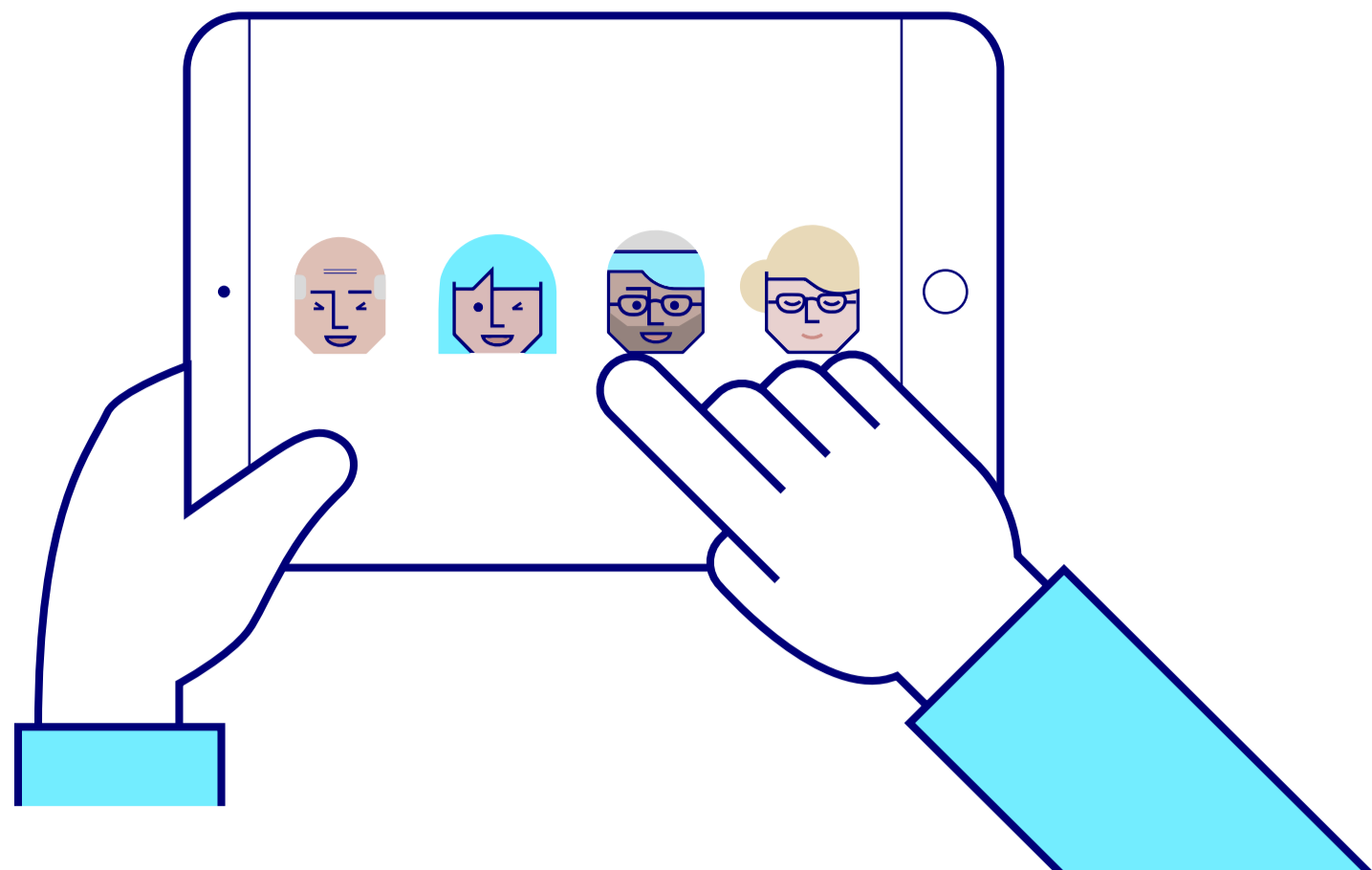
