

BUYER PERSONA

OPIS SEGMENTÓW DOCELOWYCH KLIENTÓW B2B

Nazwa Startup, MŚP, JST, Korporacja

Podstawowe informacje Branża, Specyfika firmy, Wielkość firmy: (Liczba pracowników, przychody) Lokalizacja: (Lokalna, krajowa, międzynarodowa) Model biznesowy: (B2B, B2C, B2B2C, DTC)

Kluczowe potrzeby Jakie konkretne potrzeby biznesowe ma jego firma? Jakie funkcjonalności/usługi są dla niego najważniejsze? Jakiego poziomu obsługi klienta oczekuje?

Problemy, obawy i frustracje Największe obawy i blokery decyzyjne, frustracje: (np. ryzyko finansowe, integracja z obecnym systemem, opór wewnętrzny) Największe wyzwania: (np. brak zasobów, trudności w technologii, zmiany regulacyjne)

Proces zakupowy

Kto podejmuje decyzję? (np. CEO, Dyrektor IT, Menedżer Zakupów) Kto wpływa na decyzję? (np. Zespół techniczny, dział finansowy) Jak długo trwa proces zakupowy? (np. tygodnie, miesiące) Najważniejsze czynniki decyzyjne: (np. cena, funkcjonalność, jakość obsługi, opinie klientów)

Źródła informacji

Główne źródła informacji: (np. LinkedIn, blogi branżowe, konferencje, e-mail marketing) Preferowane formy kontaktu: (np. spotkania 1:1, webinary, newslettery, rozmowy telefoniczne) Ulubione formaty treści: (np. raporty, case studies, demo produktu, video)

Kluczowe oczekiwania

Co ceni w relacjach z dostawcami? (np. elastyczność, szybkie wsparcie, transparentność) Jakie firmy uważa za liderów branży? (np. benchmark konkurencyjny) Najczęstsze powody zmiany dostawcy: (np. słaba obsługa, lepsza oferta konkurencji, zmiany w strategii firmy)

Wykorzystywane produkty

Jakie produkty/usługi wspierają dotychczas realizację kluczowej potrzeby?

Obecni dostawcy

Jakie firmy wspierają dotychczas realizację kluczowej potrzeby?