

Klantpersona Creator

*voor
ondervertegenwoordigde
ondernemers*

Sector

Ondernemerschap

Categorie

Klantontwikkeling

Tijdsduur

2-4 weken

Leerdoelen



- Begrijpen waarom het belangrijk is om je ideale klant te definiëren.
- Leren hoe je klantsegmenten maakt op basis van demografische en psychografische kenmerken.
- Inzicht ontwikkelen in waar klanten zich online en offline bevinden.
- Boodschappen formuleren die aansluiten bij verschillende klantpersona's.
- Vertrouwen opbouwen in het toepassen van persona's bij marketing en productontwikkeling.

Benodigd materiaal



- Sjabloon voor klantpersona's
- Marktanalysegids
- Social media-analysetools
- Casestudy's over klantsegmentatie
- Vragenlijsten voor interviews of enquêtes

Omschrijving van de activiteit



Deelnemers creëren gedetailleerde klantpersona's om hun doelgroep beter te begrijpen. De sessie behandelt klantsegmentatie, demografie en psychografie om klantmotivaties en gedrag te achterhalen. Deelnemers brengen in kaart waar hun klanten actief zijn, ontwikkelen gerichte boodschappen en verbeteren hun persona's via feedback.

Geschikt voor:

Ondervertegenwoordigde startup-oprichters, ondernemers, professionals

Richtlijnen voor de begeleider



- Geef een overzicht van klantpersona's en hun waarde.
- Definieer demografische en psychografische gegevens.
- Stimuleer onderzoek met echte data.
- Begeleid het opstellen van gerichte boodschappen.
- Geef feedback op persona's en marketingstrategieën.

Instructies voor deelnemers



- Bepaal demografie (leeftijd, geslacht, locatie).
- Omschrijf psychografische kenmerken (interesses, waarden, pijnpunten).
- Identificeer waar ze actief zijn (online/offline).
- Ontwikkel gerichte boodschappen voor elke persona.
- Documenteer inzichten en pas persona's aan.
- Deel lessen en ervaringen met de groep.

Evaluatie en Reflectie



- Wat vond je het moeilijkst bij het formuleren van persona's?
- Hoe heeft klantonderzoek je inzicht verdiept?
- Welke inzichten kreeg je over je ideale klant?
- Hoe zeker voel je je in het gericht benaderen van klanten?
- Wat zijn je volgende stappen om je persona's te verfijnen?

Achtergrondliteratuur

- Buyer Personas – Adele Revella
- Building a StoryBrand – Donald Miller
- The Lean Startup – Eric Ries
- HubSpot's gids voor klantsegmentatie



Stapsgewijs:



1. Definieer demografische gegevens.
2. Omschrijf psychografische kenmerken.
3. Breng in kaart waar klanten zich bevinden.
4. Ontwikkel gerichte boodschappen per persona.



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use may be made of the information contained therein. In compliance of the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights.

Functie:

Helpt je je ideale klant te begrijpen en effectief te bereiken.