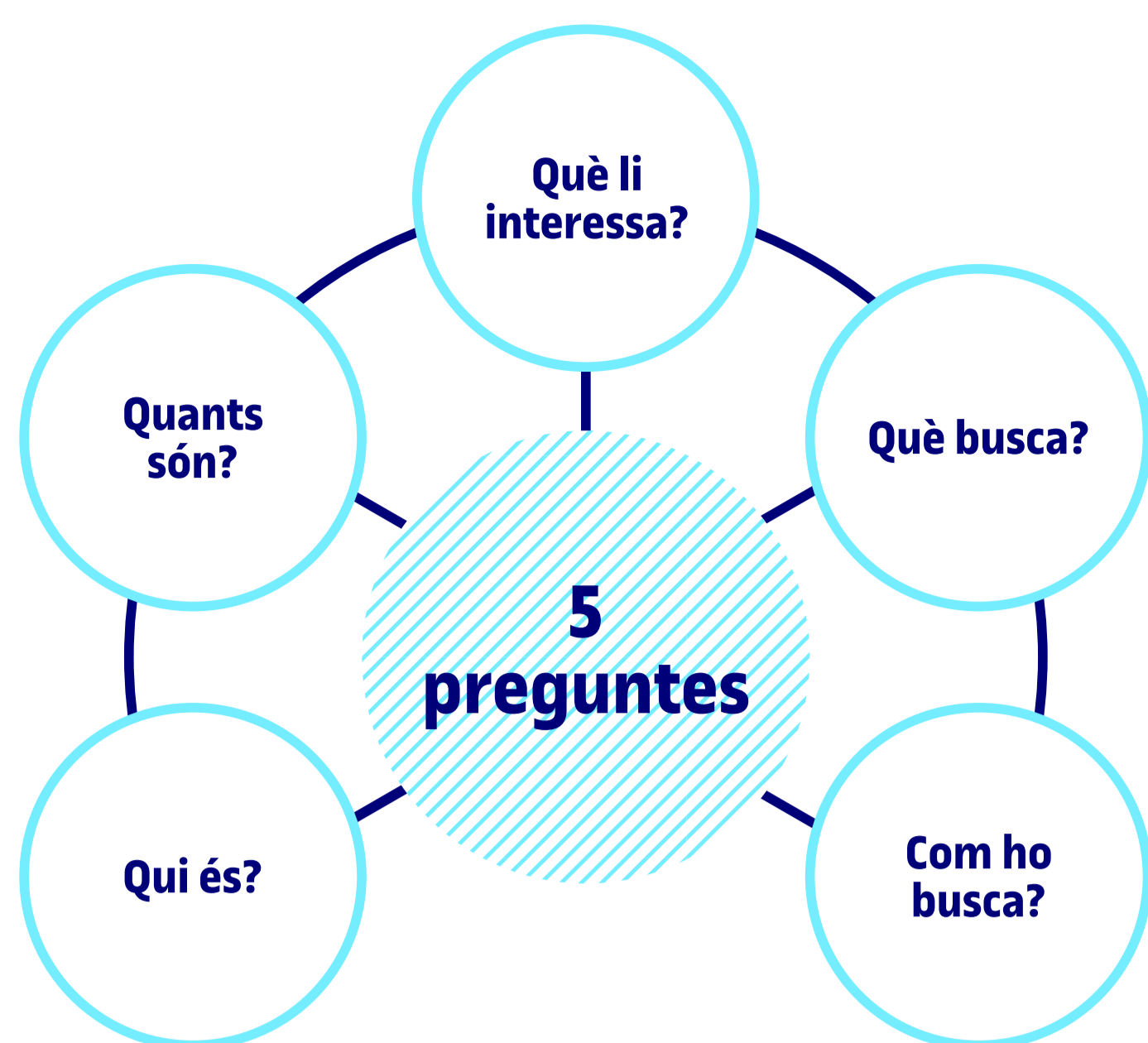
