



ENTWICKLUNG VON **B2B** BUYER PERSONAS

FRAGENKATALOG



1. Für welches Produkt/Service wird die Buyer Persona erstellt?

1.1 Produkt/Service

Für welches Produkt/Service wird die Buyer Persona erstellt?

1.2 Wettbewerb

Welche direkten Wettbewerber hat Ihr Produkt/Service?

1.3 Alternative Lösungsszenarien

Wie könnte die Persona ihre Herausforderung ohne Sie und Ihren Wettbewerb lösen (Substitutionsprodukt)?

2. In welchem Unternehmen arbeitet Ihre Buyer Persona?

2.1 Branche/Industrie/Sektor

In welcher Branche (Handel, ITK, Consulting) ist das Unternehmen tätig?

2.2 Unternehmensgröße

Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen?

2.3 Service/Produkte

Was stellt das Unternehmen her bzw. bietet das Unternehmen an?

2.4 Anzahl KundInnen

Hat das Unternehmen viele KundInnen oder nur wenige?

2.5 Umsatz/Gewinn

Wie hoch ist der Umsatz/Gewinn und wie entwickelt sich dieser?

2.6 Fokus des Unternehmens

Arbeitet das Unternehmen im B2B, B2C, oder eCommerce?

2.7 Business Model

Wie ist das Business Modell (Reseller, Produzent, Dienstleistung)?

2.8 Außenwahrnehmung

Welches Image (innovativ, verstaubt) hat das Unternehmen nach außen?

2.9 Veränderungsfähigkeit

Wie hoch ist die Innovationskraft des Unternehmens?

2.10 Unternehmenskultur

Welche Kultur (offen, familiär) hat das Unternehmen?



3. Wie werden Entscheidungen in diesem Unternehmen getroffen und inwieweit ist die Buyer Persona daran beteiligt?

3.1 Buying Center

Welche Abteilungen (Einkauf, IT, Geschäftsführung) sind in die Entscheidung involviert?

3.2 Entscheidungsprozess

Wie sieht der Entscheidungsprozess aus?

3.3 Freigabeprozess

Wie sieht der Freigabeprozess aus?

4. Welche Aufgaben hat Ihre Buyer Persona im Unternehmen?

4.1 Funktion/Jobtitel

Welche Funktion (CEO, Marketing Manager) hat die Buyer Persona?

4.2 Hierarchie

Auf welcher hierarchischen Ebene (Manager, C-Level) steht die Persona?

4.3 Arbeitsinhalt/-feld

Wofür ist die Persona zuständig bzw. verantwortlich? (Entwicklung, IT Architektur, Lead Generation)

5. Welche charakteristischen Verhaltensweisen hat die Buyer Persona?

5.1 Informationsquellen und Medienverhalten

Welche Quellen (on- und offline)nutzt die Persona?

5.2 Wege zur Lösungsfindung

Welche Wege (Recherche, persönlicher Rat) geht die Persona, um Lösungen zu finden?

5.3 Kaufentscheidung

Was sind die treibenden Faktoren für eine Kaufentscheidung (Preis, Qualität)?

5.4 Kommunikation

Welche Kommunikationskanäle bevorzugt die Persona?



6. Welche Herausforderung muss Ihre Buyer Persona lösen?

6.1 Unternehmensziele

Welche Unternehmensziele (Digitalisierung) stellen die Persona vor eine Herausforderung?

6.2 Veränderungsprozesse

Welche möglichen Veränderungen (Aufgabenverteilung, Change Prozesse) stellen die Persona vor eine Herausforderung?

6.3 Probleme im Unternehmen

Welche Probleme im Unternehmen (Kostendruck, rückläufige Umsätze) stellen die Persona vor eine Herausforderung?

6.4 Kaufentscheidung

Welche direkten Herausforderungen/Probleme hat die Persona bei der Kaufentscheidung bzw. bei der Anbieter- und Produktauswahl?

7. Welche Erwartungen, Ziele & Emotionen sind mit dem Kauf für die Buyer Persona verbunden?

7.1 Betriebliche Ziele

Was möchte die Persona mit dem Kauf für das Unternehmen erreichen?

7.2 Problemlösung und Nutzen?

Welches konkrete Problem will die Persona lösen und welchen Nutzen erwartet sie sich?

7.3 Persönliche Ziele

Gibt es persönliche Ziele, die die Persona mit dem Kauf verbindet bzw. erreichen möchte?

7.4 Gefühle und Ängste

Welche Gefühle und welche Ängste könnten die Persona mit der Kaufentscheidung haben?

7.5 Begeisterungspotenzial

Was könnte die Persona besonders begeistern?



8. Wie sieht die ideale Lösung aus?

8.1 The 1 Thing

Welches einzigartige Merkmal haben Sie, um die Persona zu überzeugen?

8.2 Herausforderungen

Wie können Sie der Persona helfen, ihre Herausforderungen zu meistern?

8.3 Begeisterung

Welche Erwartungen können Sie mit Ihrem Produkt/ Service/Unternehmen erfüllen oder sogar übertreffen?

8.4 Zielerreichung

Wie helfen Sie der Persona, dass sie ihre Ziele erreicht?

9. Welche Einwände könnte es geben?

9.1 Vorurteile

Was sind die Vorurteile bezüglich des Produkts/Service oder Ihres Unternehmens gegenüber?

9.2 Alternative Lösungen

Welches alternativen Lösungsszenarien gibt es aus Sicht der Persona?

9.3 Ihre Nachteile (Ablehnung)

Welche Nachteile hat Ihr Produkt/ Service/Unternehmen aus Sicht der Persona?

9.4 Einwände

Welche Einwände hat die Persona?

9.5 Zweifel

Was könnte die Persona stören oder verunsichern?

10. FAQs

10.1 Wie lauten die 10 häufigsten Fragen zu Ihrem Produkt bzw. Unternehmen?

wazek & partner
c o m m u n i c a t i o n s g m b h

🏠 Bürgerstraße 6, 4020 Linz

🌐 www.wazek.com

☎ +43 732 34 86 35 0

✉ office@wazek.com