

ĆWICZENIE NR 3

Buyer persona

Wypełnij poniższą tabelkę na podstawie posiadanych informacji. Bazuj na wiedzy zdobytej od Twoich aktualnych klientów, od Twoich pracowników (zwłaszcza sprzedaży i obsługi klienta), od konkurencji, z rynku.

Stwórz od 2 do 5 profili buyer person w zależności od np. wieku, lokalizacji, wartości, form spędzania wolnego czasu czy nawyków zakupowych.

Opis ogólny	Napisz w 2-3 zdaniach ogólną charakterystykę Twojej buyer persony.
Dane demograficzne	Wiek: Płeć: Miejsce zamieszkania: Wykształcenie: Zawód wykonywany: Stan cywilny: Dzieci: T/N Wielkość zarobków:
Zainteresowania	Co lubi robić w wolnych chwilach?
Osobowość	Jest intro czy ekstrawertyczką/kiem? Czy jest komunikatywna/y czy raczej zamknięta/y w sobie? Łatwo się denerwuje? Jest otwarta/y na słuchanie? Lubi podejmować ryzyko? Narzeka? Dlaczego?
Jakimi wartościami kieruje się w życiu?	Niezależność? Miłość? Relacje? Zaufanie? Bezpieczeństwo? ...itd.
Jak kupuje (podobne produkty do Twoich)?	Czy szuka w wielu źródłach czy tylko wybiera spośród znanych marek? Czyta opinie o firmach? Potrzebuje się do edukować o Twoim produkcie? Potrzebuje zobaczyć / przetestować produkt przed zakupem? Czy decyduje o zakupie podejmuje sam/a czy jednak nie? Zauważa zaangażowanie firmy w poza firmowe inicjatywy np. CSR, zbiórki dla potrzebujących, mentoring? Jak szybko się decyduje na zakup? Czy zwraca zakupione produkty?

	<p>Płaci przelewem, blikiem czy gotówką? Potrzebuje wsparcia po zakupie? Dlaczego?</p>
Jaką formę komunikacji preferuje?	<p>Czy preferuje kontakt z firmą online (chatbot, formularz, mail, social media) czy jednak tradycyjny telefon? Dlaczego?</p>
Gdzie i jak spędza czas w sieci?	<p>Czy jest aktywna/y na social mediach (jakich)? Czy czyta fora (jakie?)? Czy jest członkiem jakiejś grupy? Czy subskrybuje jakieś konkretne kanały na YouTube? Ile czasu spędza średnio w sieci? Czy odwiedza i czyta portale branżowe? Bierze udział w webinarach? Słucha podcastów? Dlaczego?</p>
Jaki ma problem, który rozwiązuje Twój produkt/ usługa?	<p>Np. Nie potrafi pomóc swoim dzieciom w odrabianiu ich lekcji i szuka pomocy. Planuje już kolejne wakacje, ale nie ma czasu na szukanie i potrzebuje pomocy / organizacji takiego wyjazdu. Zepsuł jej się prysznic a zależy jej na czasie więc szuka specjalisty do naprawy. Potrzebuje się wyciszyć i szuka lekcji medytacji... Itd.</p>
Jak i gdzie szuka rozwiązania swojego problemu?	<p>Czy szuka rozwiązań tylko w sieci czy też w innych miejscach (znajomi z pracy, przyjaciele, rodzina, spotkania dedykowane konkretnej tematyce, konferencje itd.)? Dlaczego?</p>

Jak Twój produkt / usługa może pomóc w rozwiązaniu problemu?	Opisz w najbardziej prosty sposób jak współpraca z Tobą / zakup u Ciebie pomoże rozwiązać problem klienta. Użyj języka korzyści. Podkreśl wartości jakimi się kierujesz i które mogą mieć znaczenie dla klienta. I dlaczego ma wybrać akurat Ciebie?
--	--

Przykład

Buyer persona sklepu z artykułami dla dzieci.

