# Buyer Persona's in B2B:
## uitbesteden of zelf doen? 7 afwegingen

Het in kaart brengen van jouw koper en het ontwikkelen van een buyer persona is intensief. Ga je dat als marketeer zelf oppakken of juist uitbesteden? Dit overzicht helpt je met het maken van die keuze, aan de hand van 7 afwegingen.

### 1 Hoeveel respondenten en tijd heb ik nodig voor een buyer persona project?

- ✓ **12 tot 15 respondenten**
- ✓ **6 tot 8 weken**
- ✓ **120 à 140 uur**

**Conclusie**
Het samenstellen van één enkel buyer persona profiel kost je al snel 120 à 140 uur, met een gemiddelde doorlooptijd van 6 à 8 weken.

### 2 Een buyer persona maken; wat vraagt het van mij? Ik ben subjectief, maakt dat uit?

- ✓ **verdiep je in de wereld van de koper en het koopproces**
- ✓ **distantieer je van je bedrijf en blijf objectief**
- ✓ **verdiep je in zijn of haar uitdagingen**

**Conclusie**
Een goed buyer persona interview slaagt alleen als je je kunt distantiëren van jouw bedrijf tijdens het gesprek.

### 3 Welke interviewskills heb ik nodig voor een buyer persona onderzoek?

- ✓ **stel de juiste vragen**
- ✓ **ga de diepte in**
- ✓ **luister, stuur en leid het gesprek**

**Conclusie**
Ervaring met diepte-interviews is een vereiste. Zo moet je goed kunnen doorvragen, emoties herkennen en tot de kern komen.

### 4 Hoe kan ik het best data analyseren voor een buyer persona profiel?

- ✓ **neem de rust en de tijd om je te concentreren**
- ✓ **doe geen aannames**
- ✓ **analyseer de data en bouw daarmee een valide profiel**

**Conclusie**
Alleen met de juiste aanpak en het valideren van de uitkomsten kom je tot een goede analyse.

### 5 Hoe breng ik de buyer journey in kaart?

- ✓ **vraag door en gebruik een interviewgrid**
- ✓ **maak het koopproces stap-voor-stap inzichtelijk**
- ✓ **breng het volledige koopproces in kaart**

**Conclusie**
Werk met een interviewgrid waarbij je het koopproces voor ogen houdt. Dit helpt je met het volledig in kaart brengen van het koopproces.

### 6 Hoe ga ik de content 'mappen' als ik de buyer persona heb?

- ✓ **geef op iedere vraag van de koper een antwoord in de vorm van content**
- ✓ **bedenk unieke ideeën die de komende 2 jaar uitvoerbaar zijn**
- ✓ **neem de tijd voor een goede content map**

**Conclusie**
Je hebt tijd en creativiteit nodig om een goede content map, met originele en uitvoerbare ideeën, te maken.

### 7 Hoe bouw ik een B2B-contentstrategie op basis van mijn buyer persona?

- ✓ **onderzoek welke kanalen de koper gebruikt**
- ✓ **inventariseer welk content format het best bij de koper past**
- ✓ **creëer met bovenstaande punten een totaalplaatje**

**Conclusie**
Om effectieve contentmarketing in te zetten heb je een totaalplaatje nodig; een buyer persona profiel, een gedetailleerde buyer journey en een uitgebreide content map.

Copyright © SPOTONVISION

## Aan de slag

Ga je zelf aan de slag met buyer persona's, neem dan echt de tijd voor dit project om het tot een succes te brengen. Heb je na het lezen van deze 7 afwegingen vragen of heb je hulp nodig? Wij kunnen je bij het hele traject helpen. Neem gerust contact op met **shimon@spotonvision.com** of bel **+31 (0)6 15 95 22 46**.

**www.spotonvision.com | info@spotonvision.com**

Volg ons in

SPOTONVISION