

Buyer Persona Arbetsmall

Förstå människan bakom köpbeslutet - med riktiga
signaler, språk och hinder.

INTERVJUA · SYNTETISERA · AKTIVERA

En praktisk mall för marknad, sälj och customer success.

Persona är en människa - inte ett segment

En stark persona bygger på intervjuer, beteenden och verkligt språk. Den visar varför en person agerar, vilka hinder som bromsar och hur beslut formas.

PERSONA SVARAR PÅ

**Vem behöver vi
övertyga - och
hur?**

INTE

**Ålder, hobbyer och
gissade
stereotyper.**

Best practice: samla bevis först. Formulera profilen därefter. Uppdatera minst varje kvartal.

Steg 1 / Samla rösten

URVAL

Vilka 5-10 kunder eller förlorade affärer intervjuar ni?

TRIGGER

Vad hände precis innan de började leta?

MÅL

Vad försökte de uppnå - i egna ord?

HINDER

Vad gjorde dem osäkra eller skeptiska?

SPRÅK

Vilka formuleringar återkommer?

Steg 2 / Bygg profilen

ROLL & ANSVAR

Vad äger personen och hur mäts framgång?

MÅL & DRIVKRAFT

Vad vill personen förändra?

SMÄRTA & RISK

Vad kostar problemet - även personligen?

KÖPKOMMITTÉ

Initiativ, påverkan, beslut eller användning?

KANAL & FORMAT

Var och hur söker personen information?

Intervjuguide / 12 frågor

01 Ta mig tillbaka till när problemet blev prioriterat.

02 Vad försökte du lösa innan du hittade oss?

03 Vad gjorde att du började söka just då?

04 Vilka alternativ övervägde du?

05 Vem mer påverkade beslutet?

06 Vad skapade tvekan eller friktion?

07 Vilket innehåll hjälpte dig framåt?

08 Vilka ord använde ni internt?

09 Vad hade hänt om ni inte gjort något?

10 Hur definierade du ett bra resultat?

11 Vad överraskade dig efter köpet?

12 Vad skulle du säga till en kollega?

Steg 3 / Gör den användbar

1**BUDSKAP**

Vilket löfte, bevis och språk matchar personens verklighet?

2**INNEHÅLL**

Vilka frågor behöver besvaras före och under köp?

3**SÄLJSTÖD**

Vilka invändningar och interna argument behövs?

4**CRM**

Hur taggar ni roll och relevanta signaler?

En sida / Er Buyer Persona

NAMN & ROLL

En minnesvärd etikett, inte en karikatyr.

TRIGGER & MÅL

Varför nu, och vilket utfall betyder mest?

HINDER & RISK

Vad stoppar beslutet?

KÖPKOMMITTÉ & SPRÅK

Vem påverkar, och hur uttrycks problemet?

AKTIVERING

Budskap, innehåll, kanal och säljsamtal.

Nästa steg

Prata med fem kunder. Lyssna efter mönstret.

Personan blir användbar först när marknad och sälj kan höra kundens verkliga språk i den.

Vill ni göra profilen operativ i HubSpot?

leadlabs.se · Boka ett första samtal