

# BUYER PERSONA CHECKLIST



Buyer Persona's helpen je je klanten te begrijpen en in te delen via hun drijfveren. Want ook vandaag nemen klanten nog steeds commerciële beslissingen op basis van emoties.

Pas nadien zoeken ze rationele elementen om hun keuze te verantwoorden.

**Ook in B2B!**

Buyer Persona's



Meer inzicht in je doelgroepen



Geoptimaliseerde klantbeleving



Meer en beter gekwalificeerde leads

Gebruik deze checklist om samen met collega's minstens één klantprofiel heel gedetailleerd te beschrijven. Maak je er meerdere, hou er dan rekening mee dat elke persona een eigen marketingaanpak vereist!

Onderdelen die niet relevant zijn voor jouw product of dienst, sla je gewoon over. Maar voeg wél toe wat juist belangrijk is voor jouw aanbod.

Blijf altijd denken vanuit de beleving van je klanten:  
wat is voor hen van belang, wat zijn hun noden?

# DEMOGRAFISCH PROFIEL

Hoe ziet je persona er globaal gezien uit? In welke omgeving beweegt hij zich, wat is zijn basis?



- Leeftijdscategorie
- Mogelijke beroepen of functieprofielen
- Bestedingspatroon: hoeveel ruimte is er

### Extra voor B2C:

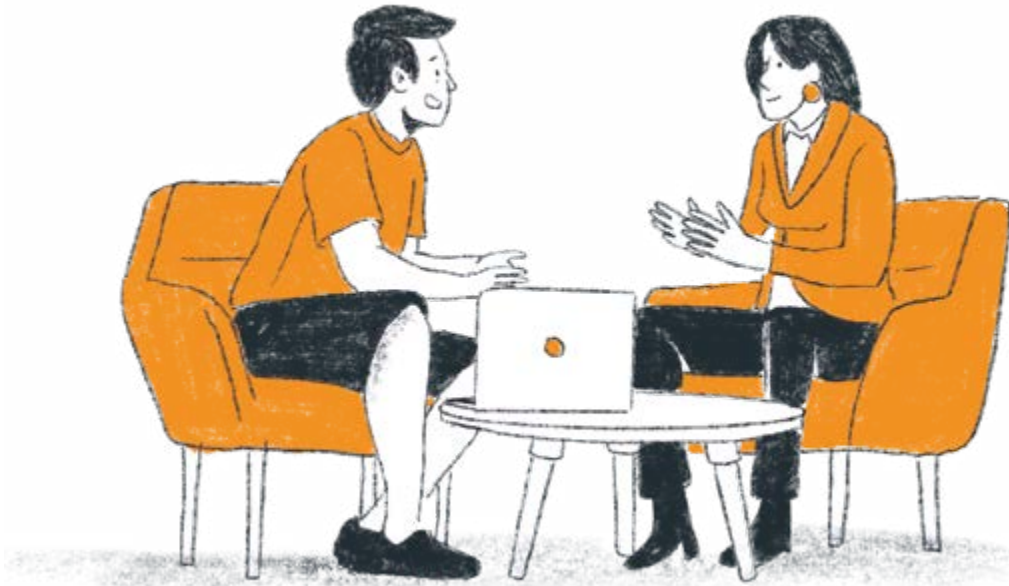
- Gender (indien relevant)
- Woonplaats
- Gezinsamenstelling
- Hobby's
- Huisdieren
- Veel, weinig of geen vrienden

### Extra voor B2B:

- Sector
- Organisatie type en grootte
- Mogelijke functietitels
- Rollen en verantwoordelijkheden
- Beslissingsbevoegdheid
- Opleiding
- Carrièrepad

# PRIORITEITEN

Waarom zoekt een prospect een product/oplossing/service als die van jouw bedrijf?



- Wat zijn de prioriteiten van deze persona?
- Hoe denken zij deze te bereiken?
- Wat wil deze persona van je merk?  
Wat zijn hun verwachtingen?
- Wat triggert hen om je product/dienst te overwegen?
- Welke ambities hebben ze?

## Extra voor B2C:

- Wat is voor deze personen het belangrijkste in hun leven?

## Extra voor B2B:

- Wat is professioneel het belangrijkste voor deze persona?
- Wat betekent het om succesvol te zijn?

# UITDAGINGEN EN DOELSTELLINGEN

Welke uitdagingen heeft deze persona, en wat zijn zijn doelstellingen?  
Kies telkens de drie belangrijkste.



- Welke pijnpunten hebben deze personen?
- Wat zijn de grootste uitdagingen die overwonnen moeten worden (ivm je product of dienst)?
- Welke doelen hopen ze te bereiken?
- Wat kunnen wij doen om te helpen met deze doelstellingen en uitdagingen?

### Extra voor B2B:

- Welke zijn de uitdagingen van de leidinggevende van deze persona?
- Hoe kunnen we daarop anticiperen?

# BESLISSINGSCRITERIA

Wat zijn voor deze persona de belangrijkste elementen om tot een aankoopbeslissing te komen?



- Wat is de rol van deze personen in het aankoopproces? Wat is hun beslissingsbevoegdheid?
- Wie of wat heeft nog impact op het beslissingsproces?
- Moeten deze personen verantwoording afleggen aan iemand anders? Zo ja, hoe kunnen we hen helpen overtuigen?
- Wat zijn de triggers in hun aankoopbeslissing? Prijs, ondersteuning, duurzaamheid, ...?
- Welke aspecten van je oplossing zijn cruciaal voor deze klanten?
- Welke factoren kunnen bepalen dat ze kiezen voor een concurrent?
- Welk type content krijgen deze personen het liefst?
  - Liever details en techniciteit of plug & play?
  - Liever inspiratie en ideeën of informatie met research en details?
- Welk type content vertrouwen ze het meest?

## Extra voor B2B:

- Wat zijn de belangrijkste eisen aan een leverancier?
  - Levercapaciteit: JIT, op korte termijn, ...
  - Betrouwbaarheid?
  - Ervaring of innovatief?
  - Detaillistisch of flexibel?
  - ...

# VOORKEUR CONTACTMOMENTEN EN -MANIEREN

Hoe kan je deze persona het beste en het makkelijkst bereiken?



- Welke zijn de belangrijkste informatiebronnen voor deze personen?
- Welke media gebruiken zij? Welk zijn hun favoriete websites, social kanalen, blogs, print media, belangrijkste influencers en thought leaders, favoriete on- en offline events?
- Wanneer zitten zij op welk kanaal?
- Hoe communiceren zij het liefst met jou? Telefonisch, per mail, chatbox, ...
- Hoe horen zij het liefst van jou? Advertenties, radio, tv, e-mail, direct mail, blogs, out-en/of inbound campagnes, social marketing?

# AANDACHTSSPANNE

Wat is de beste manier om de aandacht van deze persona te trekken en te behouden?



- Hoe filteren deze personen de dagelijkse lawine aan informatie? Gaat er meer aandacht naar wat vrienden en familie zeggen? Hangt het af van de auteur of de expertise? Moeten ze persoonlijk aangesproken worden? ...
- Hebben ze continu updates en inspiratie nodig of juist niet?
- Wat zijn triggers om hun aandacht te winnen? Zijn ze gevoelig voor clickbait of niet?

Heb je je persona's beschreven? Maak ze dan visueel.  
Dit maakt ze gemakkelijker te gebruiken!

**En als we je kunnen helpen met inspiratie, creatie en implementatie:  
heel graag! Laat het ons weten.**