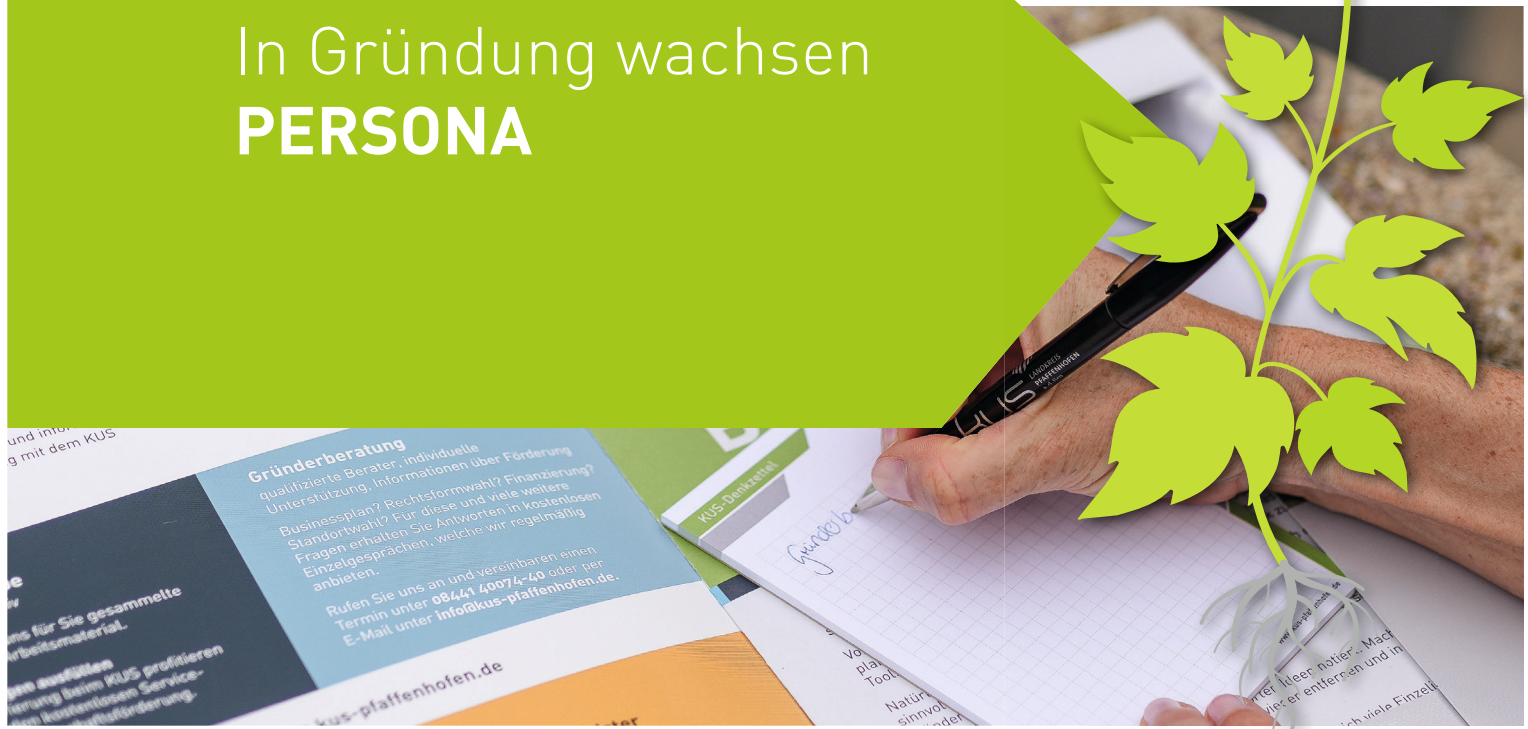


In Gründung wachsen **PERSONA**



➤ **HILFSMITTEL: PERSONA**

Was ist eine PERSONA?

Personas sind archetypische Nutzer, welche die Ziele und Bedürfnisse einer Kundenzielgruppe definieren. So können von Beginn an fundierte Entscheidungen zur Entwicklung von nutzerfreundlichen Produkten und Dienstleistungen getroffen werden. Vom lebenslustigen Studenten, über die durchorganisierte Mutter bis hin zum rüstigen Rentner – die fiktionale Persona steht charakteristisch für die unterschiedlichsten Bedürfnisse, Talente und Hintergründe einer Zielgruppe.

