

Kunden- Persona

Leitfaden für unterrepräsentierte Gründer

Sektor

Unternehmertum

Kategorie

Kundenentwicklung

Zeitraumen

2-4 Wochen

Lernergebnisse



- Verstehen Sie die Bedeutung der Definition des idealen Kunden.
- Erfahren Sie, wie Sie Kunden auf der Grundlage demografischer und psychografischer Daten segmentieren können.
- Entwickeln Sie Erkenntnisse darüber, wo Kunden ihre Zeit online und offline verbringen.
- Entwerfen Sie Botschaften, die bei verschiedenen Kundenpersönlichkeiten Anklang finden.

Benötigte Materialien



- Kunden-Persona-Vorlage
- Leitfaden zur Marktforschung
- Analysetools für soziale Medien
- Fallstudien zur erfolgreichen Kundensegmentierung
- Muster für Umfrage- oder Interviewfragen

Beschreibung der Aktivität



Die Teilnehmer werden detaillierte Kunden-Personas erstellen, um ihren Zielmarkt zu verfeinern. Das Modul behandelt Kundensegmentierung, Demografie und Psychografie, um Motivationen und Verhaltensweisen zu verstehen. Die Teilnehmer werden herausfinden, wo sich ihre idealen Kunden online und offline engagieren, maßgeschneiderte Botschaften entwickeln und Personas durch das Feedback der Teilnehmer für effektives Marketing und Produktentwicklung verfeinern.

Geeignet für:

- Unterrepräsentierte Startup-Gründer
- Unternehmer
- Fachleute aus der Wirtschaft

Leitfaden für Moderatoren



- Überblick über die Entwicklung von Customer Personas.
- Definieren Sie demografische und psychografische Details.
- Erforschen Sie das Kundenverhalten anhand realer Daten.
- Entwickeln Sie effektive Strategien für die Nachrichtenübermittlung.
- Geben Sie Feedback zu Personas und Marketingansätzen.

Anweisungen für die Teilnehmer



- Definieren Sie demografische Daten (Alter, Geschlecht, Ort).
- Skizzieren Sie psychografische Daten (Interessen, Werte, Schmerzpunkte).
- Ermitteln Sie, wo sie sich online und offline engagieren.
- Entwickeln Sie auf jede Persona zugeschnittene Botschaften.
- Dokumentieren Sie die wichtigsten Erkenntnisse und verfeinern Sie sie auf der Grundlage von Recherchen.
- Austausch von Erkenntnissen und Erfahrungen mit Gleichgesinnten.

Nachbesprechung und Assessment



- Vor welchen Herausforderungen standen Sie bei der Definition Ihrer Customer Personas?
- Wie hat die Erforschung des Kundenverhaltens Ihr Verständnis verbessert?
- Welche Erkenntnisse haben Sie über Ihre idealen Kunden gewonnen?
- Wie sicher sind Sie, dass Sie Ihre Kunden effektiv ansprechen können?
- Was sind Ihre nächsten Schritte bei der Verfeinerung Ihrer Customer Personas?

Hintergrundwissen für diesen Bereich



- "Käufer-Persönlichkeiten" von Adele Revella
- "Aufbau einer StoryBrand" von Donald Miller
- "Das schlanke Startup" von Eric Ries
- HubSpot-Leitfaden zur Kundensegmentierung

Schritt für Schritt:



1. Definieren Sie demografische Daten (Alter, Geschlecht, Ort).
2. Skizzieren Sie psychografische Daten (Interessen, Werte, Schmerzpunkte).
3. Ermitteln Sie, wo sie online und offline Zeit verbringen.
4. Entwickeln Sie auf jede Persona zugeschnittene Botschaften.



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für diese Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission übernimmt keine Verantwortung für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben. In Übereinstimmung mit der neuen Datenschutz-Grundverordnung (GDPR) weisen wir darauf hin, dass die Partnerschaft Ihre personenbezogenen Daten nur im alleinigen Interesse und zum Zweck des Projekts und ohne Beeinträchtigung Ihrer Rechte verarbeiten wird.

Was es tut

Hilft, Ihre idealen Kunden zu identifizieren und zu verstehen.