

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!!!**

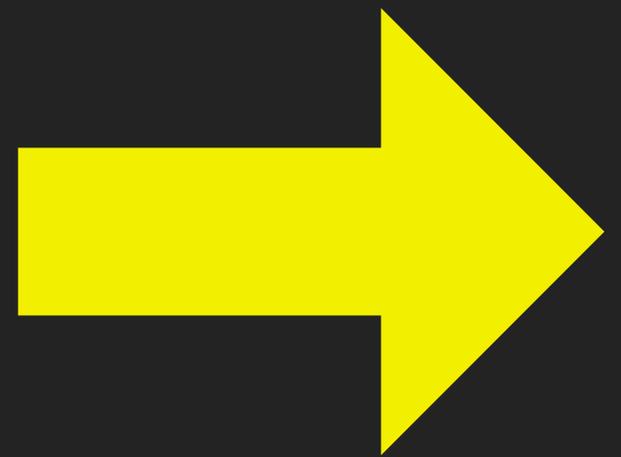
**CERCA DI ENTRARE IL PIÙ POSSIBILE NELLA TESTA E  
NELLA PSICOLOGIA DEL TUO CLIENTE.**

**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