

Persona Nedir ve B2B Özelinde Nasıl Oluşturulur?

# Webinar Birazdan Başlıyor!

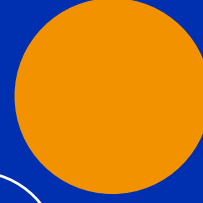
*Katılımınız için teşekkürler!*

## PROGRAM

11:00 – 11:10 > Persona Nedir? Ne Değildir?

11:10 – 11:25 > Persona Nasıl Oluşturulur?

11:25 – 11:30 > Soru & Cevap



Icebraker

Hangi **persona** özelliğinin pazarlama stratejileriniz üzerinde en önemli etkiye sahip olduğuna inanıyorsunuz?



# Persona Nedir?

Başarılı bir B2B ürünü veya hizmeti oluşturmak, hedef kitlenizi derinlemesine anlamakla başlar.

01

Ürün/hizmet kimin için geliştirildi?

02

Hedef müşterilerin karar verme süreci nasıl?



# Persona Oluşturmak Neden Önemlidir?

Persona yaratmak hedef kitlenizi tam ve doğru bir şekilde anlamanızı sağlar.

01

Müşterilerinizi Daha İyi Anlamak

02

Daha Verimli

- ✓ Pazarlama Faaliyetleri
- ✓ Satış Süreçleri
- ✓ Ürün Geliştirme Süreci
- ✓ Karar Verme Süreci
- ✓ Bütçe



# Persona Çeşitleri Nelerdir?

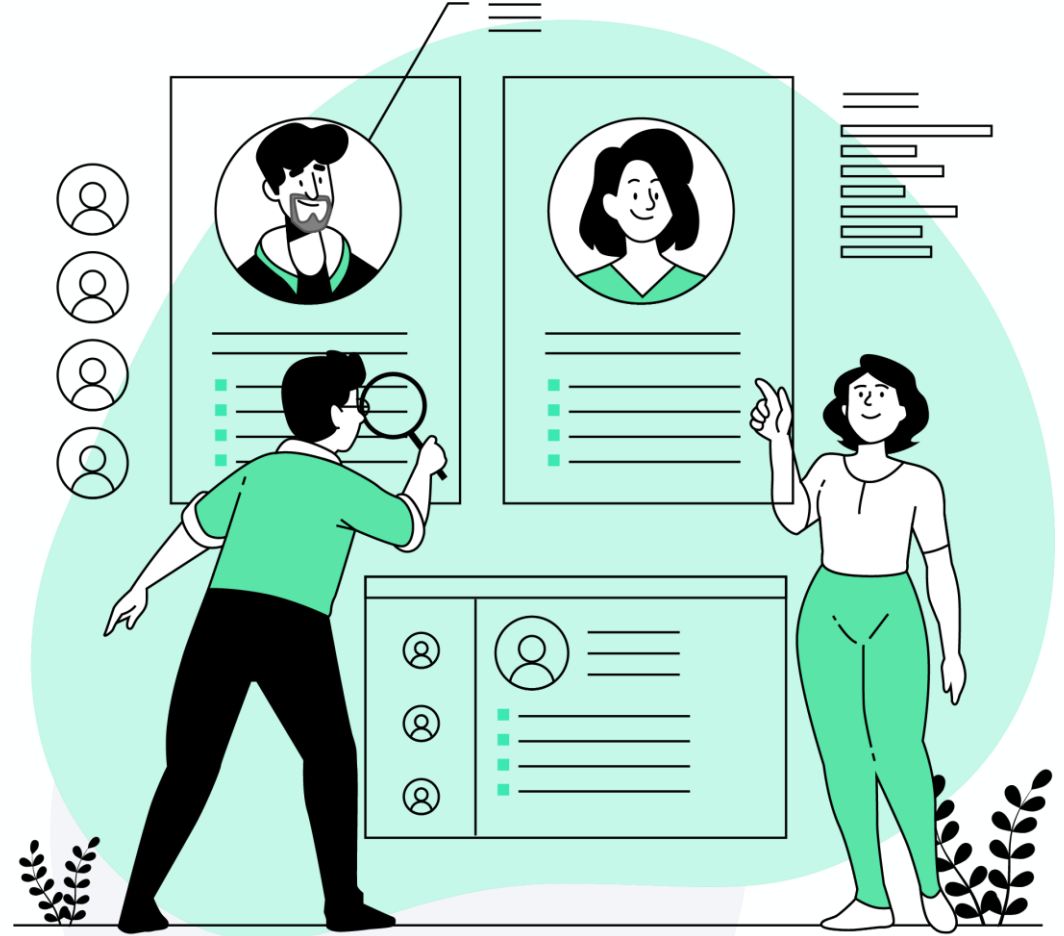
Personalar karar vericiler ve karar vericileri etkileyen kişiler olan ayrılır.

01

Karar Vericiler

02

Karar Verici Etkileyiciler



# Persona Ne Değildir?

Temel bilgiler ve iç görüler personayı tek başına oluşturmaz.

- 01** Temel bilgiler tek başına persona değildir.
- 02** Tek bir kişi persona değildir.
- 03** Veriye dayanmayan iç görülerle oluşturulmuş gruplar persona değildir.