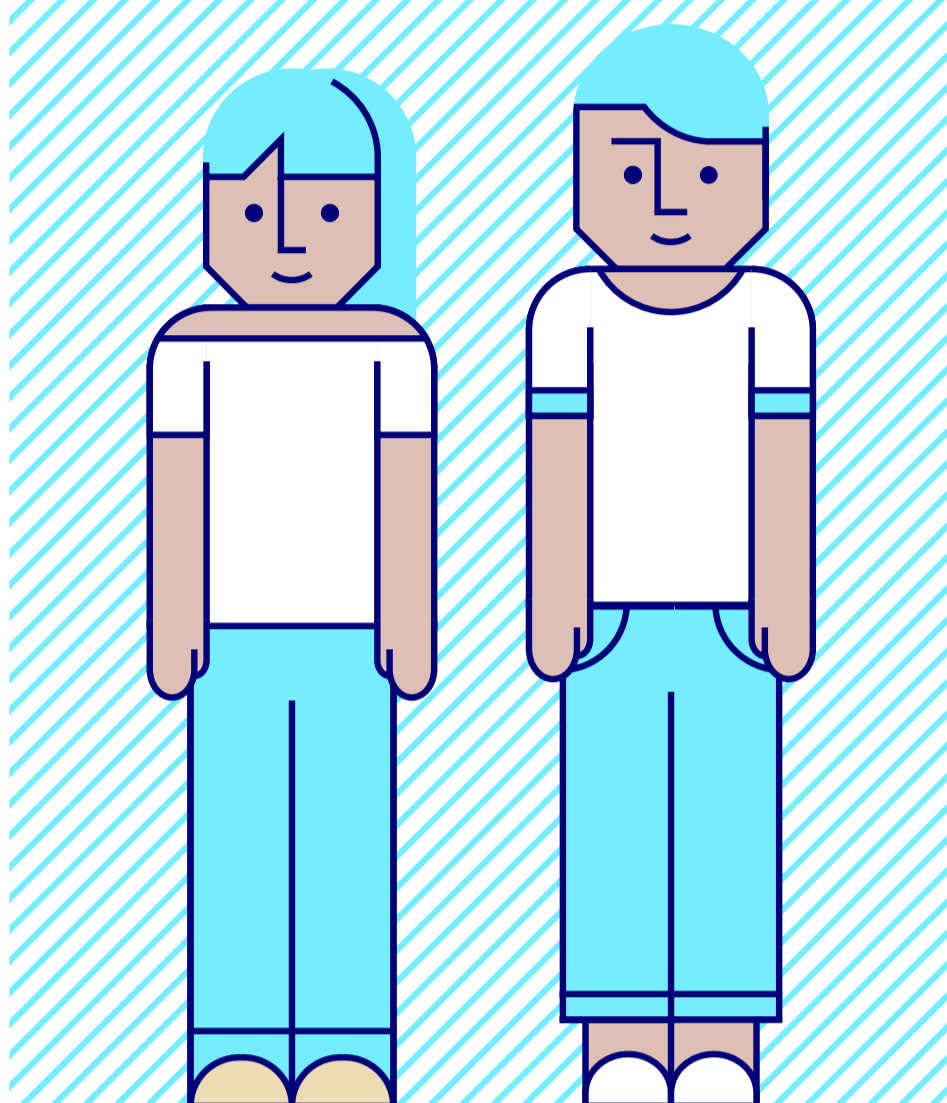


