

CHECKLISTE - PERSONA METHODE ZIELGRUPPE RADFAHRER

Je besser Sie Ihre Zielgruppe kennen, umso effektiver können Sie Ihre Produkte und Angebote auf deren Bedürfnisse zuschneiden.
Für die Entwicklung Ihrer Persona beantworten Sie sich folgende Fragen:

Die Persona stellt einen Prototyp für eine Gruppe von Nutzern dar, mit konkret ausgeprägten Eigenschaften und einem konkreten Nutzungsverhalten.
Personas bieten einen echten Mehrwert, denn sie veranschaulichen typische Vertreter Ihrer Zielgruppe und verdeutlichen deren Ansprüche, Wünsche und Bedürfnisse.

Was für ein Rad fährt der Gast (Mountainbike/Rennrad/Trekkingrad ...)?	<input type="radio"/>	Wie könnte sein Tagesablauf aussehen?	<input type="radio"/>
Woher kommt der er?	<input type="radio"/>	Was isst er?	<input type="radio"/>
Wie alt ist er?	<input type="radio"/>	Was macht er, wenn er gerade einmal nicht am Rad sitzt?	<input type="radio"/>
Mit wem reist er an?	<input type="radio"/>	Welche Hotspots sieht er sich an?	<input type="radio"/>
Wie reist er an?	<input type="radio"/>	Was macht er, wenn er sich verfährt?	<input type="radio"/>
Wo übernachtet er?	<input type="radio"/>	Was ist ihm wirklich wichtig	
Wie lange bleibt er?	<input type="radio"/>	• ... bevor er anreist?	<input type="radio"/>
Welche Art von Touren macht er vor Ort?	<input type="radio"/>	• ... während seiner Tour?	<input type="radio"/>
Wie plant er die Touren?	<input type="radio"/>	• ... in seiner Unterkunft?	<input type="radio"/>
Bringt er das Rad selbst mit oder mietet er vor Ort?	<input type="radio"/>	Was macht er, wenn es regnet?	<input type="radio"/>

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung