproces.
- ✓ Laat de persona een klantreis maken door... (bijv. de website of call center als dit relevant is)

Laat zich leiden door:

- ✓ Beschrijf de belangrijkste waarden en drijfveren van deze persoon.
- ✓ Beslissnelheid en wat zijn besliscriteria?
- ✓ Welke rol heeft de persona in het aankoopproces?
- ✓ Wat zijn de verwachtingen en behoeften?
- ✓ Welke doelen heeft hij/zij?
- ✓ Wat zijn zorgen/ angsten / frustraties?
- ✓ Aan wie rapporteert hij/zij en laat zich leiden door?
- ✓ Houding tegenover specifieke onderwerpen, producten/diensten, etc.
- ✓ Door wie of wat worden ze beïnvloed. *(bijvoorbeeld media, autoriteiten, rolmodellen, communities, familie, vrienden, collega's etc. (aanvullend B2B: stakeholders))*

Stap 3:

Persona maken. Een template.

Let op!

Houd het kernachtig en inspirerend.



Foto opnemen

Foto

Persoonlijkheidskenmerken

- Hobby
- Vaardigheden
- Gedragskenmerken

Laat zich leiden door

- .
- .
- .
- .

Interesses / motivaties

- .
- .
- .
- .

Keuzeproces / zoekgedrag

- .
- .
- .
- .

Demografisch

- Biografie:

- Man/ vrouw/ leeftijd/ woonachtig
- Functie.
- Opleiding
- .
- .

Doelen /behoefte /winsten

- .
- .
- .

Pijn /frustratie /angsten

- .
- .
- .

Elevator pitch

Schrijf de persona uit in een elevator pitch.
Dit is een samenvatting van alle het
voorgaande in één paragraaf.

Bijlage : Voorbeelden van persona's.

Voorbeeld 1



Even voorstellen

Julia is 40 jaar. Ze is hoger opgeleid en heeft het economisch goed. Door haar werk, (jonge) gezin en vriendinnen groep heeft ze het druk.

Julia trekt graag haar eigen plan en neemt vaak het initiatief. In de omgang ervaar je haar eigen mening en opvatting over eigentijdse zaken.

Activiteiten & interesses

- Kleding en trends in mode.
- Culturele zaken
- Materialen en techniek
- Bewust leven, gezondheid en welzijn
- Steden trips, wintersport.

Motivatie

- Zelfverrijking, nieuwe dingen beleven.
- Ontspanning, nieuwe energie opdoen.
- Samen met vrienden en familie leuke dingen beleven.
- Creativiteit beleven nieuwe zaken leren
- Tijd voor jezelf maken.
- Op zoek naar zelfontwikkeling

Klantreis

Julia is niet bekend met het bedrijf. Het idee dat er workshops en cursussen is überhaupt nieuw. Ze kwam het toevallig tegen, want ze gaat er niet naar op zoek en trok dus haar aandacht

Media gebruik

- Facebook en af en toe Instagram en Pinterest.
- Leest geregeld de Happiness, Linda, Opzij, Nouveau.
- Volgt modetrends online en winkelt veel online. Volgt het nieuws en kijkt RTL 4 en de publieke omroepen.