Wie erstelle ich eine PERSONA?

Die Erstellung von Personas ist ein klassisches Instrument der Kundenforschung. Um möglichst nutzerfreundliche Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, braucht es ein großes Verständnis über die Motivationen und Bedürfnisse einer Zielgruppe. Marktforschungsdaten sind anonym und vergessen die individuellen Lebenslagen der Kunden. Mithilfe einer Persona denkt man sich in die Zielgruppe hinein. Man sammelt vielfältige Informationen über die Lebenswelt, macht die Menschen verstehbar und kann sich so besser mit der Kundengruppe identifizieren. Eine Persona umfasst u.a. folgende Aspekte:

**Demografische Daten / Private, familiäre Situation / Werdegang und Berufssituation /
Hobbies und Freizeit / Bilder und Zitate**

**Nutzen Sie gerne diese beigegefügte Vorlage. Wenn Sie wünschen, geben wir Ihnen dazu gerne unser
Feedback über gruendung@kus-pfaffenhofen.de**

kus-pfaffenhofen.de/gruendung



Hintergrund zur Person: (Beruf, Karriere, Bildung, Familie) - Wie sieht der typische Vertreter dieser Kundengruppe aus? - Welchen Beruf übt der Vertreter aus? - Wie sind die familiären Verhältnisse? - Was ist der Person im Leben wichtig?	Identifikatoren: Was macht die Persona aus (z.B.: Hobbys, Interessen)? - Wie ist ihr Auftreten? - Welches sind ihre bevorzugten Kommunikationskanäle? - Wie ist das Informationsverhalten (On- /Offline & welche Kanäle)? - Wie ist das Einkaufsverhalten (On- /Offline)? - Wer übt Einfluss auf die Persona aus (Freunde, Arbeitskollegen, Vorbilder etc.)?	Foto: Wie sieht der typische Vertreter in der Gruppe aus? Demografie: - Alter - Geschlecht - Wohnort - Wohnverhältnis
Erwartungen, Ziele & Emotionen: - Was möchte diese Persona mit dem Kauf erreichen? - Welche Probleme will sie lösen? - Welchen Nutzen will sie erzielen? - Und welche Gefühle könnten dies alles begleiten? - Welche Ängste könnte sie haben? - Und was könnte sie ganz besonders begeistern?	Herausforderungen: - Welche Herausforderungen treten für die Persona bei der Kaufentscheidung bzw. Anbieter- & Produktauswahl auf? - Womit hat sie zu kämpfen? - Was fällt ihr schwer?	
Ideale Lösung: - Wie können wir der Persona helfen, die Herausforderung zu meistern? - Wie können wir ihre Erwartungen übertreffen? - Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen? - Wie helfen wir, dass sie ihre Ziele erreicht?	Häufige Einwände: - Warum würde die Persona unser/e Produkt/Dienstleistung nicht kaufen? - Welche Gegenargumente können aufkommen? - Was könnte sie stören oder verunsichern?	

Hintergrund zur Person:	Identifikatoren:	Foto:
		Demografie:
Erwartungen, Ziele & Emotionen:		Herausforderungen:
Ideale Lösung:		Häufige Einwände:



PLATZ FÜR NOTIZEN:

Deine praxisnahe Wirtschaftsförderung für den Landkreis Pfaffenhofen a.d.Ilm

Egal, ob du ansiedelst, umsiedelst oder dein Unternehmen erweiterst – wir helfen dir weiter. Kompetent, innovativ, wertschätzend, ehrlich und fest in der Region verwurzelt.

Nutze unsere Erfahrung und unser starkes regionales Netzwerk. Wir bringen Wirtschaft, Politik und Behörden zusammen und gestalten gemeinsam den Erfolg unseres Wirtschaftsstandorts. Wir freuen uns darauf, dich zuverlässig bei deinen Vorhaben zu begleiten!




KUS LANDKREIS
PFAFFENHOFEN
a.d.Ilm
Wirtschaftsentwicklung | Lebensraum- und Destinationsmanagement

Spitalstraße 7 | 85276 Pfaffenhofen a.d.Ilm
08441 40074-40 | info@kus-pfaffenhofen.de | www.kus-pfaffenhofen.de

-  [kus-pfaffenhofen](#)
-  [heimatverliebt_lkr_paf](#)
-  [kus.pfaffenhofen](#)