Com s'elabora un *buyer persona*

Un *buyer persona* és una representació semifictícia del nostre client real o potencial ideal, construïda a partir de recerca de mercat i informació real de comportament, necessitats i motivacions de compra de clients existents.



Outputs del *buyer persona*



Audiència que representa	Motivacions i necessitats	Expectatives de marca i producte	Reptes personals per assolir
Reptes professionals per assolir	Preocupacions personals/familiars/professionals	Accions fre de compra	Aspectes rellevants en la decisió
Proposta de valor i narrativa més afi	Canals i mitjans més afins	Territoris, temes i paraules clau associades	Valor diferencial entre la companyia i la competència
Format i to més afi	DILO (<i>day in the life of</i>)	Punts de contacte i accions estratègiques (moments de la veritat, <i>triggers</i> , punts de dolor, etc.)	

Tècniques d'obtenció d'informació

Recerca en fonts del sector	Xarxes socials	Anàlisi de Bases de Dades i campanyes	Reunions de grups i tallers
Anàlisi de bases de dades	Anàlisi digital de consum de continguts	Entrevistes i enquestes	Reunions de grup
			Taller de pensament de dissenyador

Objectius

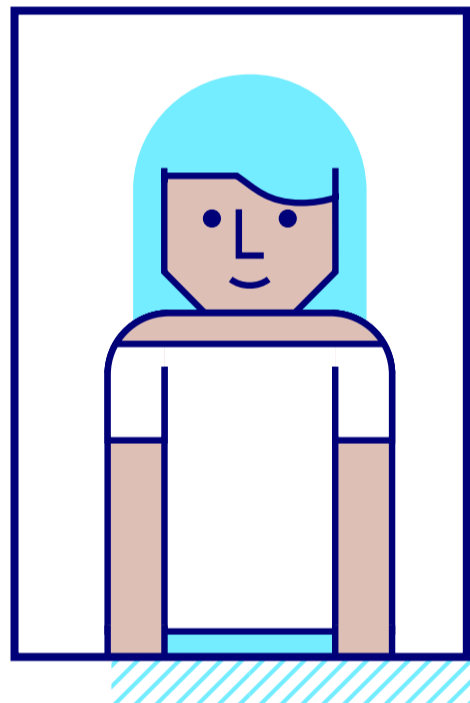
Conèixer el públic al qual ens adreçem i identificar la quantia de la seva audiència per poder mesurar

Saber quina mena de contingut, estil, format i to hem de crear per als seus canals preferits

Saber on és, on navega i què farà quan ens trobi per nodrir-lo i generar atracció fins a l'adquisició