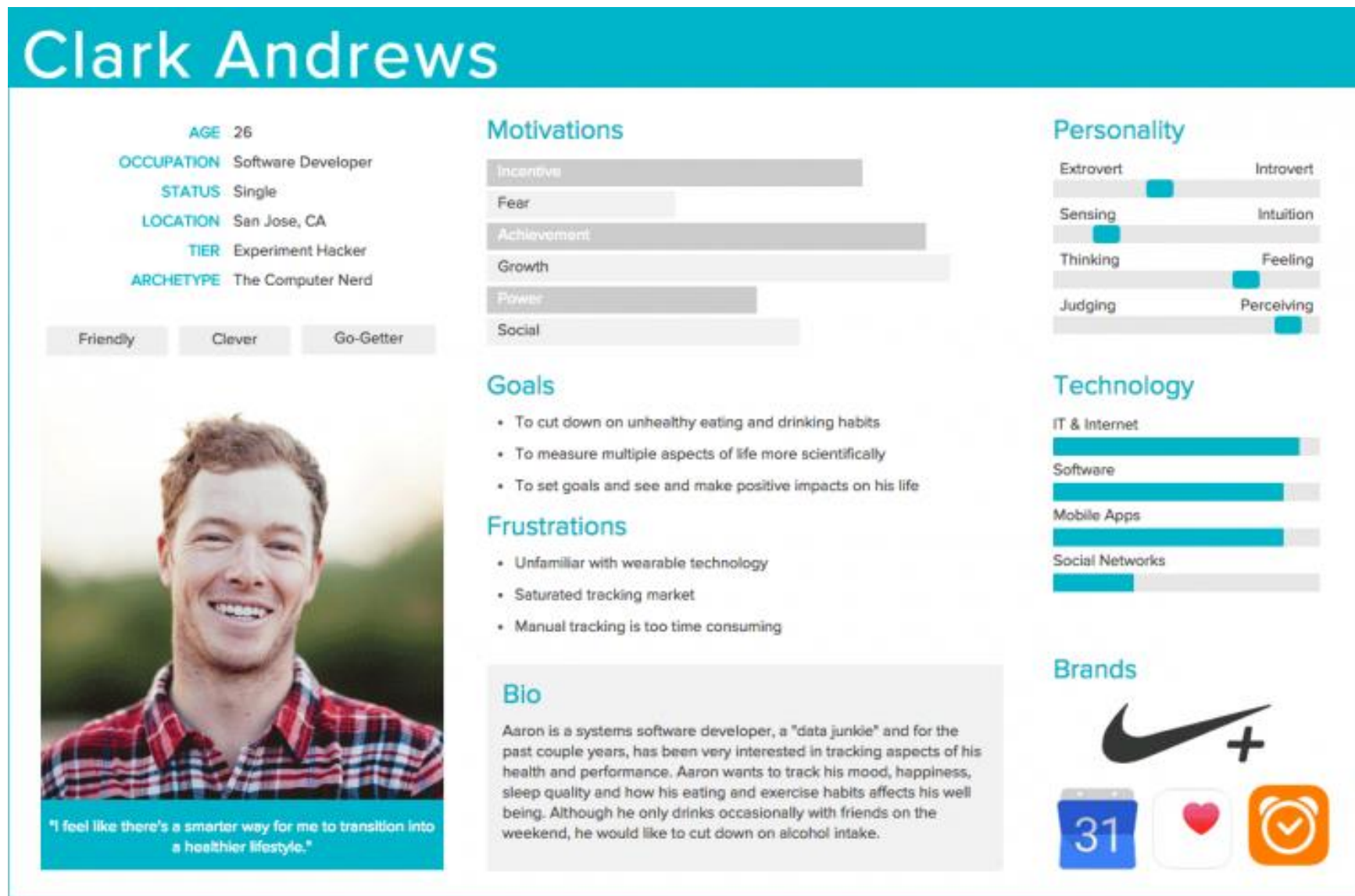
Beïnvloeders

Ze laat zich leiden door ervaringen die mensen online delen. Verder telt de mening van vriendinnen en in minder mate collega's.

Zorgen en issues

Ze wil graag weten wat ze krijgt en vindt de prijs best hoog. Wat krijg ze ervoor? Ga je die schoenen echt dragen en loop je niet voor gek. Is de begeleiding wel professioneel en kan ze dit met een gerust hart voorstellen aan haar vriendinnen, om dit samen te doen. En oh ja, zijn de mede cursisten gelijk gestemd?

Voorbeeld 2



Bron: Xtensio.com

Voorbeeld 3



Teach Me TINA

LEARNING FOCUSED Teacher

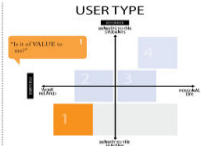
title: Science Teacher
 company name: Crabapple Middle School
 industry: Education
 location: Roswell, Georgia
 description: Crabapple Middle School has enjoyed twenty plus years of excellence in education since its opening in 1983. In 1988, Crabapple Middle became Fulton County's first National School of Excellence and a Georgia School of Excellence. In 2003, Crabapple Middle was recognized as one of the first Georgia Lighthouse School to Watch for excellence in middle level education.

"Tell me more! I need Internet at home and in my classroom. So, it's got to work. When I do have trouble, though, I want to be able to fix it quickly on my own."

My school continuously strives to be a premier educational institution in the state of Georgia. Technology is now a part of our everyday lives, so I use technology and the Internet in my classroom. I use it for personal projects, but also for classroom projects with all of my students. When in a classroom with 30 middle school kids, I don't have time to call the DSL provider if I have trouble with the connection. So, I need to be able to troubleshoot problems on my own, right there on site. If I have too many connection problems, I will report it to our school principal and recommend that we use a different DSL provider. As Teachers, we don't have a lot of time to deal with extra problems, outside of our everyday chaos.

At home, I use the Internet to do research for the book I am writing. I am also an avid cook, so I connect almost every evening to pick out recipes and view the recipes I've saved online. When I am at home, I have a little bit more time to troubleshoot if needed. And, I do prefer to fix the problem myself, if possible.

