



ENTWICKLUNG VON **B2C** 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. Welchen demografischen Hintergrund hat die Buyer Persona?

2.1 Alter

Wie alt ist die Buyer Persona?

2.2 Geschlecht

Welches Geschlecht hat die Buyer Persona?

2.3 Nationale Herkunft

Aus welchem Land kommt die Buyer Persona?

2.4 Soziale Herkunft

Aus welchem sozialen Milieu stammt die Buyer Persona?

2.5 Wohnort und Wohnverhältnisse

Wo lebt die Buyer Persona?

2.6 Gewohnheiten und Freizeit

Welche Gewohnheiten hat die Persona?

2.7 Familienstand und Elternschaft

Hat die Persona Kinder?

2.8 Freizeit

Welche Hobbies und Interessen hat die Buyer Persona?

2.9 Beruf

Welchen Beruf hat die Persona und welche Tätigkeit/Funktion bekleidet sie?

2.10 Ausbildung

Wie ist die Persona ausgebildet (Studium, Kurse)?



3. Welche charakteristische Verhaltensweise hat die Buyer Persona?

3.1 Auftreten und Erscheinungsbild

Wie lässt sich das Auftreten und Erscheinungsbild der Persona beschreiben?

3.2 Informationsquellen und Medienverhalten

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

3.3 Wege zur Lösungsfindung

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

3.4 Auffindungsort

Wo trifft man die Persona an (digital bzw. physisch)?

3.5 Kaufentscheidung

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

3.6 Kommunikation

Welche Kommunikationskanäle bevorzugt die Persona?

3.7 Influencer

Wer beeinflusst die Persona (Familie, Freunde, Arbeitskollegen)?

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

4.1 Ziele

Was möchte die Persona mit Kauf erreichen?

4.2 Problemlösung und Nutzen?

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

4.3 Gefühle und Ängste

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

4.4 Begeisterungspotenzial

Was könnte die Persona besonders begeistern?



5. Welche Herausforderung muss Ihre Buyer Persona lösen?

5.1 Anbieter- & Produktauswahl

Welche Herausforderungen treten für die Persona bei der Kaufentscheidung bzw. Anbieter- & Produktauswahl auf?

5.2 Externe Einflüsse

Gibt spezielle Rahmenbedingungen und externe Einflüsse, die die Persona am Kauf hindern?

6. Wie sieht die ideale Lösung aus?

6.1 The 1 Thing

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

6.2 Herausforderungen

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

6.3 Begeisterung

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

6.4 Zielerreichung

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

7. Welche Einwände könnte es geben?

7.1 Vorurteile

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

7.2 Alternative Lösungen

Welches alternativen Lösungsszenarien gibt es aus Sicht der Persona?

7.3 Ihre Nachteile (Ablehnung)

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

7.4 Einwände

Welche Einwände hat die Persona?

7.5 Zweifel

Was könnte die Persona stören oder verunsichern?



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