

BUYER PERSONA ERSTELLEN

DEMOGRAFIE

Demografien umfassen beobachtbare, quantifizierbare, oft auch physische Beschreibungen Ihrer idealen Kunden-Persona.

Sie können demografische Informationen über Ihre Zielgruppe ganz einfach über **Umfragen** erfassen. So kann ein einfaches Umfrage-Tool verwendet werden, um wichtige demografische Informationen über verschiedene Kanäle abzufragen.

Beispiele für demografische Daten sind

- Alter
- Geschlecht
- ethnische Zugehörigkeit
- Familienstand
- Einkommen
- Bildung
- Position, Beschäftigung

Durch die Untersuchung von Demografien erfahren Sie,

WER bei Ihnen kauft.

Eine (kurze) demografische Beschreibung einer Buyer Persona könnte beispielsweise so klingen: "Frau Winkel, 40-50 Jahre alt, westeuropäisch, mittleres Einkommen, Fachkraft Einzelhandel."

PSYCHOGRAFIE

Zu den Psychografien gehören die qualitativen und oft verborgenen Beschreibungen Ihrer Buyer Persona, die ihr Verhalten prägen und ihre Kaufentscheidungen stark beeinflussen.

Neben der Verwendung von Fragebögen können Sie psychografische Informationen aus Google Analytics, Browsing-Daten und Social Media Monitoring sammeln. Datengesteuertes Marketing ist für tiefgreifende Psychografien unerlässlich.

Beispiele für Psychografien sind

- Persönlichkeit (ruhig, extrovertiert etc)
- Ziele (Privatleben & Karriere)
- Frustrationen & Ängste
- Überzeugungen, Meinungen, Werte
- sonstige Interessen

Indem Sie Psychografiken erforschen, erfahren Sie,

WARUM Menschen bei Ihnen kaufen.

Eine (kurze) Psychographics-Beschreibung einer Buyer Persona könnte so aussehen: "Sportlich; fortgeschrittener Yoga- und Pilates-Fan; zieht Komfort und Qualität dem Preis vor; mag Tiere; kocht lieber zu Hause, als Essen zu bestellen; zieht digitale Blogs Printmedien vor."