This user has a high need for connection and a moderately high willingness to troubleshoot problems when they arise. She is interested in what is happening and why the function is being performed. She wants to learn about her computer and DSL. Tina will study simple wiring diagrams, try to check connections and will download DSL software. She wants to learn more computer jargon, but explanations may be needed. She may also use a chat for customer support, to learn how to fix her DSL connection in her classroom or at home by herself.



- KEY VALUES**
- Learning
 - Educating and innovating
 - Autonomy

- CONNECTION NEEDS**
- In her classroom, for both personal and classroom use
 - At home, for research, web browsing and checking email
 - Connection needs to work most of the time or Tina will move to a new company

- QUESTIONS ASKED WHEN CONSIDERING A PROVIDER**
- "How reliable is this service in providing a connection in my room and at home?"
 - "Do they provide information to me on my connection?"
 - "Do they provide online chat and an online troubleshooting tool?"
 - "Do they contact me about upgrades and security updates?"


- EMPLOYMENT**
- Medium sized middle school - Science teacher - Southeastern United States
- TECH SAVVY**
- Knows some computer jargon, but may need further explanations for some terms and concepts
- COMMUNICATION PREFERENCES**
- Likes seeing connection speed and other detailed information pertaining to her DSL connection
 - Appreciates being able to learn about updates and new services from the main webpage
 - Wants to be exposed to relevant articles pertaining to her internet connection
 - Wants to be notified about key updates and upgrades and will update her computer when prompted. May look at detailed information about the update if it interests her
- SUPPORT PREFERENCES**
- Writes an email or chat to customer support with questions or problems
 - Will use a tutorial, especially on first visit to a tool or site and will read it carefully, applying knowledge to other areas of the company's products
 - Expects a self-help tool and will troubleshoot on her own whenever possible, using the tool
 - Will only call customer support via telephone as a "last resort"
- SECURITY CONCERNS**
- Implements security tools and likes that they are provided for her
 - Wants to be sure that her passwords are secure and appreciates any information that helps her with password security

FEATURES AND FUNCTIONALITY BY PERSONA TYPE



Bron: [UX magazine.nl](https://www.uxmagazine.nl)

Voorbeeld 4



Rebecca

Casual audiophile

Age	26
Occupation	Frontend developer
Education	Bachelor degree
Marital status	Single
Location	Mountain View

Online locations	Work and mobile
Computer(s)	iPhone and MacBook Pro
Internet usage	8-9 hours

TECHNOPHOBE TECH WIZ

CDs MUSIC STREAMING

CASUAL LISTENER HARDCORE GEEK

Music is essential to Rebecca's life. She is listening to tunes almost every second of her life, particularly while working.

Obstacles Rebecca faces:


- Too busy to explore new music artists she might like
- Streaming music consumes a lot of data

How will Rebecca interact with Spotify?

Questions Rebecca will ask:

- How do I keep updated on new releases by artists I follow?
- How do I learn of new artists I haven't heard of?
- Can I listen to music in a data-efficient manner?
- How can I listen on both my MacBook and my iPhone?

Who influences Rebecca?



Rebecca's situation

Goals, motivations:

- Listen to great music to keep her productive at work
- Relax and unwind at the end of the day
- Superior music quality for full enjoyment of tracks
- Expand the circle of music artists she listens to

Key words
music, jazz, r&b, pop, artists, new releases, top charts, background music

Rebecca's story

Music is a big part of my life; I like to think that I always have a "background music" running in each scene of my life. I love working while listening to music; somehow, it gives me a lot of focus on my task.

I regularly talk to my co-workers about music and singers — that's what we like to talk about over lunch. We're constantly looking for new artists to inspire us and to expand our music library, but lately it seems a little tough to do that. Everything seems to have a "filter bubble" effect, and we keep listening to the same genres and artists.

I really enjoy finding new artists that match my subjective taste, and most of the times I get those from my close friends. I wish there were a way to find more music and artists without having to rely on the serendipity of life!

Bron: [Interaction design foundation](#)

CUSTOMER Scope

ADVIES 3.0 IN KLANTLOYALITEIT

Alles om klanten te vinden, te binden en trouwe fans te maken

Wij zijn specialist groeiambities realiseren. Dit gaat van online activatie, propositieontwikkeling, excellente service implementeren tot het optimaliseren van sales en marketing processen.

In onze aanpak combineren wij de kennis van organisatieontwikkeling, hospitality en digitale marketing. Ervaring leert dat dit leidt tot organisaties die écht connected zijn met hun klanten. En -dus- groeiambities realiseren



Customer - academy

Trainingen en kennissessies in hospitality, klantgerichtheid en digitale klantrelaties.



Customer - online

Optimale inzet van digitale marketing, social media, e-mail en online beleving.



Customer - development

Organisatieontwikkeling van a tot z. Bijv. quick scan, advies, ontwerp, strategiesessies.