# Modèle de Buyer Persona

Voici un modèle de Buyer Persona prêt à l'emploi. Utilisez-le comme base pour définir vos personas marketing, en le personnalisant avec vos propres données.

## Nom du persona

Exemple : Claire Martin – Responsable marketing PME

## Âge

Exemple : 38 ans

## Localisation

Exemple : Lyon, France

## Poste / Fonction

Exemple : Responsable marketing

## Secteur d'activité

Exemple : PME B2B, SaaS

## Objectifs principaux

Exemple : Améliorer la notoriété, générer +20% de leads

## Défis / Points de douleur

Exemple : Manque de temps, petit budget

## Sources d'information

Exemple : LinkedIn, newsletters pro, webinaires

## Comportements d'achat

Exemple : Compare 3 à 4 offres avant décision, budget annuel 5-10k€

## Objections fréquentes

Exemple : Craintes sur le ROI, manque de temps pour implémenter

## Messages clés & ton à adopter

Exemple : Gain de temps, solution clé en main, langage clair et concret

## Produits / services adaptés

Exemple : Solution SaaS clé en main, pack marketing externalisé

## Conseils d’utilisation

- Basez ce persona sur des données réelles issues de vos clients et prospects.
- Mettez-le à jour régulièrement en fonction des évolutions de votre marché.
- Limitez-vous à 2-3 personas principaux pour éviter de diluer vos efforts marketing.