En dag i kundens liv

Kunderne er ikke altid klar over, at de har et problem, og de har ikke altid forstået, at livet kunne og burde være bedre. Hvis du er kommet for at sælge en vision til kunden om et bedre liv, er du nødt til at først at skabe det billede i dit eget hoved først.

# Fakta om kundeprofil

Start med kort at beskrive kunden.

|  |  |
| --- | --- |
| Fakta om virksomheden* Branche
* Geografi
* Størrelse
* Etc.
 |  |
| Fakta om personen* Titel/funktion
* Uddannelse
* Teknologisk forståelse af produktet
* Rolle i forhold til indkøb af dit produkt: Bruger/teknisk køber/økonomisk køber?
 |  |

# Beskrivelse af hverdagen – FØR køb af dit produkt

|  |  |
| --- | --- |
| Situation: Fokuser på den situation, hvor frustrationen opstår. Hvad sker der? Hvad er det brugeren forsøger på? |  |
| Ønsket udbytte: Hvad er det brugeren prøver at opnå? Hvorfor er det vigtigt? |  |
| Tilgang: Hvordan løser kunden opgaven uden dit produkt? |  |
| Forhindringer:Hvad går galt? Hvordan og hvorfor gå det galt? |  |
| Økonomiske konsekvenser: Hvad så? Hvilke konsekvenser får det, at brugeren ikke kan udføre opgaven tilfredsstillende? |  |

# Beskrivelse af hverdagen – EFTER køb af dit produkt

|  |  |
| --- | --- |
| Ny tilgang: Hvordan løser man opgaven med det nye produkt? |  |
| Fremmende faktorer: Hvad er det ved den nye tilgang, der betyder, at brugeren kan udføre opgaven problemfrit og produktivt? |  |
| Økonomisk udbytte: Hvilke omkostninger har man reduceret og hvilket udbytte har man fået? |  |