

Wisesight Virtual Persona

Kla Tangsuwan

CEO, Wisesight (Thailand) Co., Ltd.

29 January 2026

About Wisesight Group

Zwiz is a social media automation platform, offering chatbot, reservation, and membership management for small businesses and integration services for large enterprises.

Etaillgence is a cross-platform e-commerce intelligence company that provides extensive information beyond traditional e-commerce platform insights.

AnotherDot is matchmaker platform between brands and influencers with advance planning and predictions.

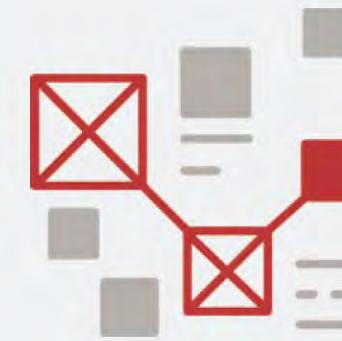


Wisesight

Wisesight has gathered extensive sources of market data and continuously developed advanced technology tools, providing a wide range of social media analytics solutions. We are the top choice for handling social media data.

Wisesight Group partners with 4 other leading social listening companies in ASEAN countries.

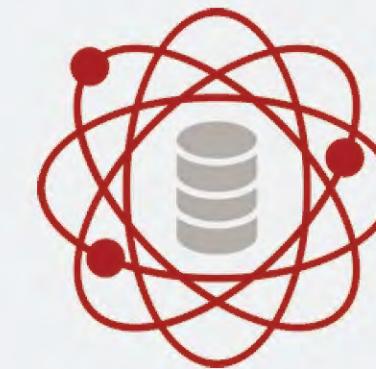
We turn
Social Data
into services



Social Data

Varieties of Voices

Facebook, X, Instagram, YouTube,
TikTok, Blogs, News and Local Forums.



Big Data

World-Class Infrastructure

100% Cloud-based, ISOs Certified, Certified
Developers, Full Scrum/Agile Process



Service

Expert Services

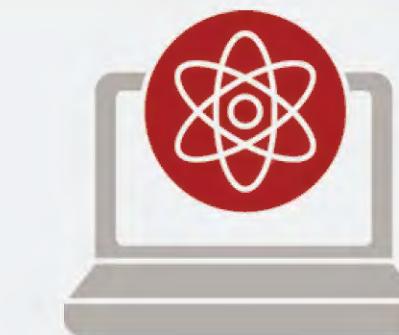
Wisesight Research, Monitoring & Alert,
Crisis Management, Data Consulting



Platform (Tools)

