

HOW TO CREATE BUYER PERSONAS



Table of Contents

อะไรคือ Buyer Personas?	Slide 3
อะไรคือ Negative Personas?	Slide 4
เราจะทำ Personas ไปใช้ได้อย่างไร?	Slide 5
วิธีการสร้าง Personas?	Slide 7
Templates สำหรับสร้าง	Slide 14

What Are Buyer Personas?

Buyer Personas นั้นสื่อถึงกลุ่มของลูกค้าที่เราต้องการ การทำ Buyer Personas จะช่วยให้เราเข้าใจกลุ่มของลูกค้าที่เราต้องการได้ดีมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เราเข้าใจถึงบทความที่เราจะต้องเขียนขึ้น เพื่อกลุ่มคนเหล่านี้ ว่าเขาเหล่านั้นมีความต้องการอะไร พฤติกรรม และสิ่งที่เป็นข้อคำนึงมีอะไรบ้าง

การทำ Buyer Personas ควรจะอ้างอิงจากการทำวิจัยตลาด ข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าจริงๆ ของเรา (ผ่านระบบ Survey หรือโทรเพื่อพูดคุยสอบถาม) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับธุรกิจของคุณเอง บางธุรกิจอาจจะมี 1 หรือ 2 Personas บางที่เป็น 10 หรือ 20 (แนะนำว่าควรสร้างจากกลุ่มเล็กๆ ก่อน แล้วค่อยพัฒนาเพิ่มมากขึ้นถ้าต้องการ

What Are Negative Personas?

จากที่กล่าวไป Buyer Persona คือลูกค้าที่เราต้องการ หรือลูกค้าในอุดมคติ สิ่งตรงกันข้ามคือ negative หรือ “exclusionary” คือ Persona ที่เราไม่ต้องการที่จะให้มาเป็นลูกค้า

ตัวอย่างของ Persona ประเภทนี้เช่น กลุ่มคนที่มีความรู้มากในสินค้าหรือบริการของคุณ, นักเรียนที่ต้องการค้นคว้าข้อมูลเพื่อทำรายงาน หรือลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าไปแล้ว (จะไม่ได้ซื้อซ้ำ)

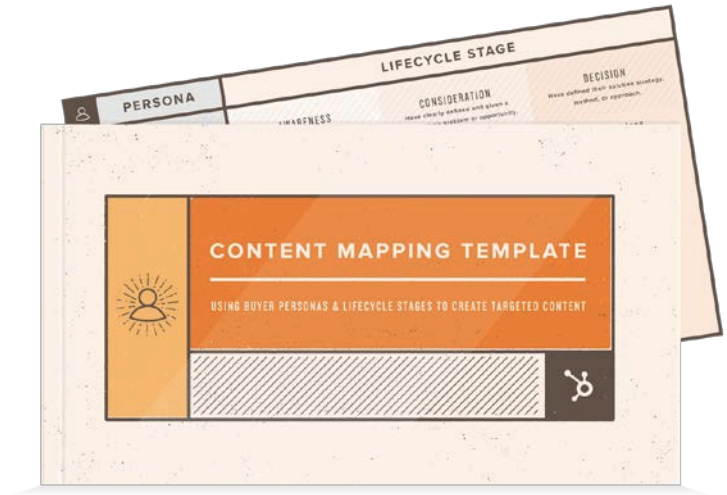
How Can You Use Personas?

โดยปกติทั่วๆ ไป Personas จะช่วยให้เราเจาะจงกลุ่มคนที่ต้องการทำการตลาดในหลายๆ กลุ่มลูกค้า ตัวอย่างเช่น แทนที่เราจะส่ง Email ลูกค้าทุกคนในฐานะข้อมูลเรา เราสามารถส่งอีเมลหากกลุ่มลูกค้าเราแต่ละกลุ่ม Personas โดยเนื้อหาจะแยกตามกลุ่มของ Personas ออกไป

ถ้าคุณมีเวลาที่จะสร้าง Negative Personas จะทำให้เราเพิ่มความสามารถในส่วนของการทำ Segment ที่ไม่ต้องการ โดยระบบจะแยกกลุ่มที่ไม่ใช่เป้าหมายออกไป ซึ่งการแยกกลุ่มออกมาจะทำให้เรา เสียเงิน ต้นทุนในการหา Lead และ ต้นทุนในการหาลูกค้า ลดลงได้ด้วย

How Can You Use Personas? (continued)

เมื่อเรารวม Persona เข้าไปกับ วงจรชีวิต (lifecycle state) หรือวงจรที่ใครคนใดคนหนึ่งอยู่ในวงเวียนของการขาย (sales cycle) ซึ่ง Buyer Personas ทำให้คุณสามารถจัดกลุ่ม และเขียนบทความได้ตรงมากยิ่งขึ้น



How Do You Create Buyer Personas?