Opis ogólny	Katarzyna, przyszła mama, która szuka artykułów dla swojego dziecka.
Dane demograficzne	Wiek: 30 lat Płeć: Kobieta Miejsce zamieszkania: Miasto 20 000 mieszkańców, mieszkanie w bloku Wykształcenie: Wyższe Zawód wykonywany: Asystentka biura Stan cywilny : zamężna Ma dzieci: spodziewa się pierwszego dziecka Wielkość zarobków: 5000zł/mc (UoP)
Zainteresowania	Katarzyna interesuje się sportem i zdrowym odżywianiem. Śledzi na Instagramie kilka influencerek z branży fitness, dietetyka i artykuły dla dzieci.
Osobowość	Kasia jest ekstrawertyczką, łatwo nawiązuje znajomości i dość szybko powiększa grono swoich znajomych, zwłaszcza w social mediach. Nie ma problemu w dzieleniu się swoimi opiniami, z ciekawością słucha innych i korzysta z ich doświadczenia, zwłaszcza mam które już mają dzieci.
Jakimi wartościami kieruje się w życiu?	Wartości, którymi kieruje się w życiu Katarzyna to przede wszystkim miłość, radość, zaufanie, prawda, otwartość, kreatywność, naturalność, zabawa.
Jak zwykle kupuje?	Kasia ceni sobie opinie najbliższych oraz osób ze swojego kręgu znajomych (w tym członkowie grup na social mediach do których należy), którzy szukany przez nią produkt /usługę już kupili i przetestowali. Dodatkowo czyta także opinie o produkcie / sklepie w Internecie aby mieć pełen obraz. Ważne jest dla niej aby dostawa była do domu lub paczkomatu w okolicy (w przypadku niewielkich rzeczy) i aby można było zwrócić produkt łatwo i bezkosztowo. Zwykle płaci BLIKiem lub przelewem online.
Jaką formę komunikacji preferuje?	Lubi gdy ma możliwość zapytania o produkt na chat'cie lub przez messenger i otrzymanie szybkiej odpowiedzi. Nie potrzebuje rozmawiać przez telefon ze sprzedawcą.
Gdzie i jak spędza czas w sieci?	Kasia jest aktywna w social mediach gdzie komentuje swoją ciążę, co je, jakie aktywności podejmuje, nad czym się zastanawia. Na swoim profilu na Instagramie ma już ponad 300 obserwujących, a na TikToku - ponad 600, w tym 90% to kobiety. Jest też członkiem grupy dla rodziców w swoim mieście na Facebook/ Meta oraz na

	<p>Instagramie. Na YouTube ogląda treningi dla mam, recenzje produktów, wywiady motywacyjne lub transmisje z koncertów ulubionych artystów.</p> <p>Średnio w sieci spędza od 2 do 5 godzin dziennie.</p>
Jaki ma problem, który Twój produkt/ usługa rozwiązuje?	<p>Kasia szuka przede wszystkim rad dla przyszłych rodziców, a szczególnie informacji o rodzicielstwie bliskości, wychowaniu, zdrowiu dziecka. Chce, aby pojawienie się dziecka na świecie było jak najbardziej naturalne, bez stresu. Jednocześnie zależy jej na przygotowaniu otoczenia dla dziecka, bez niepotrzebnych dystraktorów, z możliwością bycia z nim jak najbliżej.</p>
Jak i gdzie szuka rozwiązania swojego problemu?	<p>Katarzyna aktualnie jest mocno zainteresowana produktami dla małych dzieci - ubranka, wyposażenie pokoju, wózki, nosidełka, chusty, butelki, smoczki itd. Gdy rozważa zakup któregoś produktu w pierwszej kolejności pyta inne mamy na swoim profilu na Instagramie, na zamkniętej grupie dla rodziców na Facebook / Meta i w szkole rodzenia. Po zebraniu opinii z najbliższego otoczenia sprawdza opinie o produktach i sklepie w internecie i gdy faktycznie produkt oraz obsługa sprzedaży spełnia jej potrzeby, konsultuje je jeszcze z partnerem, i gdy uznają że faktycznie "to jest to" - zamawia.</p>
Jak Twój produkt / usługa może pomóc w rozwiązaniu problemu?	<p>Nasze produkty dla niemowląt i małych dzieci spełniają najwyższe standardy w branży. Posiadamy certyfikaty i atesty najważniejszych instytucji w Polsce i Europie (m.in. Organic 100, Organic Blended, Oeko-Tex® Standard 100, Vegan, PZH, Instytutu Matki i Dziecka oraz GOTS) . To świadczy o ich najwyższej jakości i bezpieczeństwie dla niemowląt i dzieci.</p> <p>Dodatkowo, nasze produkty elektroniczne posiadają dedykowaną aplikację, która krok po kroku przeprowadzi Cię przez opcje użytkowania, da Ci możliwość zdalnego włączenia / wyłączenia czy regulowania temperatury. Mamy także regularne spotkania dla rodziców maluszków online na Instagramie i Facebook/ Meta, gdzie możesz zadawać nam pytania. Są nagrywane i do obejrzenia na dedykowanej grupie dla rodziców.</p> <p>Wybrane produkty z serii "Karmienie" możesz testować przez 30 dni.</p>