Anger WERK

Zielgruppen-analyse

Wer sind Deine Zielgruppen? Wer nutzt Dein Angebot? Wer kauft Dein Produkt? Wer ist Teilnehmer? Wer profitiert?

Direkt: Diejenigen, die direkt das Angebot nutzen, z.B. Kinder

Indirekt: Diejenigen, die das Angebot kaufen / buchen, z.B. Eltern

Primär: Diejenigen, für die Du das Angebot vor allem entwickelst, z.B. ältere Menschen, die nicht mobil sind

Sekundär: Diejenigen, die auch von Deinem Angebot profitieren, ohne primär im Fokus zu stehen, z.B. Anwohner



Stakeholder-Speicher

Achtung: Keine Zielgruppen

Persona

Anger WERK

Name:

Wohnort:

Alter:

Gender:

Familienstand:

Einkommen:

Beruf:

Hobbys:

Haustiere:

Lebensart:

Bedarf und Bedürfnisse

Was braucht die Person?
Welche Bedürfnisse sollen befriedigt werden?

Hoffnungen

Welche Vorstellungen macht sich die Person, wie das Produkt / das Angebot / die Idee ihr Leben verbessert?

Ängste, Sorgen, Zweifel

Was macht die Person skeptisch?
Was sind Befürchtungen?

Einflüsse von Außen

Was hört die Person von anderen?
Was sieht sie in ihrem Umfeld? Wie machen es andere?
Welche Vorurteile gibt es?

Treiber

Was erleichtert ihre Entscheidung?
Was überzeugt sie? Worauf reagiert sie gut?

Information

Wo informiert sich die Person?
Was liest sie, hört sie, nimmt sie wahr?

Sonstige Beschreibungen