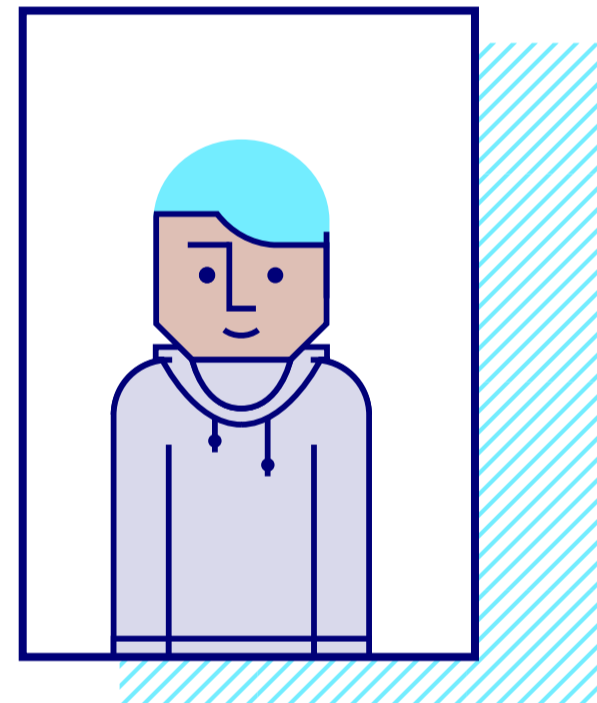
Definició segments

Exemples segmentats de cervesa sense alcohol



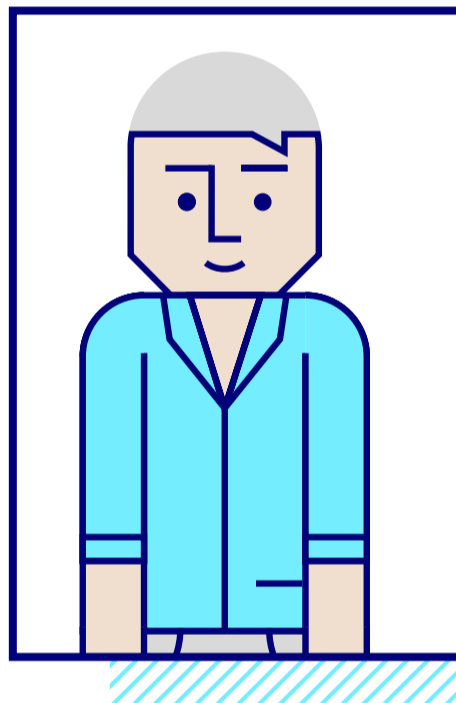
Marta, 30 anys.
Dissenyadora gràfica.
Embarassada

Li agrada la cervesa. Des que està embarassada li ve de gust demanar-la "sense" per cuidar l'embaràs.



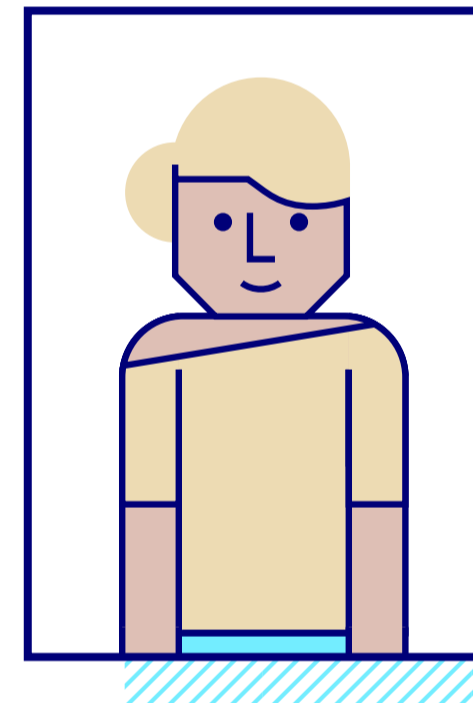
Carles, 20 anys.
Estudiant universitari

Acostuma a beure cervesa artesanal. Quan surt a la nit i condueix, i de vegades quan té exàmens, prefereix no renunciar al plaer de compartir una cervesa amb els amics i en demana "sense".



Lluís, 55 anys.
Electricista. Casat amb 2 fills. Salut fràgil

No té una salut robusta. Amant de la cervesa. La "sense" li permet continuar consumint cervesa sense que sigui un risc per a la salut.



Joana, 35 anys.
Tècnica de fitnes.
Amb parella.

Per la feina que té, prefereix la "sense".