Buyer Personas ถูกสร้างมาจากการทำค้นคว้าวิจัย, แบบสอบถาม หรือสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายของคุณ โดยควรที่จะรวมกันทั้งลูกค้า คนที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า และคนที่อยู่นอกกลุ่มฐานของมูลขององค์กร แต่ก็ยังให้มีความใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้าที่เราต้องการ

ต่อไปนี้เป็นข้อแนะนำสำหรับการเก็บข้อมูลที่จำเป็นเพื่อที่จะสร้าง Personas ของคุณ

- สัมภาษณ์ลูกค้าของคุณไม่ว่าจะเป็นต่อหน้าหรือโทรศัพท์ เพื่อค้นหาว่าเขาเหล่านั้นมีความรู้สึกอย่างไรกับสินค้าหรือบริการของคุณ

How Do You Create Buyer Personas? (continued)

- ดูจากฐานข้อมูลในองค์กร ดูแนวโน้มของแต่ละคนว่ามีการอ่านข้อมูลที่เราทำขึ้น หรือสนใจข้อมูลที่เราทำขึ้นชิ้นใด (Content Offer, Blog)
- เมื่อเราสร้างแบบฟอร์มบนเว็บไซต์ ใช้ฟอร์มนั้นเพื่อเก็บข้อมูลที่สำคัญของ Personas (ตัวอย่างเช่น ขนาดขององค์กร, หรือสามารถถามถึง Social Media ที่ Personas ใช้ได้)



PERSONA NAME:

1

เบญจวรรณ

SECTION 1: WHO?

BACKGROUND

Job? Career path? Family?

2

- หัวหน้าของฝ่ายบุคคล
- ทำงานที่บริษัทเดิมมา 10 ปี โดยเริ่มต้นจากผู้ช่วยแผนกบุคคล
- แต่งงานแล้วมีลูก 2 คน วัย 10 ขวบ และ 8 ขวบ

DEMOGRAPHICS

Male or female? Age? Income? Location?

3

- เพศหญิง
- อายุ 30-45
- รายรับ 840,000 ต่อปี
- อยู่อาศัยที่ซานเมือง

IDENTIFIERS

Demeanor? Communication preferences?

4

- รักความสงบ
- มีผู้ช่วยคอยกรองคนที่โทรเข้ามาหา



PERSONA NAME:

เบญจวรรณ

SECTION 2: WHAT?

GOALS

Primary goal? Secondary goal?

5

- ให้งานมีความสุขและลดปัญหา Turnover
- คอยช่วยเหลือด้านกฎหมายและการเงินแก่ทีม

CHALLENGES

Primary challenge? Secondary challenge?

6

- ทำทุกอย่างให้เสร็จได้ด้วยทีมเล็กๆ
- สามารถปรับเปลี่ยนทั้งองค์กรให้ใช้ Software นี้ได้

WHAT CAN WE DO

... to help our persona achieve their goals?

... to help our persona overcome their challenges?

7

- ต้องการความสะดวกสบายในการจัดการข้อมูลของพนักงานเพียงคนเดียว
- ควบรวมระบบกฎหมายและการเงินอยู่ที่เดียวกัน



PERSONA NAME:

เบญจวรรณ

SECTION 3: WHY?

REAL QUOTES

About goals, challenges, etc.

8

- “ไม่มีเวลาที่จะสอนงานพนักงานใหม่ โดยข้อมูลมาจากหลายๆ ระบบ”
- “เจอปัญหาหนักใจกับการพัฒนา Software กับแผนกอื่น”

COMMON OBJECTIONS

Why wouldn't they buy your product/service?

