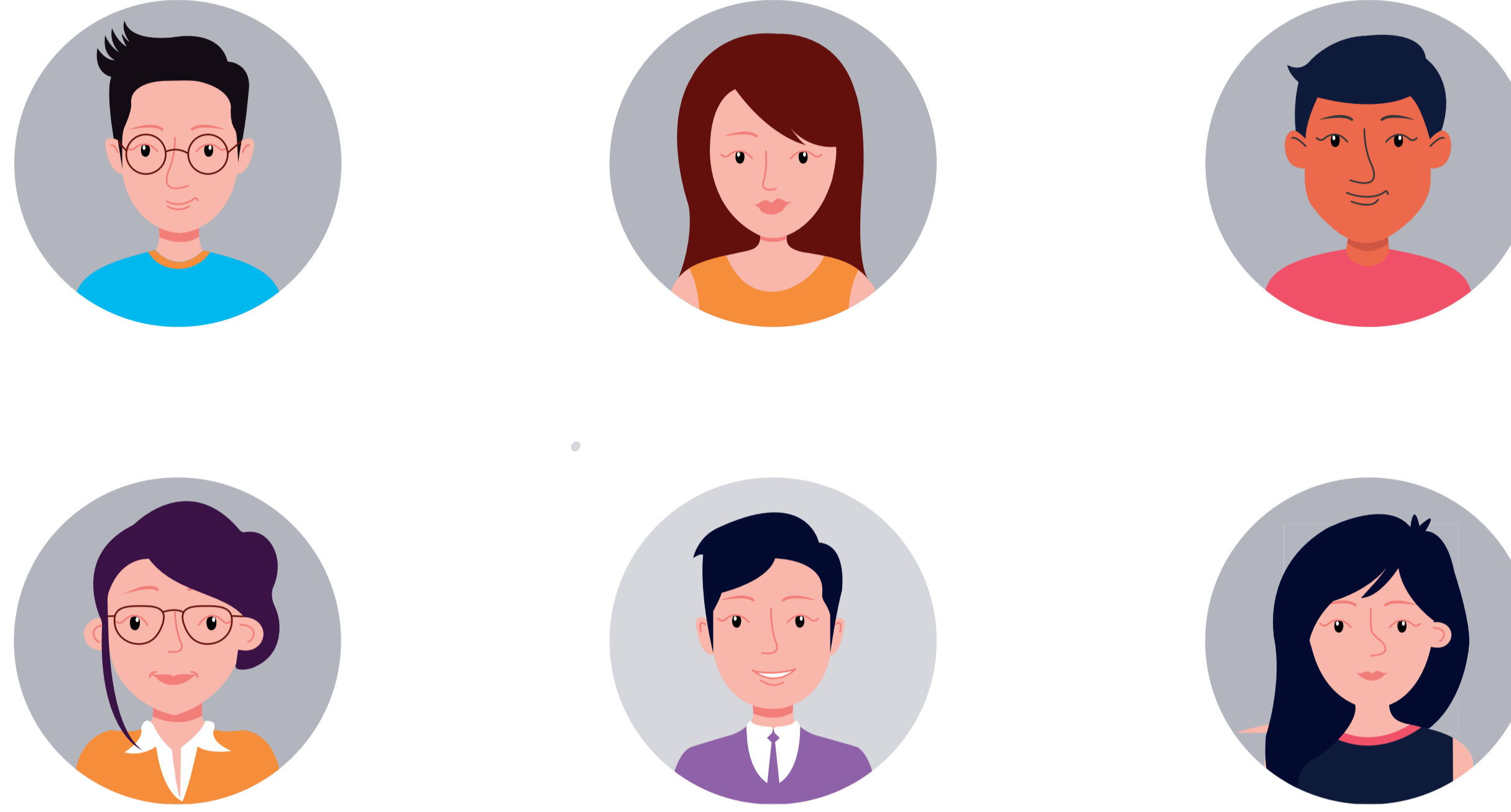


# LEER JE GEBRUIKER OF BESLISSINGSNEMER KENNEN

## PERSONALIA

Naam:.....  
 Leeftijd:.....  
 Stad/Regio:.....  
 Opleiding:.....  
 Beroep:.....  
 Gezin/kinderen:.....



## TRENDS

Nieuwe trends waarmee je gebruiker in aanraking komt.

## CONTEXT

Je gebruiker droomt van:.....  
 .....  
 Je gebruiker begrijpt niet dat:.....  
 .....  
 Je gebruiker heeft geen tijd om:.....  
 .....  
 Je gebruiker is er absoluut zeker van dat:..  
 .....  
 Je gebruiker maakt zich zorgen om: .....

## GEDRAG

Hoe gaat je gebruiker om met je dienst/product?

## TECHNOLOGIE

Welke technologie gebruikt je gebruiker? ...  
 .....  
 Welke tools heeft je gebruiker nodig om zijn job te doen?.....  
 .....  
 Welke kanalen?.....  
 .....  
 Hoe consumeert je gebruiker media?.....  
 .....  
 Welke vervoermiddelen gebruikt je gebruiker?.....  
 .....

## VERTROUWDE BRONNEN

Welke kanalen, plaatsen en media vertrouwd je gebruiker voor nieuwe informatie en inzichten?

## DOEL/OBJECTIEF

Het doel is een korte beschrijving van wat je gebruiker wil bereiken.

## KLANTENTAKEN

Welke subtaken moet de gebruiker uitvoeren om het doel te bereiken?

## PIJNPUNTEN

Pijnpunten beschrijven ongewenste resultaten, risico's en hindernissen bij het behalen van het doel.

## DRIJFVEREN

Drijfveren om door te zetten en het doel te bereiken.

## VOORDELEN

Voordelen beschrijven de resultaten die je gebruiker graag wil zien of het concrete profijt dat hij/zij nastreeft.

## BARRIERES

Barrières waardoor je gebruiker het doel niet zou halen.

## BEINVLOEDERS

Wie of wat beïnvloedt onze gebruiker bij het nemen van een beslissing, of het behalen van een doel. Denk aan vakmagazines, bekende personen, beurzen, congressen, experts, collega's, concurrenten, websites ...

## ALTERNATIEVEN

Welke alternatieven heeft je gebruiker voor uw product of dienst?

## SUCCESS

Wanneer is het doel bereikt? .....

Hoe wordt het doel gemeten?.....

Hoe wordt het succes van klantentaken gemeten?.....

Wanneer is de gebruiker succesvol?.....