

Come generare le tue Buyer Personas





NOME PERSONA

Gabriele

Sezione 1: CHI?

BACKGROUND
Lavoro? Carriera? Famiglia?

- studente/lavoratore
- persona con esperienza alle vendite/lavoro nel settore tech e digitale
- ragazz* single/fidanzato che vive con i genitori

DATI DEMOGRAFICI
Uomo o donna? Età? Reddito? Località?

- persona tra gli 8-40 anni
- sia uomo che donna
- paghetta-24.000
- centro-sobborghi

IDENTIFICATORI
Comportamento? Preferenze di comunicazione?

- persona riservata/socievole/nerd
- cerca offerte mirate per i suoi hobby preferiti
- spende la maggior parte del tempo sui device elettronici



NOME PERSONA

Gabriele

Sezione 2:
COSA?

OBIETTIVI

Obiettivo primario? Obiettivo secondario?

- cercare di fidelizzare i clienti con offerte dedicate e aumentare i guadagni
- mantenere felice lo staff addetto alle vendite

SFIDE

Sfida primaria? Sfida secondaria?

- proporsi come alternative ai principali concorrenti che operano sul territorio
- cercare di ottenere una clientela fidelizzata entro 6 mesi

COSA POSSIAMO FARE

... per aiutarla a raggiungere gli obiettivi?
... per aiutarla a superare le sue sfide?

- elaborare una campagna di comunicazione efficace che faccia leva sulle persone con ciò che offriamo
- coordinare e formare lo staff assegnandogli compiti più adatti alle ore competenze



NOME PERSONA

Gabriele

Sezione 3:
PERCHÉ?

AFFERMAZIONI REALI
Riguardo agli obiettivi, sfide, etc.

- è difficile creare offerte dedicate è accattivanti.
- ci sono molti competitor quindi affermarsi in un mercato saturò richiederà un po' di tempo.
- La fidelizzazione non sarà facile da raggiungere inizialmente poiché siamo nuovi sul mercato e bisogna costruirsi una reputazione.

OBIEZIONI COMUNI
Perché non dovrebbero comprare il tuo prodotto/servizio?

- perché dovrei acquistare da voi se ho già dei vantaggi esclusivi con la mia tessera fedeltà del competitor in questione?
- Siamo sicuri che le vostre offerte siano meglio dei competitor locali che operano nel vostro stesso settore?



NOME PERSONA

Gabriele

Sezione 4:
COME?

MESSAGGIO DI MARKETING
Come descriveresti la soluzione che proponi
alla tua buyer persona?

- Un posto dove il nostro staff sarà in grado di consigliarti a prezzi giusti i migliori videogiochi!

DISCORSO DI PRESENTAZIONE
Vendi alle tue buyer personas la tua soluzione!

- con noi avrai accesso a migliaia di offerte esclusive pensate appositamente per te! In modo da darti la possibilità col nostro programma fedeltà di perseguire le tue passioni videoludiche!

È il tuo turno! Crea la tua Buyer Persona!





NOME PERSONA

Maria

Sezione 1: CHI?

BACKGROUND
Lavoro? Carriera? Famiglia?


- Responsabile risorse umane
- Ha lavorato per la stessa azienda per 10 anni, si è fatta strada da HR Associate
- Sposata con due bambini (10 e 8 anni)

DATI DEMOGRAFICI
Uomo o donna? Età? Reddito? Località?

- Donna
- Età 30-45
- Reddito: 131000€
- Area residenziale / Sobborgo

IDENTIFICATORI
Comportamento? Preferenze di comunicazione?

- Calma
- Probabilmente ha un filtro chiamate
- Chiede di ricevere le garanzie spedite/stampate

	NOME PERSONA	Maria	Sezione 2: COSA?
<p style="text-align: center;">OBIETTIVI</p> <p>Obiettivo primario? Obiettivo secondario?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mantenere felici i dipendenti e il fatturato basso ● Supportare il team legale e finanziario 		
<p style="text-align: center;">SFIDE</p> <p>Sfida primaria? Sfida secondaria?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fare tutto con un piccolo staff ● Implementazione delle modifiche all'intera azienda 		
<p style="text-align: center;">COSA POSSIAMO FARE</p> <p>... per aiutarla a raggiungere gli obiettivi? ... per aiutarla a superare le sue sfide?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Semplifica la gestione di tutti i dati dei dipendenti in un'unica posizione ● Integrazione con il sistema dei team legali e finanziari 		



NOME PERSONA

Maria

Sezione 3:
PERCHÉ?

AFFERMAZIONI REALI
Riguardo agli obiettivi, sfide, etc.

- “In passato è stato difficile ottenere l'adozione di nuove tecnologie a livello aziendale”
- “Non ho tempo di formare nuovi dipendenti su un milione di database e piattaforme diversi”
- “Devo affrontare così tante dolorose integrazioni con il database e il software di altri dipartimenti”

OBIEZIONI COMUNI
Perché non dovrebbero comprare il tuo prodotto/servizio?

- “Sono preoccupato che perderò i dati passando a un nuovo sistema”
- “Non voglio formare l'intera azienda su come utilizzare un nuovo sistema”



NOME PERSONA

Maria

Sezione 4:
COME?

MESSAGGIO DI MARKETING
Come descriveresti la soluzione che proponi
alla tua buyer persona?

- Integrando la gestione del database delle risorse umane

DISCORSO DI PRESENTAZIONE
Vendi alle tue buyer personas la tua soluzione!

- Ti offriamo un database intuitivo che si integra con il tuo software e le tue piattaforme esistenti e una formazione a vita per aiutare i nuovi dipendenti ad imparare rapidamente