9

- กังวลที่ข้อมูลทั้งหมดจะสูญหายไปกับระบบใหม่
- ฉันไม่ต้องการที่สอนคนทั้งองค์กรเกี่ยวกับการใช้ Software ตัวใหม่นี้



PERSONA NAME:

เบญจวรรณ

SECTION 4: HOW?

MARKETING MESSAGING

How should you describe your solution
to your persona?

10

- พัฒนาระบบการจัดการข้อมูลของฝ่ายบุคคล

ELEVATOR PITCH

Sell your persona on your solution!

11

- เราให้ความง่ายในการย้ายข้อมูลจากระบบเก่า และช่วยอำนวยความสะดวกเรื่อง
การอบรมพนักงานเพื่อให้พนักงานใหม่สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว

Your Turn!



PERSONA NAME:

SECTION 1: WHO?

BACKGROUND

Job? Career path? Family?

DEMOGRAPHICS

Male or female? Age? Income? Location?

IDENTIFIERS

Demeanor? Communication preferences?



PERSONA NAME:

SECTION 2: WHAT?

GOALS

Primary goal? Secondary goal?

CHALLENGES

Primary challenge? Secondary challenge?

WHAT CAN WE DO

... to help our persona achieve their goals?

... to help our persona overcome their challenges?



PERSONA NAME:

SECTION 3: WHY?

REAL QUOTES

About goals, challenges, etc.

COMMON OBJECTIONS

Why wouldn't they buy your product/service?



PERSONA NAME:

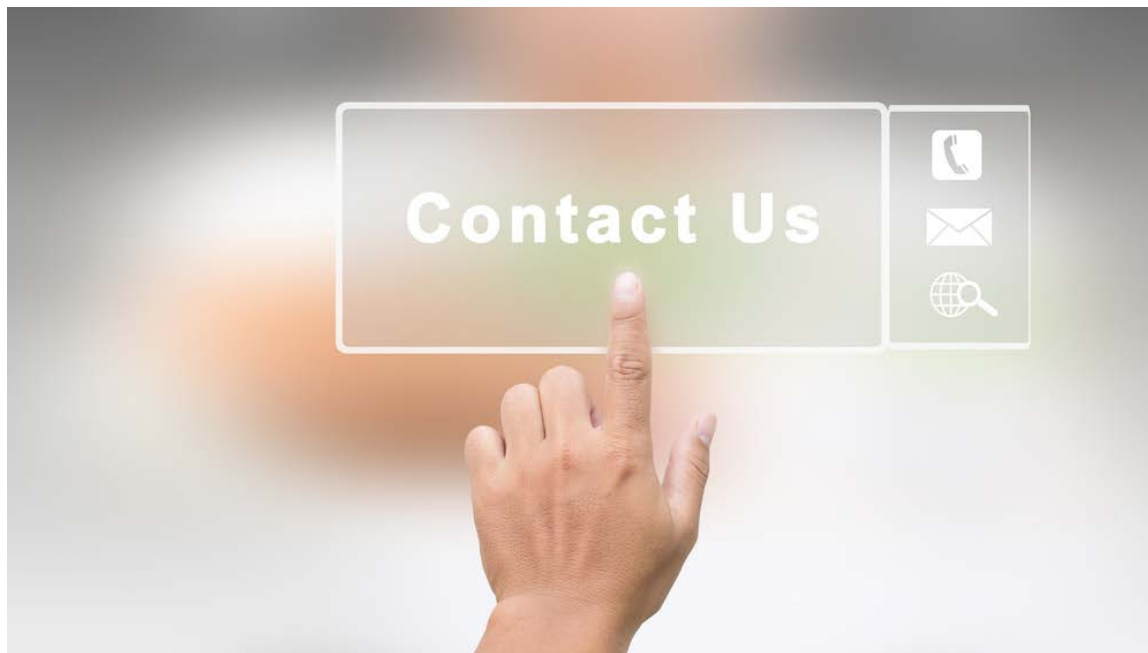
SECTION 4: HOW?

MARKETING MESSAGING

How should you describe your solution
to your persona?

ELEVATOR PITCH

Sell your persona on your solution!



Cipher Co., Ltd.

Thanakrit Kitirachpol 081-633-3636