

## PORTRAIT

PERSONA NAME

## AGE

## GENDER

## OCCUPATION

## EDUCATION

## LOCATION

**LANGUAGE(S)**

## PRICE SENSITIVITY

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

**Budget** **Luxury**

## BRAND LOYALTY

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

**Mix & Match** **One Brand**

## INTEREST IN NEW PRODUCTS

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Only When Needed Always Looking

## ACQUISITION SPEED

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

A Week or More 2 Days Maximum

## HOW DO THEY PREFER TO BE ENERGIZED?

Introversion Extroversion

## WHAT KIND OF INFORMATION DO THEY PREFER?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

**Sensing** **Intuition**

## WHAT PROCESS IS USED TO MAKE DECISIONS?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Thinking Feeling

## WHAT LIFESTYLE DO THEY PREFER?

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

**Decisive** **Spontaneous**

## SOCIAL STATUS

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Low High

## CONVENIENCE

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○  
Low High

## ECO-FRIENDLINESS

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○  
Low High

## TRUSTWORTHINESS

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○  
Low High

## BROWSING

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Mobile Desktop

## SHOPPING

eCommerce Retail

## NETWORK

**Social Media** **Personal Referral**

## MARKETING

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Email Traditional Ads

## FRUSTRATIONS

## BRAND AFFILIATIONS

**PROPELLER**  
WWW.PROPELLERCONSULTING.COM