

1. Kim jest Twój odbiorca? (Wypisz to, co ważne z punktu widzenia Twojej komunikacji.)

**Dane demograficzne: płeć, wiek, sytuacja rodzinna, lokalizacja itp.**

**Kariera: wykształcenie, zawód, stanowisko, miejsce pracy, dochody, ścieżka zawodowa itp.**

**Cele, wartości i motywacje (pośrednie i bezpośrednie) odbiorcy**

**Problemy, wyzwania i aspiracje odbiorcy**

2. Jaka jest rola odbiorcy w procesie zakupowym? Jak może mieć obiekcje wobec zakupu?

3. Jak mogę pomóc odbiorcy pokonać problemy i wyzwania lub osiągnąć to, do czego aspiruje?

4. Źródła informacji: skąd odbiorca pozyskuje informacje? (Programy / kanały TV, magazyny, rozgłośnie, portale, media społecznościowe, książki, konferencje, eksperci itp.)

5. Jak się komunikuje? (Jaki format treści preferuje - tekst (długi / krótki), wideo, zdjęcia; jaki styl komunikacji woli - np. formalny, luźny itd.)