

QUAL È IL
METODO PIÙ
EFFICACE PER
IDENTIFICARE I
BUYER PERSONAS
PER UN'AZIENDA?



dscom

Specialisti in comunicazione digitale

**SI POSSONO
PRENDERE IN
CONSIDERAZIONE
DIVERSE
METODOLOGIE
CHE TI
PERMETTONO DI
IDENTIFICARLI.
LE COSE
IMPORTANTI CHE
DEVI SAPERE
SONO QUESTE:**

1.FAI REVERSE ENGINEERING DALLA SOLUZIONE AL PROBLEMA.

“Ai clienti interessano i loro problemi, NON la tua soluzione.”

LA PARTE DIFFICILE E' IMMEDESIMARSI PER CAPIRE A PIENO LE REALI ESIGENZE DEL CLIENTE, QUINDI:

- Devi capire che **problema stai risolvendo;**
- Devi capire il gruppo di persone che ne sente **maggiormente il bisogno;**
- Devi capire qual é la **soluzione** che preferiscono.

2.SEGMENTA IL MERCATO IN CERCA DEI TUOI CLIENTI "PRECOCI".

Le prime persone che utilizzeranno la proposta che stai presentando, con meno resistenze sono i cosiddetti **"Early Adopters"**.

Ecco le tre caratteristiche che devono avere i tuoi clienti per poterli definire tali:

- **Soffrono** del Problema che tu risolvi;
- Stanno già **usufruendo di soluzioni alternative** per risolverlo;
- **Non** sono soddisfatti al 100%.

3.LASCIA STARE LE DEMOGRAFICHE, CONCENTRATI SUI COMPORTAMENTI.

“I clienti non acquistano prodotti, acquistano versioni migliori di loro stessi.”

In passato, si faceva riferimento quasi solo ai dati di natura demografica.

Questo target ormai è **obsoleto, al giorno d'oggi è importante tenere in considerazione **Obiettivi, frustrazioni e comportamenti.****

!!!IMPORTANTE!!!

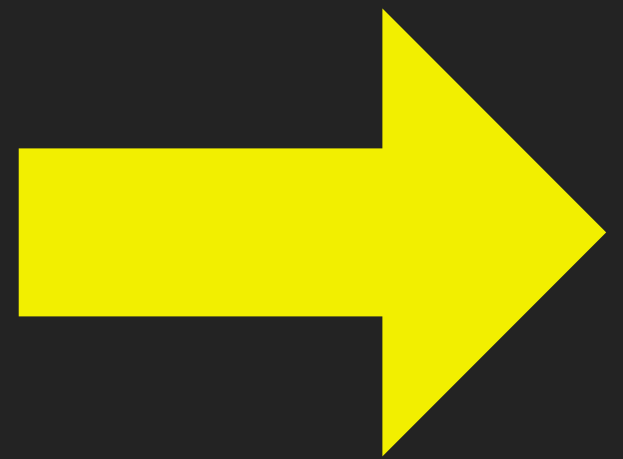
**CERCA DI ENTRARE IL PIÙ POSSIBILE NELLA TESTA E
NELLA PSICOLOGIA DEL TUO CLIENTE.**

**SAPRAI COME AGGANCIARTI AGLI OBIETTIVI CHE
STANNO CERCANDO DI RAGGIUNGERE, CON UN
MARKETING CHE SIA SPECIFICO E RILEVANTE PER
LORO.**

**IL TUO OBIETTIVO È INSERIRTI IN UNA
CONVERSAZIONE CHE STA GIÀ AVVENENDO NEL
LORO CERVELLO.**

SIAMO SULLA STESSA LUNGHEZZA D'ONDA?

FAMMELO SAPERE NEI COMMENTI.



HELLO@DSCOM.IT