

SZABLON BUYER PERSONA (Arkusz Roboczy)

I. METRYCZKA (Kto to jest?)

Nadaj tej osobie imię i wgraj przykładowe zdjęcie z internetu, aby stała się dla Ciebie "prawdziwa".

- **Imię i Nazwisko (Robocze):**
- **Wiek:**
- **Stanowisko / Rola:** (np. Właściciel małej firmy, Dyrektor Marketingu)
- **Branża:**
- **Lokalizacja:** (Duże miasto, wieś, cała Polska?)
- **Poziom wiedzy technicznej:** (Laik / Świadomy użytkownik / Ekspert)

II. CELE I WARTOŚCI (Czego chce?)

- **Główny cel zawodowy:** (Co chce osiągnąć w tym kwartale/roku? np. zwiększyć sprzedaż o 20%, zautomatyzować obsługę klienta).
- **Co jest dla niego miarą sukcesu?** (Więcej czasu wolnego? Więcej pieniędzy? Prestiż w branży?).
- **Co ceni we współpracy?** (Terminowość? Świąty spokój? Kreatywność? Niską cenę?).

III. PROBLEMY I WYZWANIA (Ból - Tu rodzą się tematy na bloga!)

- **Co spędza mu sen z powiek?** (Główny problem biznesowy, np. "Klienci nie dzwonią", "Strona wstydliwie wygląda na telefonie").
- **Z jakimi przeszkodami zмага się na co dzień?** (Brak czasu, brak wiedzy technicznej, naciął się na niesłownych wykonawców).
- **Czego się boi w kontekście Twojej usługi?** (Że strona będzie trudna w obsłudze, że przepłaci, że kontakt się urwie po wpłacie zaliczki).

IV. PROCES DECYZYJNY (Jak kupuje?)

- **Kto podejmuje decyzję o zakupie?** (On sam? Musi skonsultować z żoną/wspólnikiem?).
- **Co jest najważniejszym kryterium wyboru?** (Cena? Portfolio? Opinie w Google? Polecenie znajomego?).
- **Dlaczego może Ci odmówić? (Obiekcje):** (np. "Jestem za mały na agencję", "Student nic nie potrafi", "Mam siostrzeńca, który zrobi to za darmo").

V. KONSUMPCJA TREŚCI (Gdzie go znaleźć?)

- **Gdzie szuka informacji?** (Google, Grupy na Facebooku, LinkedIn, YouTube, polecenia znajomych).
- **Jaki format treści preferuje?** (Krótkie posty, długie poradniki, wideo, case studies?).
- **Jakim językiem mówi?** (Używa branżowego żargonu czy prostego języka korzyści?).



PRZYKŁAD WYPEŁNIENIA

Żebyś lepiej zrozumiał, jak to działa, wypełniłem ten szablon dla Twojego potencjalnego klienta.

Nazwa Persony: "Przedsiębiorczy Piotr"

1. Metryczka:

- 35-45 lat, właściciel firmy usługowej (np. remontowej lub kancelarii prawnej).
- Nie zna się na kodowaniu, komputer służy mu do Excela i maili.

2. Cele:

- Chce wyglądać profesjonalnie w sieci, bo wstydzi się obecnej strony z 2010 roku.
- Chce, żeby klienci dzwonili, a nie tylko oglądali.
- Ceni "święty spokój" – chce zapłacić i mieć zrobione, bez miliona pytań o serwery.

3. Problemy (Paliwo dla Twojego bloga!):

- *Problem:* "Nie wiem, ile to powinno kosztować." -> **Temat na blog:** "Ile kosztuje strona WWW w 2024 roku? Od czego zależy cena?"
- *Problem:* "Boję się, że nie będę umiał tego obsługiwać." -> **Temat na blog:** "CMS WordPress – czy jest trudny w obsłudze? Zobacz, jak zmienisz tekst w 5 minut."
- *Problem:* "Moja strona nie działa na telefonie." -> **Temat na blog:** "Dlaczego tracisz 60% klientów, nie mając wersji mobilnej?"

4. Obiekcje:

- "Student to ryzyko, zniknie w połowie projektu." -> **Rozwiązanie na stronie:** Wyeksponuj sekcję "Gwarancja dowozu" i referencje.
- "To za drogo, Wix jest za darmo." -> **Rozwiązanie na blogu:** Artykuł "Darmowy kreator vs Strona szyta na miarę – ukryte koszty, o których nie wiesz".