

Vous devez premièrement identifier chacun des clients cibles que vous voulez profiler :

1. son nom;
2. son année de naissance (son groupe d'âge);
3. son lieu de naissance;
4. son lieu de résidence;
5. son niveau de scolarité (et s'il y a lieu son champ d'études);
6. son travail dans une entreprise ou une organisation;
7. le ou les médias qu'il utilise (des données sur sa consommation média);
8. son moyen de transport principal;
9. son ou ses centres d'intérêt;
10. ses comportements d'achat;
11. ses buts et ses objectifs personnels et professionnels;
12. ses désirs et ses motivations personnels et professionnels.

Ces informations sont nécessaires pour débiter l'histoire de vie d'un Client cible.

