



# Perszónák és egyéb nyalánkságok.

Miért fontosak a perszónák?

EVOLUTION 2018

Donáth Fruzsina

Tanácsadó

[smartcommerce.hu](http://smartcommerce.hu)

---

Mit, miért, hogyan és **KINEK?**

---

„....**Csirke Jolán**, 56 éves, nyugdíjas. Van egy lánya, özvegy.

Gödön lakik, családi keresete 2-300 E Ft.

Céljai: saját rendezett otthon, gondoskodás.

Fontos értékek: család, otthon, megértés, szakértelem, ár érték arány.

Félelmei: becsapják, megfelelő terméket választ-e

Hívószavak: #kedvezmény, #megoldás # garancia, #ajánlás...”

---

Tipikus vevők,  
rendszeres vevők

potenciális célcsoport?



# Hol kezdjük?



# Folyamat

1. Releváns kérdések
2. Adatgyűjtés
  - kvalitatív és kvantitatív
3. Szegmentáció - becslés
4. Revízió





# Kérdések

---

- Mik a demográfiai jellemzők?
- Mit dolgozik és mi a beosztása?
- Milyen egy napja?
- Milyen hívószavakra reagál? Mit értékel a legjobban?
- Mik a céljai?
- Mik a félelmei?
- Hol keresi az információt? Kinek a véleményére ad?
- Mi az ami miatt a leggyakrabban elutasítja a szolgáltatásunkat / termékünket?



# Eszközök



## Kvantitatív

- Weboldal analitika
  - Vásárlási gyakoriság, konverzió
  - Érték, db, márka
  - Látogatási adatok stb.
- ERP
  - Kedvezmények
  - Fizetési tulajdonságok
  - Átvételi módok stb.



## Kvalitatív

- Személyes
  - Interjúk
  - Kommunikációs csatornák
  - Közösségi aktivitások
- Belső dolgozói interjúk
  - Sales, ügyfélszolgálat
- CAB

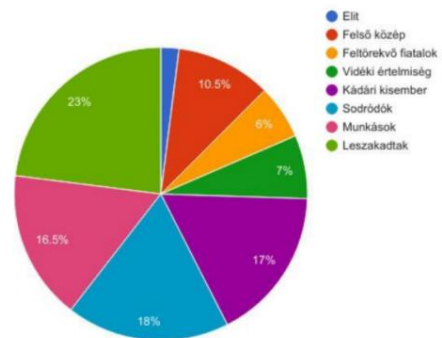


# Szegmentáció és becslés



- GFK MTA Osztálylétszám és Társadalom rétegződés
- E-net internetezők adatai
- KSH statisztika

	Arány	Lélekszám
Elit	2,0%	196 678
Felső közép	10,5%	1 032 558
Feltörekvő fiatalok	6,0%	590 033
Vidéki értelmiség	7,0%	688 372
Kádári kisember	17,0%	1 671 761
Sodródók	18,0%	1 770 100
Munkások	16,5%	1 622 592
Leszakadtak	23,0%	2 261 794
Teljes lakosság (2016)		9 833 889



Az Osztálylétszám 2014 C kutatás rétegeinek legfontosabb, legjellemzőbb tulajdonságai

