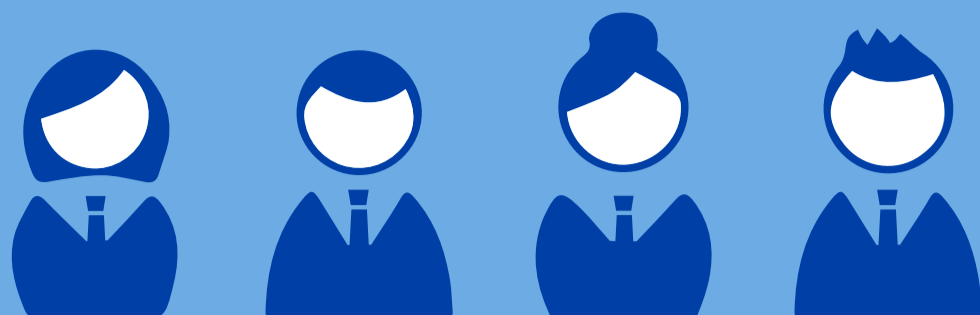


Is je buyer persona nog up-to-date?



Heb je een buyer persona?

JA

NEE

Is je buyer persona ouder dan 2 jaar?

JA

Is de markt veranderd?

JA

NEE

Zoekt je koper nog op dezelfde manier naar informatie?

JA

Kijk hoe je bestaande content kunt recyclen.

Je hoeft niet constant het wiel uit te vinden. Bekijk hoe je bestaande content op een slimme manier opnieuw kunt inzetten om met je doelgroep in contact te komen.

Zet de volgende stap.

Dit doe je door content te maken die past bij de informatiebehoeften van de koper. Zo creëer je relevante contactmomenten en verhoog je de kans op succes, conversie en omzet.

Waarom een buyer persona?

Een buyer persona is een gedetailleerd profiel van een groep kopers. Inzicht in je koper helpt om het hoe en waarom beter te begrijpen. Waarom maken je kopers bepaalde beslissingen? Hoe zoeken ze naar informatie? En waarom kiezen ze voor de concurrent in plaats van voor jou?

Inzicht in je koper is een goed startpunt voor al je marketingactiviteiten. Want, als je weet waar je koper behoefte aan heeft, kun je hier ook beter op inspelen!

Is je buyer persona volledig en geeft het genoeg inzicht in de informatiebehoeften van je koper?

JA

NEE

Heb je content die antwoord geeft op de vragen van je koper?

NEE

Het is tijd voor een update!

Scherp je buyer persona aan. Ga bijvoorbeeld het gesprek aan met je kopers en vraag door op de thema's en informatiebehoeften waar je nog onvoldoende inzicht in hebt.

Het is tijd om je buyer persona te valideren.

Bedenk een manier om nieuwe inzichten te verzamelen. Vraag bijvoorbeeld aan de respondenten van je eerdere buyer persona-onderzoek of je ze nog eens mag interviewen en vergelijk de antwoorden.

Meer weten over buyer persona's? spotONvision helpt je graag. Neem gerust contact met ons op via info@spotonvision.com