



# UDO UMSATZSUCHE

C-LEVEL EXECUTIVE IN DER ITK-BRANCHE

---



Eigenheim nahe einer  
Großstadt



laufende Termine:  
interne Besprechungen, Termine  
mit wichtigen Kunden auch am  
Abend, Besuch von Kundenevents  
und Verbandsarbeit, Rund um die  
Uhr on duty



40-59 Jahre, Männlich, verheiratet,  
2 Kinder



„Fünfzig Prozent bei der Werbung  
sind immer rausgeworfen. Man  
weiß aber nicht, welche Hälfte das  
ist.“ Henry Ford  
Der Beitrag des Marketings zum  
Umsatz muss bedeutend höher  
sein.  
Hilft es meinem Unternehmen?  
Kann ich damit glänzen?



Akademischer Abschluss mit  
kaufmännischem Hintergrund



CEO / Eigentümer  
Unternehmensgröße > 100 Mitarbeiter  
Einkommen > 100.000 €

---

Buyer Persona

---



# UDO UMSATZSUCHE

C-LEVEL EXECUTIVE IN DER ITK-BRANCHE

---



**Berufliche Ziele:**

- Prozeßoptimierung
- Produktivitätssteigerung
- Umsatzsteigerung / Wachstum



**Private Ziele:**

- Erhöhung der Work Life Balance
- Mehr Sport
- Mehr Familie



**Informationssuche:**

- Internet
- Newsletter
- Fachzeitschriften, -magazine
- Kollegen, Mitarbeiter, Netzwerke



**Interessante Themen:**

- Optimierungsstrategien
- neue Märkte erobern
- Produktivität steigern

Ein Workshop ist der ideale Startpunkt, um in ein drängendes Thema einzusteigen und daraus erste Lösungsansätze zu entwickeln. In unseren Experten-Workshops lernen Sie mit professioneller Unterstützung die ganze Bandbreite des Inbound Marketings kennen - wie die Erstellung einer Buyer Persona.

