

# 1. Op Basis van welke criteria segmenteer jij je doelgroepen?

Job Functie



Bedrijfs grootte (aantal werknemers)



Type sector



Bedrijfs grootte (in omzet)



# SPARK's B2B Client Personas Canvas Template

Gemaakt voor:

Ontworpen door:

Datum:

Versie:

<p><b>Wat zijn je verschillende klantentypes?</b></p>			
<p><b>Om welke reden gaat elk type over het algemeen gezien over tot een aankoop?</b></p> <p><small>Welke benefits of USP's zijn doorslaggevend in het beslissingsproces om over te gaan tot een aankoop?</small></p>			
<p><b>Wat heb jij dat je concurrenten niet hebben dat je klanten waarderen?</b></p> <p><small>Pro tip: Denk ook omgekeerd aan zaken die je concurrenten wél hebben en jij niet. Hoe kan je deze zwaktes omvormen tot een sterkte?</small></p>			
<p><b>Waar liggen je verschillende klantentypes wakker van?</b></p> <p><small>Ligt je doelpubliek wakker van de overweldigende veranderingen in technologie? Over het aansturen van hun team? Wat biedt jij als oplossing aan om ease-of-mind te creëren bij je klanten?</small></p>			
<p><b>Naar wie gaan ze voor aanbevelingen?</b></p> <p><small>Vragen ze advies aan vrienden, collega's of hun manager? Zijn er influencers aanwezig in de markt die de perceptie van de klantentypes beïnvloeden?</small></p>			



# SPARK's B2B Client Personas Canvas Template

Gemaakt voor:

Ontworpen door:

Datum:

Versie:

<p><b>Wat zijn de meest voorkomende bezwaren die je hoort?</b></p> <p>Waarom haken potentiële klanten typisch af tijdens het beslissingsproces? Welke negatieve perceptie hangt er rond jouw oplossing?</p>			
<p><b>Wat zijn de pijnpunten van je klanten?</b></p> <p>Wat frustriert hen? Waar worden ze ongemakkelijk, angstig of gestresseerd van?</p>			
<p><b>Hoe ga je momenteel naar de markt?</b></p> <p>Uit welke componenten bestaat je huidige marketingstrategie? Hoe efficiënt werken die componenten naar je doelstelling toe? Welke typen media gebruik je momenteel?</p>			
<p><b>Welke marketingcampagnes zijn effectief geweest?</b></p> <p>Een veelgebruikte metric is ROI of ROAS voor een bepaalde campagne of kanaal. En hoewel dat een belangrijke metric is, is dat zeker niet de enige die telt op gebied van inbound marketing</p>			
<p><b>Wat is je positionering in de markt?</b></p> <p>Hoe staat je bedrijf momenteel in de markt? Welke USP's schuif je naar voren bij de verschillende klantentypes? Hoe anders ben jij dan je concurrenten? Communiceer je deze verschillen duidelijk?</p>			



# SPARK's B2B Client Personas Canvas Template

Gemaakt voor:

Ontworpen door:

Datum:

Versie:

<p><b>Wat zijn de meest gestelde vragen die je hoort van (potentiële) klanten?</b></p> <p>Willen ze meer weten over hoe je product of dienst werkt? Zijn ze op zoek naar meer algemene informatie over de oplossing voor hun probleem?</p>			
<p><b>Waar zoeken je klantentypes informatie op rond producten / diensten?</b></p> <p>Iedereen doet hier en daar wat research vooraleer hij/zij overgaat tot een aankoop. Sommigen bekijken reviews, anderen vertrouwen op het advies van vrienden of collega's. Wat doen jouw personas?</p>			
<p><b>Welke offline middelen gebruiken je klantentypes?</b></p> <p>Lezen ze boeken? Volgen ze workshops? Inbound marketing gaat verder dan alleen online aanwezig te zijn waar je doelpubliek zit.</p>			
<p><b>Welke online middelen gebruiken je klantentypes?</b></p> <p>Sommige personas hebben voldoende aan een vertrouwde blog, terwijl anderen op zoek zijn naar meer in-depth informatie in de vorm van case studies, white papers en dergelijke.</p>			
<p><b>Wat zeggen je huidige klanten over jou?</b></p> <p>Ja, zowel de goede als negatieve dingen...</p>			

