

Mini Guida

Costruisci la tua Buyer Persona

Capisci chi è davvero il tuo cliente ideale e crea prodotti e contenuti che parlano direttamente a lui.



definisci il tuo cliente ideale in modo
realistico, empatico e
utile alla comunicazione.

Indice

- * Cos'è una buyer persona (e perché ti serve) 3
- * Perché “tutti” non è un target 4
- * Come creare la tua persona passo dopo passo 5
- * Le domande giuste da porti 6
- * Esempi reali per ispirarti 7
- * Esercizio pratico – Disegna la tua persona ideale 8
- * Scheda finale da compilare 9

➔ [Apri il file editabile](#)

1 Cos'è una Buyer Persona (e perché ti serve)

La buyer persona è il ritratto del tuo cliente ideale: una persona immaginaria, ma basata su dati reali, esperienze e intuizioni.

Ti aiuta a capire:

- * **chi compra da te,**
- * **cosa desidera,**
- * **perché dovrebbe scegliere proprio te,**
- * **come parla e dove lo trovi.**

Più la tua persona è definita, più è facile creare contenuti, prodotti e messaggi che colpiscono nel segno.

② Perché “tutti” non è un target

Se parli a tutti, non parli a nessuno.

Creare la tua buyer persona serve a capire **chi vuoi raggiungere** davvero, e a far sì che il tuo messaggio arrivi a lei, **nel modo giusto**.

Quando immagini la tua cliente ideale — i suoi gusti, i suoi problemi, le sue giornate — succede una cosa bellissima: **inizi a creare pensando a lei**.

Se sai:

- * **quali bisogni ha**, troverai un modo per soddisfarli;
- * **quali paure la bloccano**, potrai rassicurarla con le tue parole o con il tuo servizio;
- * **cosa la emoziona**, riuscirai a trasformare un semplice prodotto in qualcosa che la fa sentire vista e capita.

E questo cambia tutto.

Perché **non stai più cercando di “vendere”**, ma stai parlando a una persona precisa, che riconosce se stessa in ciò che fai.

Capire la tua buyer persona non significa limitarti — significa **parlare in modo chiaro** a chi stava già cercando proprio te.

③ Come creare la tua persona passo dopo passo

Puoi immaginare di “costruirla” come un piccolo personaggio con:

* Dati demografici

| Età, città, lavoro, situazione familiare

* Abitudini e interessi

| Come passa il tempo, cosa segue online

* Valori e stile di vita

| Cosa conta davvero per lei/lui

* Bisogni e problemi

| Cosa cerca di risolvere o migliorare

* Obiettivi e desideri

| Cosa sogna o vorrebbe ottenere

* Comportamento d’acquisto

| Come sceglie i prodotti artigianali

* Canali e linguaggio

| Dove la trovi e come le/le parli

4 Le domande giuste da porti

Per scoprire la tua persona, chiediti:

* Chi è?

- Età, genere, città
- Famiglia, lavoro, routine
- Quanto può spendere mediamente?

* Cosa ama?

- Cosa la fa sentire bene?
- Che tipo di brand segue?
- Che estetica preferisce (minimal, colorata, naturale...)?

* Cosa cerca?

- Cosa la spinge a comprare un prodotto come il tuo?
- Cerca bellezza, comodità, sostenibilità, emozione, unicità?

* Cosa la blocca?

- Ha paura di spendere troppo?
- Non si fida dell'acquisto online?
- Non capisce subito il valore del fatto a mano?

* Cosa desidera davvero?

- Vuole sentirsi unica?
- Vuole fare un regalo che abbia un significato?
- Vuole sostenere chi crea con passione?

5 Esempi di Buyer Persona per Artigiani

* “Laura, la sognatrice romantica”

35 anni, impiegata, vive in città ma sogna una vita più lenta. Ama il design naturale, i colori neutri e i brand handmade. Compra oggetti per la casa con significato, non solo per estetica.

- **Motivazione:** sentirsi circondata da cose autentiche.
- **Ostacolo:** teme di spendere troppo per un oggetto “decorativo”.

* “Sara, la mamma creativa”

40 anni, lavora part-time e ama decorare la casa. Compra spesso su Etsy o ai mercatini, cerca prodotti personalizzati per i figli o come regalo per le maestre.

- **Motivazione:** rendere speciali i momenti quotidiani.
- **Ostacolo:** ha poco tempo per cercare e confrontare.

* “Giulia, la giovane imprenditrice”

28 anni, freelancer. Ama l’estetica minimal e sostenibile, supporta brand etici. Compra poco ma bene, predilige artigiani che comunicano con stile.

Motivazione: sentirsi in sintonia con i propri valori.
Ostacolo: diffidenza verso prodotti che non sembrano professionali.

Esercizi pratici

– Disegna la tua persona ideale

* **Nome:** (dagli un nome e magari un'immagine di riferimento)

* **Età e città:**

* **Lavoro / situazione:**

* **Cosa ama:**

* **Cosa dice di solito:**

* **Cosa pensa:**

* **Cosa la blocca:**

* **Cosa desidera davvero:**

* **Perché comprenderebbe da me:**

Scheda finale da compilare

* Nome della persona

* Età e occupazione

* Dove vive

* Valori principali

* Obiettivi e bisogni

* Paure / ostacoli

* Come posso aiutarla

* Canali dove la trovo

* Frase che riassume il suo modo di pensare _____