

Checkliste für eine Marketing-Persona

Eine Marketing Persona ist sozusagen eine fiktive Abbildung von typischen Kund:innen, die von Unternehmen oder Organisationen erstellt werden, um besser zu verstehen, was diese Personen motiviert, welche Probleme sie haben und wie sie Entscheidungen treffen. Die Marketing Persona umfasst Informationen über Dinge wie Alter, Geschlecht, Beruf, Interessen und vieles mehr, um ein möglichst realitätsnahes Bild von der Zielgruppe zu erhalten.

Die Idee dahinter ist, dass wenn ein Unternehmen versteht, wer seine Zielgruppe ist und was diese Personen wollen, es in der Lage ist, die Kommunikation und die Produkte oder Dienstleistungen so anzupassen, dass sie auf die Bedürfnisse dieser Personen zugeschnitten sind. Dies kann helfen, bessere Ergebnisse in Bezug auf Verkäufe, Lead-Generierung und Kundenbindung zu erzielen.

Diese Checkliste soll dir bei der Erstellung deiner Marketing Persona helfen:

- Name:**
Gib deiner Persona einen Namen, um sie menschlicher zu machen.
- Demografie:**
Notiere Alter, Geschlecht, Familienstand, Beruf und Bildungsniveau deiner Persona.
- Interessen:**
Schreibe auf, welche Interessen deine Persona hat. Das können Hobbys, Freizeitaktivitäten, Bücher, Filme, Musik, Sportarten, etc. sein.
- Herausforderungen:**
Identifiziere die Herausforderungen, die deine Persona in ihrem Leben hat. Dazu gehören Probleme im Beruf, Gesundheitsprobleme, finanzielle Schwierigkeiten, etc.
- Ziele:**
Definiere, welche Ziele deine Persona in ihrem Leben hat. Das können berufliche Ziele, persönliche Ziele, finanzielle Ziele, etc. sein.
- Kaufverhalten:**
Beschreibe, wie deine Persona Entscheidungen trifft und welche Faktoren sie beeinflussen. Beziehe dabei auch ein, wo und wie sie Produkte oder Dienstleistungen kauft.
- Kommunikationskanäle:**
Finde heraus, über welche Kanäle deine Persona am besten zu erreichen ist. Das können soziale Medien, E-Mail, Telefon, etc. sein.
- Kaufmotivation:**
Identifiziere die möglichen Hindernisse, die deine Persona davon abhalten könnten, dein Produkt oder deine Dienstleistung zu kaufen. Was sind ihre Bedenken oder Zweifel?
- Marketingbotschaft:**
Überlege dir, welche Botschaft am besten zu deiner Persona passt und wie du sie am besten kommunizieren kannst.