

01

Denke an deine Freunde.

02

Wenn du deine Freunde für drei verschiedene Ferien-Destinationen einteilen müsstest, wie sähen die Gruppen aus?

03

Wie hast du entschieden, welcher Freund in welche Gruppe kommt? War es vielleicht aufgrund von Alter, Hobbies, Interessen, Beruf oder Familienstand?

04

Auch wenn du deine Freunde nicht bis ins Detail kennst, hast du unbewusst solche mit ähnlichen Attributen zusammengebracht. Die Chance ist gross, dass sie die gleichen Erwartungen an ihren Urlaub haben.

05

Denke jetzt an deine Kunden.

06

Wenn du sie in drei Gruppen einteilen müsstest, wie sähen diese Gruppen aus?

Personas bilden

Die ersten Überlegungen

07

Auch wenn du deine Kunden nicht bis ins Detail kennst, kannst du Personas erstellen. Nutze die Analysezahlen der Webseite, sprich mit Mitarbeitern mit Kundenkontakt und nimm Verkaufsstatistiken als Anhaltspunkte.