



HEDEF KİTLE ve PERSONA OLUŞTURMA ŞABLONU

Hazırlayan: Spektrum Akademi

Kullanım Amacı: Dijital pazarlama kampanyalarında doğru kitleye ulaşmak ve dönüşüm oranlarını artırmak

1. 💡 Genel Bilgiler

Alan	Açıklama Yazın
Persona Adı	(Örn: Yenilikçi Zeynep)
Yaş / Cinsiyet	
Eğitim / Meslek	
Lokasyon	
Aylık Gelir Aralığı	

2. 📱 Dijital Davranışlar

Alan	Açıklama Yazın
Aktif Olduğu Platformlar	(Örn: Instagram, YouTube, LinkedIn)
İçerik Tercihi	(Örn: Reels, Blog Yazıları, Podcast)
Günlük İnternet Kullanımı	(Örn: 2–4 saat)
Satın Alma Tercihi	(Mobil mi, masaüstü mü?)

3. 🎯 Hedefler ve Acı Noktaları

Alan	Açıklama Yazın
Kısa Vadeli Hedefi	(Örn: Kendi markasını kurmak)
Uzun Vadeli Hedefi	(Örn: Pasif gelir elde etmek)
En Büyük Sorunu	(Örn: Sosyal medya stratejisi oluşturamamak)
Motivasyon Kaynakları	(Örn: Özgürlük, başarı, para)

4. 🛒 Satın Alma Davranışları

Alan	Açıklama Yazın
En Sık Satın Aldığı Ürün Türü	(Eğitim, dijital ürün, yazılım vb.)
Ortalama Harcama Aralığı	(Örn: 100–300 TL)
Satın Almaya Etki Eden Unsurlar	(Fiyat, yorumlar, aciliyet, indirim vb.)
Karar Verme Süresi	(Anlık mı, araştırarak mı?)

5. 🧩 Segmentasyon Notları

Segmentasyon Türü	Kriterleriniz
Demografik	(Yaş, cinsiyet, eğitim durumu vb.)
Psikografik	(Değerler, yaşam tarzı, hobiler)
Davranışsal	(Sadakat, alışveriş sıklığı, promosyon ilgisi)
Coğrafi	(Bölge, şehir, iklim gibi)

📁 Notlar & İçgörüler

Buraya kullanıcı görüşlerinden, analiz sonuçlarından veya kampanya testlerinden çıkan önemli çıkarımları yazın.

Örneğin: “Bu persona Instagram üzerinden indirilebilir şablonlara çok ilgili.”