

Klantpersona maken

Een **klantpersona** is een beschrijving van hoe JOUW droomklant eruit ziet. Het maken van zo'n klantpersona levert je enorm veel inzichten op, zoals: inzichten in het gedrag van je droomklant, inzichten in de keuzes die ze doorgaans maken en inzichten in bijvoorbeeld de mediaconsumptie van je droomklant.

Het is heel erg fijn om dit inzichtelijk te hebben, want op basis van deze kennis en schattingen kun jij een scherpere strategie maken.

Het maken van een klantpersona kan op twee manieren:

1. Door enkele vragen over je droomklant in te vullen;
2. Door je droomklant in verhaalvorm op te schrijven.

Het is aan jou waar je de voorkeur aan geeft. Ik reik je met deze pagina's de hulpmiddelen aan om ermee aan de slag te gaan.

Merin de Does Businesscoaching
www.merindedoes.nl

***Nog een laatste tip: heb je meerdere doelgroepen? Zorg dan dat je voor elke doelgroep jouw droomklant uitwerkt. Maak dan dus meerdere klantpersona's.**

Manier 1. Vragen beantwoorden

1. Wat is het geslacht van je droomklant(en): man, vrouw of beiden?
2. Van welke leeftijd(scategorie) zijn je droomklanten?
3. Wat is de burgerlijke status van je droomklant? Getrouwd, ongetrouwd, samenwonend, alleenstaand?
4. Wat voor opleiding hebben je droomklanten genoten?
5. Wat is het geschatte inkomen/de geschatte inkomensklasse van je droomklanten?
6. Hebben je droomklanten kinderen? En zo ja, hoeveel? En hoe oud? Jongens of meisjes?
7. Wat voor hobby's hebben je droomklanten?

8. In wat voor dagelijkse tips zijn je droomklanten geïnteresseerd?
9. In welke fase van hun persoonlijke ontwikkeling zitten je droomklanten?
10. Aan welke materiële zaken hechten jouw droomklanten waarde?
11. Welke (kern)waarden hebben jouw droomklanten?
12. Welke (gedeelde) verlangens hebben jouw droomklanten?
13. Lezen jouw droomklanten de krant? En zo ja, welke?
14. Luisteren jouw droomklanten naar de radio? En zo ja, naar welke zenders?
15. Zitten jouw droomklanten op social media? En zo ja, welke social media platformen gebruiken ze dan?
16. Hoeveel uur van hun dag zijn jouw droomklanten actief op social media? En in welke tijdsbestekken?
17. Welke problemen en frustraties hebben jouw droomklanten?
18. Welke intrinsieke doelen en drijfveren hebben jouw droomklanten?
19. Welke angsten hebben jouw droomklanten?
20. Welke kernwaarden hebben jouw droomklanten?

Manier 2. Verhaalvorm

Bijvoorbeeld: Marie is 33 jaar. Ze werkt 24 uur per week als boekhouder/administratief medewerkster bij een grote multinational. Elke dag reist ze met haar lichtblauwe Renault Twingo een uur heen en een uur terug van en naar haar werk. Ze is getrouwd en haar man werkt fulltime als accountmanager bij een landelijke uitgeverij. Samen verdienen ze een leuk inkomen (opgeteld 4.200-4.500 euro bruto per maand). Ze hebben twee kinderen: een jongetje van 3 en een meisje van 1,5. Op de dagen dat Marie werkt, gaan de kinderen naar de opvang. Marie haalt ze op en brengt ze weg. En hoewel Marie graag werkt, zou ze wel wat meer tijd vrij willen hebben (wens). Ze zou het allerliefst haar eigen werktijd in willen delen (behoefte), maar daar gaat het bedrijf waar ze nu werkt zeker niet mee akkoord (struggle). In

haar vrije tijd zoekt ze naar tips over 'werken vanuit huis' en leest ze graag magazines als de Viva en Happinez om te ontspannen. [vul verder in].

Je kunt dit verhaal zo uitgebreid maken als je zelf wilt natuurlijk. Zorg ervoor dat je echt een deep-dive in de belevingswereld van je droomklant neemt. Wat houdt ze bezig? Wat zijn hun dagelijkse taken en bewegingen? Breng het allemaal in kaart en gebruik het als fundament voor het ontwikkelen en vermarkten van je producten en/of diensten.