

# Inzoomen op jouw perfecte klant

## 1 Product-marktcombinatie

Welk product (\*of welke dienst) lever je?  
In welke markt wil je je product\* verkopen?  
Is het een bestaand product\* in een bestaande markt?  
Is het een nieuw product\* in een bestaande markt?  
Is het een nieuw product\* in een nieuwe markt?

## 2 Branche

Welke branche kan je definiëren binnen de hiernaast genoemde markt?  
Welke trends spelen er in de branche?  
Welke toekomstige ontwikkelingen zijn er in de branche?

## 3 Bedrijf/organisatie

Wat is de omvang van het bedrijf?  
In omzet? Hoeveel mensen werken er?  
Hoelang bestaat het bedrijf?

## 4 Doelgroep

Wie is je belangrijkste doelgroep? (benoem het liefst een functie)  
Wat is de functie-inhoud? / wat is de hiërarchie in het bedrijf?  
Wat zijn de belangrijkste taken en verantwoordelijkheden?  
Wat zijn de grootste uitdagingen?  
Hoe kunnen deze uitdagingen overwonnen worden?  
Wat houdt het in om succesvol te zijn in deze rol?

## 5 Professional

Wat is de expertise van de persona? (kijk naar kennis en ervaring)  
Welke begrippen horen bij het jargon in de branche?  
Welke karaktereigenschappen zijn stereotiep voor dit functieprofiel?  
Welke opleiding hoort bij deze functie?  
Welk carrièrepad is afgelegd?  
Wat is het salarisniveau?  
Is de functie een typisch mannelijke of vrouwelijke functie?  
Wat is zijn of haar doel?

## 6 Mens

Hoe oud is de persona?  
Getrouwd, kinderen?  
Hoe ziet de persona eruit?  
Hoe heet de persona?

In wat voor huis en wijk woont de persona?  
Welk merk en type auto rijdt de persona?  
Zijn er kenmerkende activiteiten of hobby's die de persona met collega's of vrienden doet? (golf, hockey, voetbal, boulderen)  
Welke merken passen bij de persona?

## In 6 stappen naar jouw persona profiel

Als je deze 6 stappen zet, zoom je al 6x meer in op je doelgroep dan veel ondernemers doen. Dit is de basis om een succesvol plan voor je onderneming te maken.



Aannames zijn een goede start om een beeld te krijgen bij je klant. Maar zoda het begin gemaakt is, zijn er verschillende vervolgstappen belangrijk, zoals:

- Inzoomen op gebruikersgedrag (**user persona**)
- Wat voor klant-eigenschappen wil je níet? (**negatieve persona**)
- Welke stereotiepe eigenschappen kun je definiëren? (**archetypen**)
- **Onderzoeken, vragen, meten en valideren**