# Negatif Persona Nedir?

Kimler ürünüzü / hizmetinizi satın almaz?



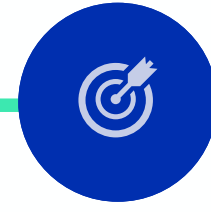
Mevcut müşterilerinizi analiz edin



Geçmiş müşterilerinizi analiz edin



Müşterilerinize anket gönderin



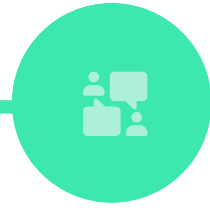
Müşterilerinizin hedeflerini tanımlayın



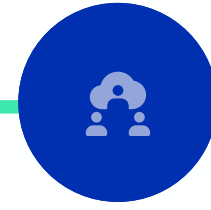
Müşterileriniz karşılaştıkları zorlukları tanımlayın



Satış ekibinizle konuşun



Hedeflenmeyen müşteri tanımlayın



Negatif personayı oluşturun

# Persona Nasıl Oluşturulur?

## Alıcı Personası

- ✓ Alıcılarımız kimler?
- ✓ Mesleki ve kişisel yaşamları arasındaki temel denge nedir?
- ✓ Odaklandıkları alanlar ve sorumlulukları nelerdir?
- ✓ Alıcılarımız hangi kanalları kullanıyor?

## Amaçlar

- ✓ Alıcımızın iş hedefleri nelerdir?
- ✓ Alıcımızın kişisel hedefi nedir?
- ✓ Satın alma davranışı nasıl?
- ✓ Organizasyondaki alıcı rolleri nelerdir?

## Satın Alma Süreci

- ✓ Alıcılarımız nasıl bir satın alma süreci izliyor?
- ✓ Resmi bütçe planlaması zamanlamayı nasıl etkiler?
- ✓ Normal uçtan uca satın alma döngüsü nedir?

## Alıcı Düşüncesi

- ✓ Hangi davranışımız alıcılar açısından bize zarar veriyor veya yardımcı oluyor?
- ✓ Alıcılarımızın neye inanıyor ve neyi anlıyor?
- ✓ Alıcıların düşüncesi satın alma davranışını nasıl etkiler?

## Neden Satın Alma Yapılsın

- ✓ Alıcılarımız nasıl seçim yapıyor?
- ✓ Hangi riskler satın alma seçimlerini etkiler?
- ✓ Alıcılarımız sonuçları ve getirileri nasıl dengeliyor?
- ✓ Kararların dile getirilmeyen "temel" nedenleri nelerdir?

## Etkileyiciler, Paydaşlar, Alıcı ekibi

- ✓ Kilit paydaşlar kimlerdir?
- ✓ İç etkileyiciler kimlerdir? Dış etkileyiciler mi?
- ✓ Satın alma ekibine kimler katılıyor?
- ✓ Alıcı kişiliğinin satın alma ekibindeki rolü nedir?
- ✓ Onay sürecine kimler katılıyor?

## İçerik ve Bilgi

- ✓ Alıcılar hangi bilgilere ve veri referanslarına güveniyor?
- ✓ Alıcılar içeriği nasıl kullanıyor ve paylaşıyor?
- ✓ Ne tür içerikler satın alma kararlarını etkiler?
- ✓ İçerik alıcıları neyi, ne zaman arıyor?
- ✓ Alıcılar bilgiyi nasıl elde ediyor ve alıyor?



# Satış Ekiplerinin Persona Oluşturmadaki Rolü

1

Kilit noktalardan bilgi alın

- ✓ En iyi performans gösteren satış temsilcileriyle konuşun
- ✓ Alıcı davranışı ve özellikleri hakkında bilgi edinin
- ✓ Farklı personalar oluşturmak için bilgileri kullanın

2

Temsilcilere doğru soruları sorun

- ✓ Kime satıyorsun?
- ✓ Kim satın alıyor?
- ✓ Alıcılar nasıl iletişim kurar?
- ✓ Alıcılar hangi soruları soruyor?
- ✓ Alıcıların ne gibi zorlukları var?
- ✓ Alıcıların yolculukları nelerdir?
- ✓ Hangi şirketler için çalışıyorlar?

3

Personayı detaylandırmak için verileri kullanın

- ✓ Birincil araştırmalar
- ✓ Kazançlar ve kayıplar
- ✓ Satış gücü ve [pazarlama](#) otomasyon raporları
- ✓ Beğenilenler
- ✓ Olay/durum çalışmaları
- ✓ Müşteri anketleri

4

Her zaman geliştirin

- ✓ Personaları gözden geçirmek ve özelleştirmek için satış ekibiyle düzenli olarak görüşün
- ✓ Başarıyı takip etmek için satış gücü ve pazarlama otomasyon araçlarını kullanın



Katılımınız için teşekkürler..

# Soru & Cevap

## Gelecek Webinarımız

### Konu:

Hesap Tabanlı Pazarlama ile Hedefinize Odaklanın

**Tarih:** 19 Nisan 2024

**Saat:** 11:00 – 11:30

## Sosyal Medya

 MochatouchTurkiye

 mochatouch

 mochatouchcom

## İletişim

 info@mochatouch.com

 www.mochatouch.com.tr