

Köparens innehållsresa

Kunden är **OVETANDE** om företaget och deras produkter och kanske i allmänhet om det sakområde som företaget är verksam inom.

Hon söker allmänt efter innehåll om sådant som intresserar henne.

Kunden är **NYFIKEN** att veta mer om det sakområde som företaget är verksam inom.

Hon söker efter innehåll som berättar om det sakområde som företaget är verksam inom utan att gå in på detaljer.

Kunden är **INSPIRERAD** att lära sig mer om det sakområde som företaget är verksam inom och dess möjligheter.

Hon söker efter innehåll för att lära sig mer om det sakområde som företaget är verksam inom.

Kunden är **MOTIVERAD** att köpa produkter inom det sakområde som företaget är verksam inom.

Hon söker efter innehåll som visar på fördelar och nackdelar med olika alternativ inom det sakområde som företaget är verksam inom.

Kunden är **ÖVERTYGAD** om att den skall köpa produkter inom det sakområde som företaget är verksam inom och känner att företaget är rätt leverantör.

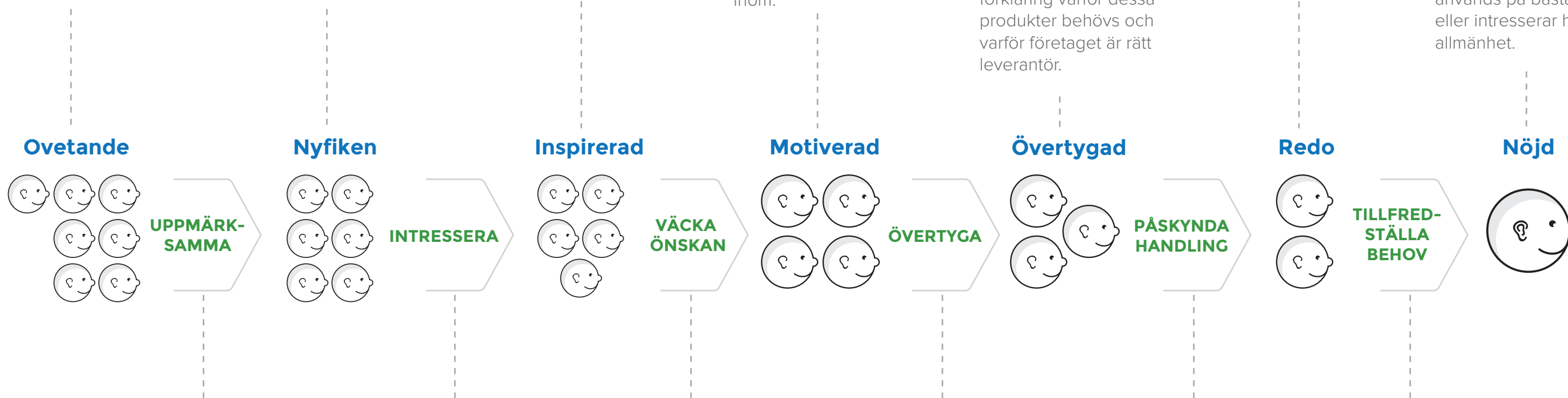
Hon söker efter innehåll som ger en rationell förklaring varför dessa produkter behövs och varför företaget är rätt leverantör.

Kunden är **REDO** att genomföra köp av produkter från företaget.

Hon söker efter innehåll som visar hur produkten används på bästa sätt.

Kunden är **NÖJD** för allt innehåll som hjälper henne att använda produkten på bästa sätt, och för allt annat trevligt material som hon kan ta del av.

Hon söker efter innehåll som visar hur produkten används på bästa sätt eller intresserar henne i allmänhet.



Företaget skall **UPPMÄRKSAMMA** det sakområde som företaget är verksam inom och etablera en relation.

Det gör företaget genom att fånga och bibehålla kundens uppmärksamhet med något som intresserar kunden utan att det nödvändigtvis är inom företagets område.

Företaget skall **INTRESSERA** kunden att lära sig mer om det sakområde som företaget är verksam inom och dess möjligheter.

Det gör företaget genom att visa, utan att argumentera, på vad det sakområde som företaget är verksam inom handlar om och vilka möjligheter det skapar.

Företaget skall **VÄCKA ÖNSKAN** att köpa produkter inom det sakområde som företaget är verksam inom.

Det gör företaget genom att bjuda på kunskap om och erfarenhet av det sakområde som företaget är verksam inom utan att prata i egen sak.

Företaget skall **ÖVERTYGGA** kunden att köpa deras produkter.

Det gör företaget genom att redogöra för fördelar och nackdelar med olika alternativ, och hjälpa kunden att göra rätt val (som kanske inte är deras produkter).

Företaget skall **PÅSKYNDA HANDLING** genom att hjälpa till med sakargument som kunden behöver för att övertyga sig själv och sin omgivning.

Det gör företaget genom att tillhandahålla material som kunden kan använda för att rationalisera och motivera ett inköp.

Företaget skall **TILLFREDSSTÄLLA** kunders behov av hjälp, stöd och omtänksamhet.

Det gör företaget genom att hjälpa så mycket de bara förmår med manualer, kunskapsbank, råd, tips, trix för att bäst utnyttja den köpta produkten, samt genom fler artiklar som målgruppen finner allmänt intressanta.