Arquetip conductual Exemple *buyer persona*

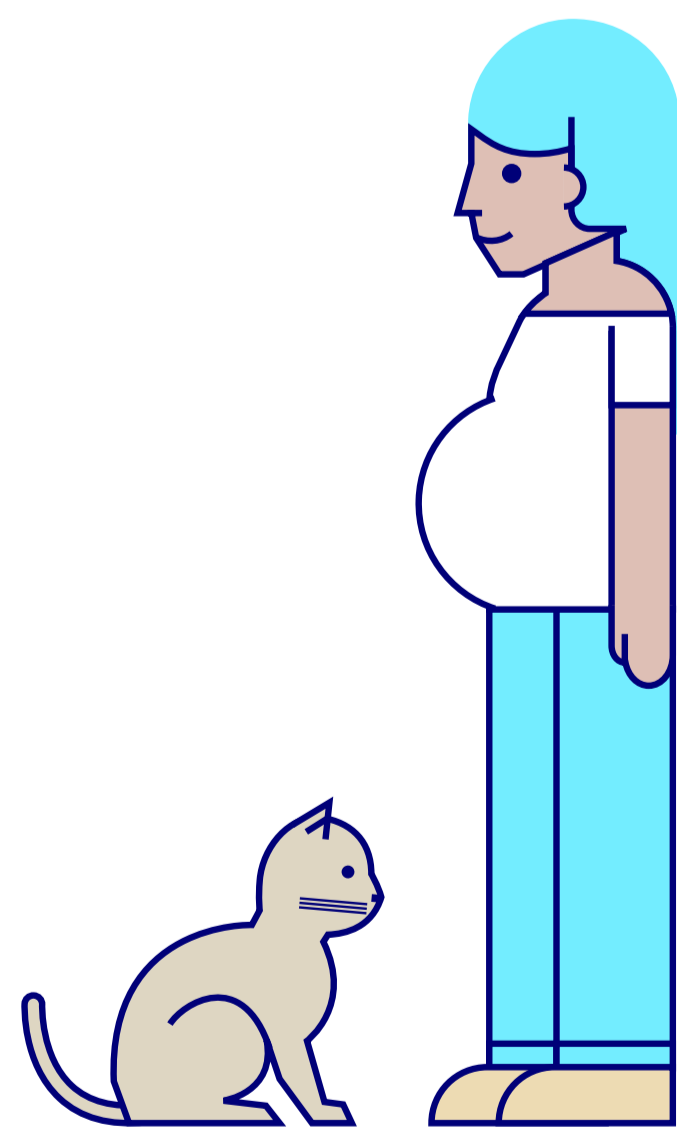
Marta Molina

30 anys
Dissenyadora gràfica
Amb parella
Embarassada
Barcelona

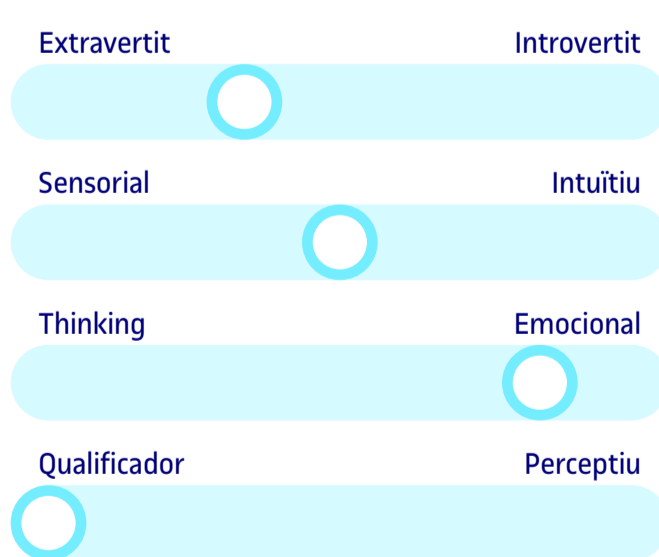
“Per ser una bona dissenyadora has de pensar sempre *out of the box*.”

La Marta és una apassionada de la seva professió. Treballa en una agència de publicitat des de fa més de sis anys. El seu somni és tenir el seu propi estudi de disseny. Ara està embarassada i ha decidit esperar una mica per fer el salt. La seva parella treballa en la producció audiovisual. Defensora del teletreball.

Des de molt jove, apassionada de la cervesa. Li agraden les cerveses artesanals. Associa la cervesa a un moment social.



Personalitat



Likes

- La cervesa dels divendres a la tarda amb les amigues
- Alimentació vegana i receptes
- Exposicions
- El camp
- Teatre, cinema i viatjar

Dislikes

- La falta de sensibilitat als problemes de sostenibilitat
- La falta d'igualtat de gènere
- El sobreconsumisme

Punts de contacte

- Pinterest, Instagram i LinkedIn
- Filmin i Netflix
- TimeOut, Visual i Gràffica
- Spotify

Marques favorites

- Apple
- CCCB
- Nikon
- Zadig & Voltaire

Objectius

Tenir el seu propi estudi de disseny en un futur.

Compaginar l'horari laboral amb més temps per a ella. Per fer esport, cuidar la parella i les amistats, l'afició a la fotografia i, ben aviat, per al nadó.

Estalviar diners per comprar una casa fora de la ciutat.