rétég	legmagasabb befejezett iskolai végzettsége (%)*	életkori átlag (év)	háztartási nettó összjövedelmi kategória (Ft)	családi állapota (%)	roma származásúnak mondja magát (%)	állandó lakhelyének település típusa (%)	lakásérték átlag (Millió Ft)	nem beszél idegen nyelven (%)	voit nyaralni külföldön az elmúlt évben (%)
Elit	43% értelmégi, 52% felsőok	45,1	509-301-500 ezer, 33% 501-1 millió	53% házas, 16% elvált	NJ**	45% Bp, 40% megyei jogú város	21,5	24%	70%
Felső közép	40% értelmégi, 39% felsőok	39,8	246-201-300 ezer, 22% 301-500 ezer, 2% 501-1 millió	33% egyedülálló, 43% házas, 14% elvált	NI	32% Bp, 27% egyéb város, 22% község	12,5	30%	35%
Feltörekvők	49% értelmégi, 33% felsőok	30,6	160-121-150 ezer, 38% 151-200 ezer, 31% 201-300 ezer	33% egyedülálló, 15% életérens van, 36% házas	NI	42% Bp, 26% megyei jogú város	10,7	26%	34%
Vidéki értelmiség	29% értelmégi, 44% felsőok	43,8	33% 151-300 ezer, 19% 195-151-200 ezer, 16-16% 91-120 ezer	19% életérens van, 43% házas, 12% elvált	NI	46% egyéb város, 31% község	12,7	30%	30%
Kádári kisember	25% legfeljebb alapfok, 22% szakmunkás, 34% értelmégi	44,6	8% 60 ezer alatt, 16% 121-150 ezer, 22% 151-200 ezer, 33% 201-300 ezer	38% egyedülálló, 12% elvált	NI	25% Bp, 24% megyei jogú város, 29% egyéb város	9,7	55%	18%
Sodródók	31% legfeljebb alapfok, 17% szakmunkás, 40% értelmégi	38,1	15% 91-120 ezer, 33% 151-200 ezer, 23% 201-300 ezer	34% egyedülálló, 15% életérens van, 35% házas	4%	47% egyéb város, 23% község	8,8	78%	9%
Munkások	39% legfeljebb alapfok, 28% szakmunkás, 29% értelmégi	44,7	8% 60 ezer alatt, 26% 61-90 ezer, 19% 91-120 ezer, 14% 121-150 ezer	14% életérens van, 35% házas, 13% elvált, 12% léteveggy	11%	39% egyéb város, 28% község	7,1	80%	3%

\*Az adott csoportban leggyakoribb, legjellemzőbb (szagréfkans) szárazkos értékek. Nem feltétlenül ad ki 100%-ot.  
\*\*Nem jellemző.



# Eredmény



## Facility/Operations Manager Fred



### Personal Background

- Age: 45-55
- Married with 1 kid in College, 1 in HS
- Education: Undergraduate

### Role: Facility or Operations Manager

- Job measured: space and operations efficiency, employee productivity
- Skills required: People management, analysis, industry knowledge
- Reports to: CEO or General Manager
- Manages: Operations staff

### Company information

- Industry: Distribution, Manufacturing, 3PL
- Yearly Revenue: \$20M
- Employees: 100

### Goals and Challenges

- Success means: a raise and promotion
- Values most: Job security, family, recognition for success, church
- Biggest challenges: New systems, managing people, keeping all balls in air
- Biggest objections: Appearance, liability, suitability, not state of the art, look dumb

### Shopping and Industry News Preferences

- Preferred communication: Email, phone
- Use internet for buying research: Much
- Gets updated industry news: Specific industry publication
- Industry publications: Trade magazines
- Industry associations: Industry trade groups
- Social networking sites: LinkedIn?

# Eredmény



HOBBI	
Név	<b>Csirke Jolán</b>
Életkor	56 éves, nyugdíjas
Családi helyzet	van egy lánya, özvegy
Lakhely	Göd
Családi kereset	2-300.000 Ft
Céljai	<ul style="list-style-type: none"><li>• rendes házat hagyjon örökségül</li><li>• ehhez szintentartás – az egész életét is szinten akarja tartani</li><li>• saját, rendezett otthon</li><li>• gondoskodás</li></ul>
Fontos értékek	<ul style="list-style-type: none"><li>• család</li><li>• otthon melege</li><li>• empátia</li><li>• megértés</li><li>• szakértelem (nem ért hozzá)</li><li>• ár</li><li>• ár/érték arány</li><li>• megbecsülés</li><li>• bizalom</li></ul>
Félelmek	<ul style="list-style-type: none"><li>• becsapják (megvezetik)</li><li>• nem bánnak vele „jól”</li><li>• megfelelő terméket választ-e</li></ul>
Hívószavak	#kedvezmény #megoldás #segítünk #garancia #ajánlás #értékelés

# Gyakori hibák

---



- Túl sok perszóna
- Kihagyjuk a negatív perszónákat
- Ha azt hisszük csak a marketing számára fontosak
- Ha egyedi személyeknek gondoljuk őket
- Ha csak vágyakra alapulnak
- Ha csak statisztikára / kvantitatív adatokra alapulnak
- Ha nem ismerjük az előállítás, kutatás folyamatát
- Ha nem ismételjük meg a folyamatot rendszeresen

# Esettanulmányok +/-



---

# A perszónák az üzleti stratégia kis csúcsai, a szegmentációval együtt

- Célcsoport részesezés
- Növekedési potenciál
- Csatorna, üzenet, időzítés

Stratégiai eszközök, amik az **üzleti eredményességet** befolyásoló döntéseket segítik.

**Használjuk ki őket!**