

구매자 페르소나 템플릿

구매자 페르소나는 구매자의 생각을 깊이 있게 이해하고, 구매자의 특성과 행동에 맞게 마케팅 메시지와 전략을 개발할 수 있는 도구입니다. 총 5가지 항목이 있습니다.

1

문제인식 계기

구매자가 이런 제품이나 서비스를 찾아봐야겠다고 생각한 계기는 무엇인가요? 이 문제를 급하게 해결해야하게 된 환경적 요인이나 사건은 무엇인가요?

2

기대 효과

구매자는 해당 제품이나 서비스가 자신의 생활이나 업무에 어떤 변화를 가져다줄 생길 것이라고 기대 했을까요? 현실적이고 물리적인 변화도 좋고, 심리적/감정적 변화를 포함해도 좋습니다.

3

우려사항

구매자가 자신의 문제 해결을 위해 해당 제품이나 서비스가 최선의 방법이 아닐지도 모른다는 의문을 제기할만한 요인이 있을까요? 과거에 비슷한 솔루션을 시도해봤다 실패한 경험, 특정 제품이나 회사에 대해 갖고 있는 부정적 인식, 구매자의 개인적 혹은 조직 내 상황 등 관련된 내용을 적어보세요.

4

비교기준

구매자는 당신의 제품이나 서비스를 포함하여 비슷한 솔루션을 놓고 비교한 다음 결정합니다. 어떤 기준에 중점을 두어 비교 했을까요?

5

구매과정

구매에 가장 영향을 준 사람은 누구인가요? 평소관련정보를얻을때가장많이참고하는곳은어디인가요?

이 다섯 가지 항목을 모두 작성하면서 구매자 페르소나 완성에 도움이 되었기 바랍니다. 작성 과정에서 궁금한 점이 있으세요? 페르소나 작성에 도움이 필요하신가요? 밸러스트아이앤씨의 구매자 페르소나 전문가가 기다리고 있습니다. contact@ballast.co.kr 로 문의하세요.