

OSTAJA- PERSOONA

(B2C) WORKBOOK



Impuls

SISÄLTÖ

- 1 OSTAJAPERSOONA, MINDMAP
- 2 DEMOGRAFISET TIEDOT
- 3 PSYKOGRAFISET TIEDOT -KIINNOSTUKSEN KOHTEET JA TAVOITTEET
- 5 PSYKOGRAFISET TIEDOT -VAIKUTTEET
- 6 PSYKOGRAFISET TIEDOT -URA
- 7 PSYKOGRAFISET TIEDOT -HAASTEET
8. MISTÄ SAAT TIETOA OSTAJAPERSOONASTASI
- 9 YHTEENVETO
- 10 TARJOTTAVAT TUOTTEET/ PALVELUT



Ikä

Arvot

Kiinnostuksen
kohteet ja harrastukset

Asuinpaikka

Sukupuoli

**Ihante asiakas
(yksityishenkilö)**

Mihin ongelmaan
hän kaippaa ratkaisua

Koulutus ja
ammatti

Perhe

Tulot

Millainen sisältö
häntä kiinnostaa

Mitä sosiaalisen median
kanavia hän käyttää

Mitkä asiat estävät
häntä ostamasta
palvelua/tuotetta

Muistiinpanoja

DEMOGRAFISET TIEDOT

IKÄ	SUKUPUOLI
SIJAINTI	KOULUTUS JA AMMATTI
TULOT	PERHE
ASUMISMUOTO	
MUISTIINPANOJA	



PSYKOGRAFISET TIEDOT

[kiinnostuksen kohteet ja tavoitteet]

HARRASTUKSET	KIINNOSTUKSEN KOHTEET
--------------	-----------------------

TAVOITEET	MITEN HÄNTÄ KUVAILLAAN
-----------	------------------------

ARVOT, USKOMUKSET JA PRIORITEETIT	MIKÄ MOTIVOI HÄNTÄ
-----------------------------------	--------------------



PSYKOGRAFISET TIEDOT

[vaikutteet]

LEMPI NETTISIVUT

LEMPI TUOTTEET

LEMPI SOSIAALISEN MEDIAN KANAVA

LEMPI BRÄNDI

MISSÄ HÄN TYKKÄÄ TEHDÄ OSTOKSIA

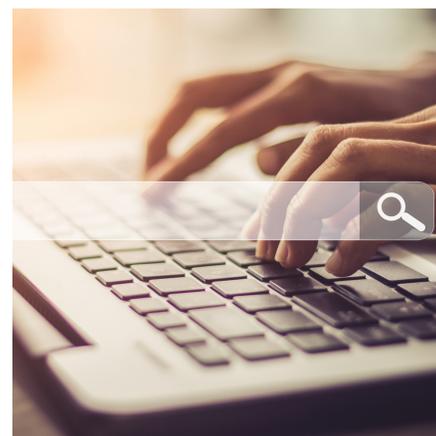
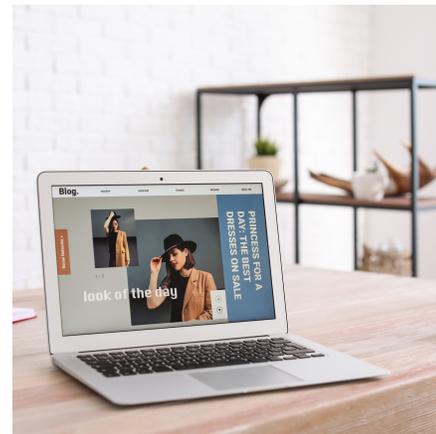
MIELUISIN KOMMUNIKOINTITAPA

MITEN JA MISTÄ HÄN ETSII TIETOA

MILLOIN HÄN TYKKÄÄ KÄYTTÄÄ SOSIAALISTA MEDIAA

MIKÄ ON HÄNEN OSAAMISTASONSA SOSIAALISEN MEDIAN JA ERI LAITTEIDEN KANSSA

MITÄ HÄN TYKKÄÄ LUKEA



PSYKOLOGRAFISET TIEDOT

[Haasteet]

Mitkä ovat ostajapersoonasi suurimmat haasteet ja miten voit häntä auttaa?

HAASTE	RATKAISU

HAASTE	RATKAISU

HAASTE	RATKAISU



Mistä saat tietoa ostajapersoonastasi

Voit kerätä tietoa ostajapersoonastasi monella eri tavalla. Alla esitettyinä muutama vaihtoehto.

Analysointi

Hyödynnä jo voimassa olevia raportteja yrityksesi nettisivujen ja verkkokaupan kävijöistä.

Saat rapoorteista kullan arvoista tietoa ihanne ostajapersoonastasi.

Eliminointi

Joskus paras tapa selvittää ihanne ostajapersoonana, on selvittää millainen hän ei ainakaan ole !

Kilpailijat

Olet varmasti tutustunut yrityksesi kilpailijoihin?

Tutustu kilpailijasi sosiaaliseen mediaan ja tarkastele heidän yleisöään.

Kysy suoraan

Helpoin tapa saada tietoa, on tietysti kysyä suoraan ostajapersoonaltasi.

Nykyään sosiaalisessa mediassa on helppo luoda erilaisia kyselyitä.

Hyödynnä näitä ominaisuuksia.

Luo sähköpostikysely

Kyselyitä voi myös lähettää sähköpostitse esimerkiksi uutiskirjeen yhteydessä.

Ole varovainen, ettei viestittely mene kuitenkaan spämmäyksen puolelle.

Oma näkemys

Sinulla on varmasti itselläsin jonkinlainen näkemys siitä, millainen sinun yrityksesi ostajapersoonana on.

Hyödynnä tätä näkemystä.

Ajan kuluessa saat yhä enemmän tietoa siitä, kuka ja ketä ostajapersoonasi on.

Yritä pitää tieto mahdollisimman paljon faktoihin perustuvana.

TARJOTTAVAT TUOTTEET/PALVELUT

MITÄ HALUAT MYYDÄ/TARJOTA ASIAKKAALLESII ENSISIJAI SESTI?

KUINKA SE A UTTAA HEITÄ (SÄÄSTÄ RAHAA / AIKAA)?

MIKÄ ON HEIDÄN SUURIN ESTEENSÄ/HAASTEENSA TARJOUKSEN/MYYTÄVÄN ASIAN SUHTEEN?

MITEN TUOTTEEN/TARJOUKSEN HINTA VASTAA OSTA JAPER SOONAN TULOTASOA? VOISIKO ASIAA HELPOTTAA? ESIM. MAKSU OSISSA?



Good
Job!

VAIKUTTA
VA
Impuls
SISÄLTÖÄ

www.impuls.fi