

01

Buyer Personas

2021

wybe



Chi sono le Buyer Personas?

Le buyer personas sono **rappresentazioni fittizie dei tuoi clienti ideali**.

Ti aiutano a capire meglio la tua reale e potenziale clientela per stabilire l'audience di destinazione e quindi capire di cosa hanno bisogno e come puoi convincerli ad acquistare i tuoi prodotti e servizi.

Perché hai bisogno delle buyer personas?

Conoscere le buyer personas è fondamentale sia per sviluppare le tue campagne pubblicitarie, creando **contenuti specifici** per il tuo pubblico, sia per migliorare il tuo prodotto o servizio in modo da adeguarlo al tuo possibile acquirente.

L'analisi della tua possibile clientela ti permette di creare dei messaggi fortemente personalizzati per una specifica fascia di pubblico e di non sprecare risorse.

Non è un caso che **tutte le grandi aziende nel mercato mondiale le utilizzino per qualsiasi aspetto del marketing**.

Cosa hai bisogno di sapere sulla tua buyer persona?

Per costruire una buyer persona devi **conoscere bene il tuo pubblico** in modo da renderla il più possibile reale. Gli aspetti che devi considerare sono:

- Dati demografici: genere, fascia d'età, dove vivono e reddito;
- Etichette: particolarità che ti aiutano a identificare il cliente;
- Come può essere aiutata: come il tuo prodotto o servizio può aiutare la persona a raggiungere i suoi obiettivi e risolvere le proprie difficoltà;
- Obiezioni comuni che una persona potrebbe avere sul tuo prodotto o servizio, la cui individuazione ti consente di creare messaggi che le anticipino.
- Background: informazioni di base sulla persona, come interessi, attività lavorativa e istruzione;
- Obiettivi: cosa porta la persona all'acquisto del tuo bene o servizio. Ad esempio, la persona vorrebbe semplificare l'organizzazione nella propria azienda;
- Difficoltà: cosa potrebbe portare la persona a non acquistare il tuo prodotto o servizio;

04



Come creare una buyer persona?

Sviluppare una buyer persona non è un procedimento semplice, ma è sicuramente una delle cose più utili che farai per il tuo business.

Per creare una buyer persona si procede facendo **ricerche, sondaggi ed interviste** ai tuoi attuali clienti ed anche a coloro che si trovano fuori dal tuo database ma potrebbero essere allineati con quello che cerchi.

Per facilitarti il compito abbiamo cercato di preparare una guida step by step con delle linee guida da seguire in maniera semplice ed intuitiva.

PASSO 1

Identifica le esigenze del cliente

Lo scopo del primo step è quello di identificare i problemi, gli obiettivi e i desideri che possono avere i tuoi clienti, e quindi i motivi che li spingono a rivolgersi alla tua azienda.

Per farlo stila una lista con tutto quello che ti viene in mente, senza chiederti quanto abbia senso, la analizzerai solo in un secondo momento per migliorarla.

PASSO 2

Dati demografici

Elenca tutto ciò che sai sui tuoi clienti come età, etnia, livello scolastico, reddito, dove vivono, che lingua parlano, qual è la loro situazione sentimentale, che lavoro fanno.

Anche qui elenca tutto ciò che ti viene in mente, tutto quello che riesci ad immaginare.

PASSO 3

Aspetti psicologici e culturali

Le domande che devi porti sono:

- Come descrivo il suo carattere?
- È una personalità innovatrice?
- È motivata dai suoi risultati?
- Quali sono i suoi hobby?
- Cosa fa nel tempo libero?
- Cosa guarda in tv?
- In cosa crede?
- Qual è il suo stile di vita?
- Dove fa i suoi acquisti?
- Qual è il suo comportamento sul web?
- Utilizza i social? Quali?

PASSO 4

Identifica i tratti comportamentali

Elenca ora alcune idee su come i tuoi clienti potenziali giungono all'acquisto. Quali sono i metodi di comunicazione preferiti dai tuoi clienti con un brand? Elenca in ordine di importanza.

È probabile che i tuoi potenziali clienti abbiano le stesse preferenze.

- Qual è il loro comportamento nei confronti dei tuoi prodotti, servizi e del tuo marchio?
- I tuoi potenziali clienti lo conoscono già oppure non hanno familiarità con il tuo marchio, servizio o prodotto quando entrano in contatto con esso?
- Quali sono le loro abitudini d'acquisto?
- Perché dovrebbero acquistare ciò che vendi?
- Quali sono le obiezioni più comuni?

Chiediti cosa impedirebbe loro di comprare da te.

PASSO 5

Analizza e convalida i risultati

A questo punto hai raccolto una buona quantità di informazioni sui tuoi clienti. Ora dovrai analizzarli e quindi validarli. **Come fare?** Il metodo più sicuro è quello di chiamare i tuoi clienti.

Confronta le informazioni che già sono in tuo possesso con quelle sui tuoi clienti.

Relazionati con i clienti o effettua brevi sondaggi. Tieni d'occhio le conversazioni sui social e documentati sul web.

Questo è lo step più importante, senza convalida tutto ciò che hai immaginato non ha alcun valore.

Non puoi permetterti di investire tempo e soldi su un pubblico che non esiste.

PASSO 6

Crea una buyer persona

Se hai completato tutti e 5 i passaggi, dovresti avere una grande quantità di informazioni sui tuoi clienti e potenziali clienti che potresti utilizzare per creare una buyer persona.

Quindi, **metti insieme tutte le informazioni per creare l'identikit finale.**

Come ottenere i dati per creare le buyer personas?

Esistono diversi modi per ottenere i dati necessari per costruire le tue buyer personas. Questi includono:

- Invio di un sondaggio via e-mail ai tuoi attuali clienti, in cui viene chiesto di rispondere ad alcune domande.
Funziona meglio se incentivi i clienti con un'offerta come la possibilità di vincere un coupon se completano il sondaggio;
- Condurre interviste con diversi clienti, tramite telefono, di persona o via e-mail, per conoscerli davvero e scoprire le loro esigenze specifiche in modo approfondito;
- Tool specifici nel web.

Importante!

08

Insieme a questo documento trovi anche un **file excel** con un esempio su come realizzare la tua buyer persona e un foglio di lavoro su cui realizzare la tua.

Piccolo consiglio: un trucco che puoi utilizzare per semplificare l'identificazione della buyer persona è pensare a persone che già conosci, personaggi di serie tv che sarebbero il tuo cliente ideale ed ispirati a loro per compilare le informazioni.

Nell'esempio che troverai siamo alla ricerca della giusta buyer persona per un concessionario di auto Volvo.

Da sempre il brand Volvo viene associato alla sicurezza e alla famiglia, per questo, usando il nostro trucchetto, per la nostra buyer persona ci siamo ispirati a Jack Pearson della serie tv This is us.

Ricordati: puoi creare anche più di una buyer persona.