

# DIM Persona Profiler

Quelle: Nachfolgende Darstellungen in Anlehnung an: „<https://www.marketinginstitut.biz/blog/personas-entwickeln/>“

# Persona Profiler:

## BRANCHENBUCH



Im was für einem Umfeld bewegt sich momentan der Kunde?

Mit welcher Industrie hat der Kunde zu tun?

Mit welchen Themen beschäftigt sich gerade der Kunde?

## KUNDENPROFIL



**Geschäftskunde  
oder  
Privatkunde**

**Geschäftskunde:**  
Unternehmenskriterien  
Rolle im Buying Center

**Privatkunde:**  
Psychografische Kriterien  
Sozioökonomische Kriterien  
Preisverhalten  
Einkaufsstättenwahl  
Produktwahl



**NAME:**

**GESCHLECHT:**

**ALTER:**

**PROFILBESCHREIBUNG:**

**Was wichtig ist**

Worauf legt der Kunde  
viel wert?

**Ziele**

Welche Ziele verfolgt der  
Kunde?

**GENERATION**

Zu welcher Generation gehört der Kunde?

**Baby Boomer**

**Generation X**

**Generation Y**

**PERSÖNLICHKEITSPROFIL**

Welche Persönlichkeit hat der Kunde ?  
(dominant, initiativ, stetig, gewissenhaft)

**D I S G**

**KAUFTRIGGER**



Wann werden unsere Produkte/ Dienstleistungen wichtig  
für den Kunden?

**TODO'S**



Was muss der Kunde machen? Braucht er nur  
Informationen? Muss er selber etwas  
ausführen?

**PROBLEME**



Was sind seine Probleme?  
Wie können wir eine Lösung finden für sein  
Problem?

**NUTZEN**



Welchen Nutzen hat der Kunde durch unsere  
Produkte oder Dienstleistungen?

**INFORMATIONSVRHALTEN**



Woher holt sich der Kunde seine Informationen  
her? Zeitung, Internet, Fachbücher, Messen?

# Persona Profiler:

BRANCHENBUCH



KUNDENPROFIL



Geschäftskunde  
oder  
Privatkunde

Geschäftskunde:

Privatkunde:



NAME:

GESCHLECHT:

ALTER:

PROFILBESCHREIBUNG:

Was wichtig ist

Ziele

GENERATION

Baby Boomer

Generation X

Generation Y

PERSÖNLICHKEITSPROFIL

D I S G

KAUFTRIGGER



TODOS



PROBLEME



NUTZEN



INFORMATIONSVERHALTEN

