

Käufer-Persona erstellen

Eine Buyer-Persona ist das A und O jeder Marketingstrategie. Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung.



1

Ziel und Fokus

Kläre, wofür du die Persona brauchst. Ist es für Content-Marketing, Ads oder Produktentwicklung? B2B oder B2C?



2

Daten sammeln

Nutze quantitative und qualitative Quellen. Analytics, Befragungen, Sales Insights, Marktforschung und Reports.

3

Basisdaten definieren

Definiere demografische Daten wie Alter, Geschlecht, Wohnort, Beruf, Einkommen und Bildung deiner Zielgruppe.



4

Motivation verstehen

Ergünde die Psychografie: Ziele, Pain Points, Trigger, Werte und Persönlichkeit der idealen Kunden.

5

Kaufverhalten analysieren

Wo informieren sie sich? Welche Kanäle nutzen sie? Entscheidungskriterien: Preis, Qualität, Vertrauen, Referenzen.



6

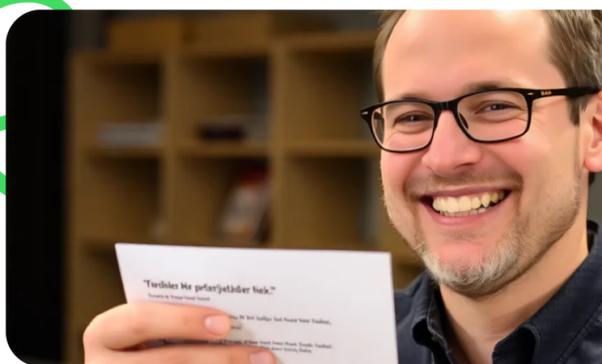
Template erstellen

Packe alle Infos in ein nutzbares Format. Name, Rolle, Alter, Ziele, Herausforderungen, Kaufmotive, Kanäle, Zitat.

7

Validieren & Nutzen

Mit echten Kunden abgleichen. Regelmäßig aktualisieren. In allen Bereichen einsetzen: Content, Ads, Sales, Produkt.



Persona Fahrplan

Erstelle eine Buyer-Persona für gezieltes Marketing. Definiere, sammle Daten und nutze sie effektiv.