---

Buyer Persona

---

**NetPress**

Digitales Marketing



---

## PERSONA NAME

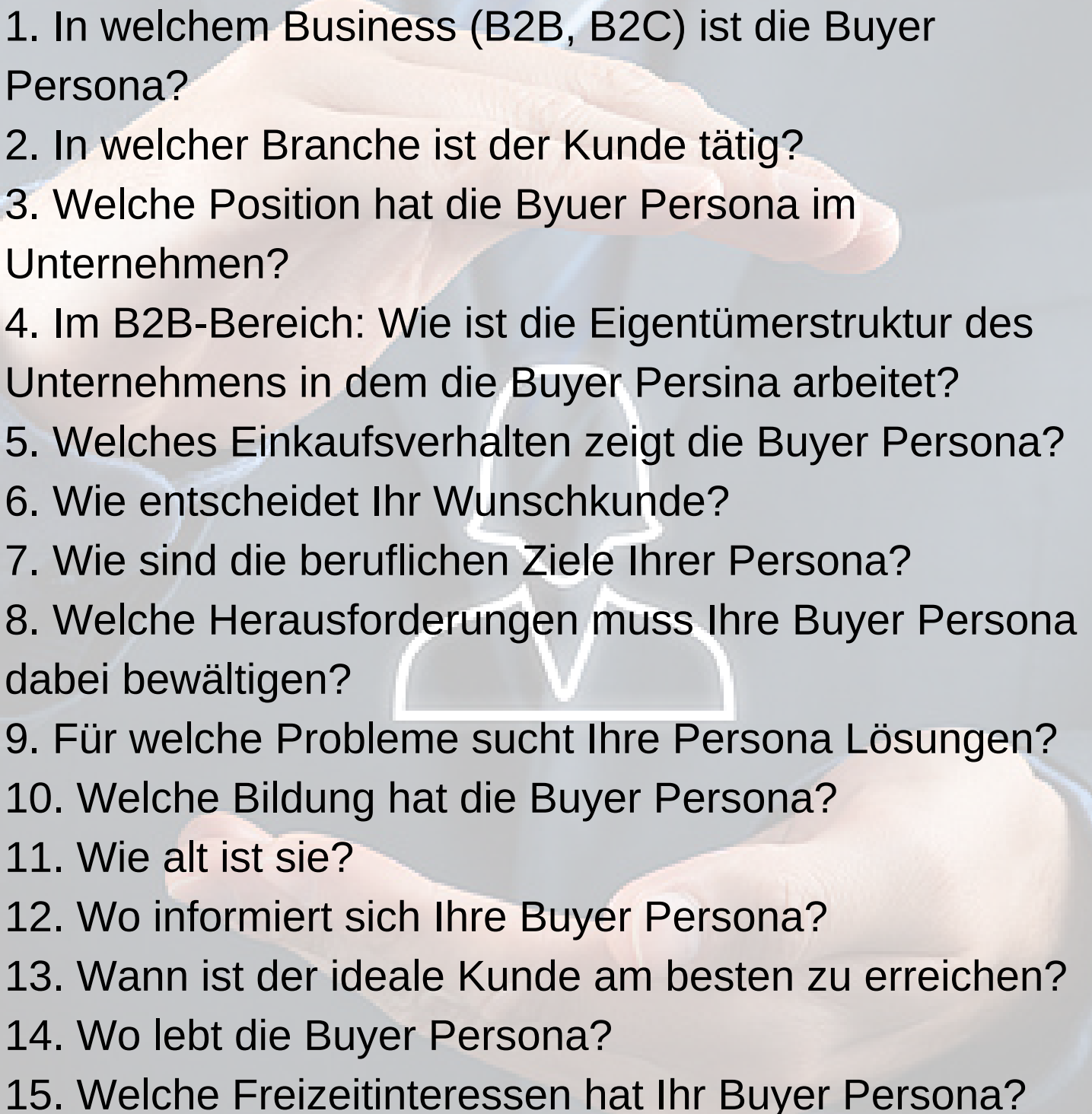
## BERUFSBEZEICHUNG

---

### Merkmale einer Buyer Persona

- Background:  
Basisinformationen über die Funktion / das Standing im Unternehmen, wichtige Informationen über das Unternehmen
- Demografie:  
Geschlecht, Altersgruppe, Haushaltseinkommen (wenn relevant)
- Identifikationsmerkmale:  
Buzzwords & Angewohnheiten
- Ziele:  
Persona's Prio1 und Prio2 berufliche Ziele
- Herausforderungen / PainPoints:  
Prio1 und Prio2 Herausforderungen zum Erfolg
- Wie können wir helfen?  
Wie kann mein Unternehmen die Herausforderungen/Probleme der Persona lösen, um deren Ziele zu erreichen?
- Allgemeine Bedenken:  
Was könnten die allgemeinen Bedenken der Persona während des Verkaufsprozesses sein?
- Statements:  
Aussagen, die die Persona während eines Interviews getroffen hat

# 15 Fragen zur Erstellung einer Buyer Persona

- 
1. In welchem Business (B2B, B2C) ist die Buyer Persona?
  2. In welcher Branche ist der Kunde tätig?
  3. Welche Position hat die Buyer Persona im Unternehmen?
  4. Im B2B-Bereich: Wie ist die Eigentümerstruktur des Unternehmens in dem die Buyer Persona arbeitet?
  5. Welches Einkaufsverhalten zeigt die Buyer Persona?
  6. Wie entscheidet Ihr Wunschkunde?
  7. Wie sind die beruflichen Ziele Ihrer Persona?
  8. Welche Herausforderungen muss Ihre Buyer Persona dabei bewältigen?
  9. Für welche Probleme sucht Ihre Persona Lösungen?
  10. Welche Bildung hat die Buyer Persona?
  11. Wie alt ist sie?
  12. Wo informiert sich Ihre Buyer Persona?
  13. Wann ist der ideale Kunde am besten zu erreichen?
  14. Wo lebt die Buyer Persona?
  15. Welche Freizeitinteressen hat Ihr Buyer Persona?

Quelle: HubSpot