



Is je buyer persona nog up-to-date?

Heb je een buyer persona?

JA

NEE

Is je buyer persona ouder dan 2 jaar?

JA

NEE

Is de markt veranderd?

JA

NEE

Zoekt je koper nog via dezelfde kanalen naar informatie?

JA

NEE

Zet de volgende stap

Dit doe je door content te maken die antwoord geeft op de vragen van je koper.

Bedenk hoe je content kunt recyclen

Denk aan de rule of 5 als het gaat om contentrecycling. Bedenk hoe je op 5 manieren je content item op een andere manier kunt inzetten.

Het is tijd om je buyer persona te valideren

Dit kan je het beste doen door je koper te interviewen.

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 marketing-activiteiten. 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 voldoende inzicht in de informatiebehoeften van je koper?

JA

NEE

Het is tijd voor een update!

Scherp je buyer persona aan. Dit kan bijvoorbeeld door het gesprek aan te gaan met je kopers.

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

JA

NEE

Zet de volgende stap

Dit doe je door content te maken die antwoord geeft op de vragen van je koper.

Copyright © 2021 SPOTONVISION

Contact opnemen met een buyer persona-expert?

Wij helpen je graag met jouw buyer persona-plannen. Neem contact op met Shimon shimon@spotonvision.com / +31 (0)6 15 95 22 46.

www.spotonvision.com | info@spotonvision.com

Deel deze infographic

