

Hvem er din
KUNDE *(egentlig)* **?**


- 5 TRIN TIL AT SKABE DIN 'BUYER PERSONA'

Ved du (egentlig) hvem din kunde er?

Virkelig - med hånden på hjertet - og du ved, hvad der holder din kunde vågen om natten...

At kende dine kunder eller målgruppe er noget af det vigtigste i forhold til din forretning, dit salg og din content marketing strategi og - plan.

Nøjagtigt kendskab til din målgruppe og kunde kan hjælpe dig med at beslutte præcis hvilket indhold, der bedst understøtter og er relevant for din kunde og derfor skaber størst engagement - og i sidste ende salg.

Denne guide er til dig, som gerne vil vide hvad, hvorfor og hvordan du skaber din 'ideelle kunde' og dele den med resten af dit salgs- eller marketingteam. 

1

Hvad er 'buyer persona'?

En 'buyer persona' er et fiktivt billede, der repræsenterer din *ideelle kunde* og baseret på rigtige data om din kundes demografi og online adfærd sammen med en personlig fortælling, motivation og udfordringer/bekymringer.

Nøgleord: Demografi (fakta) + psykografi (hvad 'trigger' din kunde)

2

Hvorfor skal du vide hvem din 'buyer persona' er?

Du og dit salgs- eller marketingteam kan bedre målrette og personliggøre budskaber, når I kommunikerer med potentielle kunder og på den måde være lige så konkurrencedygtige som de store virksomheder.

Nøgleord: Target marketing

3

Hvordan skaber du din 'buyer persona'?

Gennem research, undersøgelser og interview med både gode og dårlige kunder + potentielle kunder kan du finde ud af:

1. Hvad kunden værdsætter
2. Hvordan din løsning/produkt passer ind i kundens behov/dagligdag
3. Hvilket indhold du skal skabe, som er relevant og på hvilket tidspunkt

Nøgleord: Research, interview, undersøgelser



Hvor bruger du 'buyer persona' i virksomheden?

Det hele handler i sidste ende om kunderne og om at forstå, hvordan I kan kommunikere med kunden, være hjælpsom, uddanne og skabe relevant indhold i forhold til kundens købsproces.

Brug den viden I har om kunderne - sammen:

- Salg
- Marketing
- (Kunde-) service

Nøgleord: Kommunikation, videndeling, købsproces



Hvad gør du nu?

- 3 ting, du kan gøre for at lave din 'buyer persona'

#1 Spørg internt i din virksomhed - især de personer, som arbejder med kunderne til dagligt: Salgsafdelingen og kundeservice.

#2 Brug online værktøjer som kan give dig analyse over kundernes adfærd: Online spørgeskemaer, sociale medier, web-analyse og -statistik.

#3 Spørg eksisterende kunder!

De har allerede en mening og har endda evalueret dine produkter eller ydelser. Eller måske din konkurrents?

Det skal du vide om din kunde

- ❑ Geografi (land, område, region)
- ❑ Demografi (køn, alder, indkomst, uddannelse, erhverv)
- ❑ Psykografi (hvad 'trigger' kunden, livsstil, meninger/holdninger, værdier, personlighed)
- ❑ Kundens mål - primære og sekundære
- ❑ Kundens udfordringer - primære og sekundære

Du er der næsten...





Hvordan kan din virksomhed/produkt hjælpe med at løse kundens problem og udfordringer...?



Når du har svaret, kan du gå videre med at skabe det rigtige indhold og finde de rigtige platforme til at sprede dine budskaber!

Denne guide kan frit benyttes og deles, men giv god karma og krediter: www.prangsgaard.com



Mere 'free stuff' til din 'content creation'? >>

[klik her](#)

Har du brug for hjælp til **content marketing**, så giv mig et kald tlf. +45 51763016 eller via christina@prangsgaard.com