Täytä ostajapersoona–taulukkoon ostajapersoonaa kuvaavat ominaisuudet. Mieti yrityksen asiakasryhmiä, ja tee niistä 1-3 eri ostajapersoonaa. Tämän jälkeen markkinointiviestintä on helpompi kohdentaa ja se on asiakkaita paremmin palvelevaa.

|  |  |
| --- | --- |
| Ostajapersoona |   |
| Ostajapersoonan kuva: | Nimi:  |
| Millainen hän on?Asuinpaikka, ikä, sukupuoli, titteli, toimiala, tulot, koulutus, arvot, elämäntyyli, persoonallisuus, viiteryhmä |  |
| Asiakkaan ongelma? |  |
| Mikä asiakkaan tarve voidaan täyttää? |   |
| Asiakkaan ostopäätöksen taustalla olevat motiivit? |   |
| Mitä ostamisen esteitä, haasteita tai kipupisteitä asiakkaalla voi olla? |   |
| Asiakassuhde (mahdollinen uusi, nykyinen, entinen ostaja) / ostoprosessin vaihe (tiedon etsijä, vaihtoehtojen vertailija, ostaja tai nykyinen asiakas)? |  |
| Mitä tuotetta myymme asiakkaalle? |  |
| Millä tavalla viestitään, arvolupaus. Mitä hyötyä asiakas saa yrityksen tuotteista? |  |
| Kanavat, joista hankkii tietoa ratkaistakseen ongelmansa? | 1.2.3.4.5. |