
Was ist die Persona-Methode?

→ Die Persona-Methode ist eine Technik aus dem Marketing und der Produktentwicklung, bei der basierend auf echten Daten über die Zielgruppen fiktive Charaktere erstellt werden. Diese Personas repräsentieren verschiedene Kund:inensegmente und helfen, deren Bedürfnisse, Motivationen und Verhaltensweisen besser zu verstehen, um gezielte Strategien und Lösungen zu entwickeln.

Was ist bei der Anwendung der Persona-Methode zu beachten?

→ Bei der Persona-Methode sollten verschiedene Zielgruppensegmente identifiziert und detailliert beschrieben werden. Es ist auch wichtig, die Personas aktiv in Entscheidungsprozesse einzubeziehen, um sicherzustellen, dass bei der Entwicklung von Marketingstrategien und der Produktentwicklung die Bedürfnisse aller Zielgruppen effektiv angesprochen werden.

Welche Vorteile bietet die Persona-Methode im Vergleich zu anderen Marktforschungstechniken?

→ Die Persona-Methode ermöglicht eine gezielte und empathische Ansprache der Zielgruppen, da sie auf individuellen Charakteren basiert. Im Vergleich zu Zielgruppenansprachen, die nur auf statistischen Analysen aufbauen, bietet sie eine tiefere Einsicht in die Bedürfnisse und Motivationen von Kund:innen, was zu zielgerichteteren Marketingstrategien und Produktentwicklungen führt.