Enterprise Applications

Social Analytics, Social Engagement,
Chatbot, Command Center



Machine Learning / AI

Proprietary Models

Context Analysis, Sentiment Analysis,
Measurement Model, Data Cleansing Process



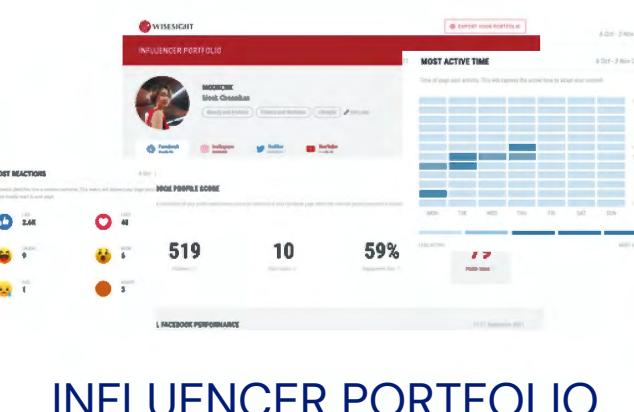
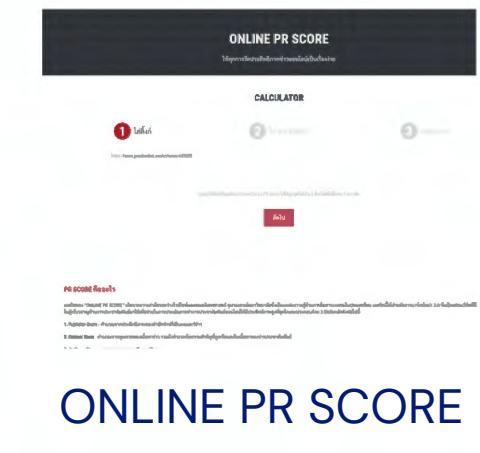
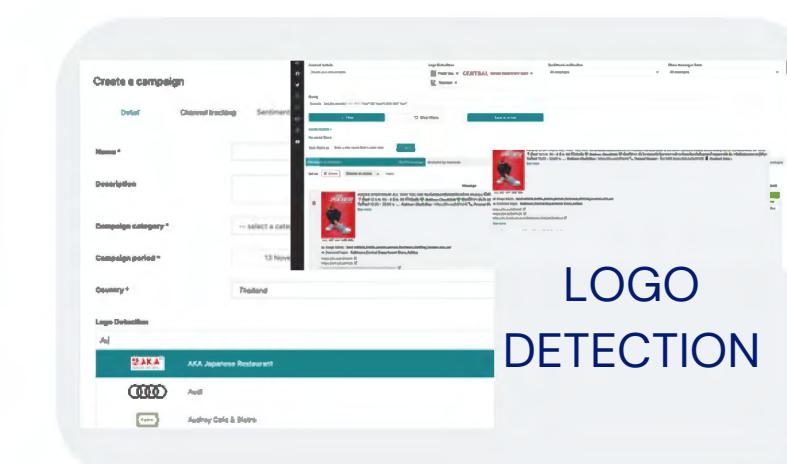
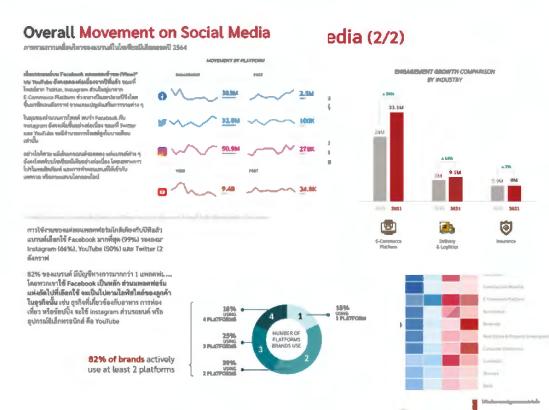
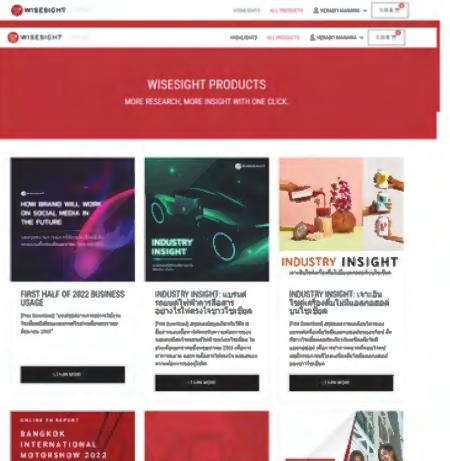
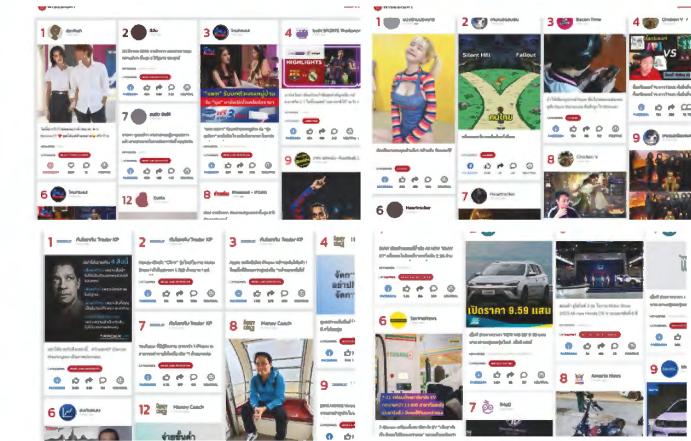


ZSOCIAL EYE

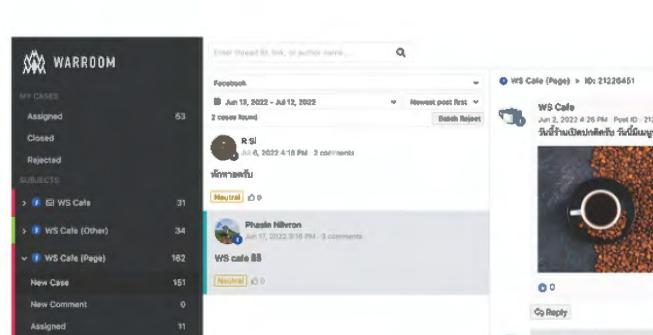
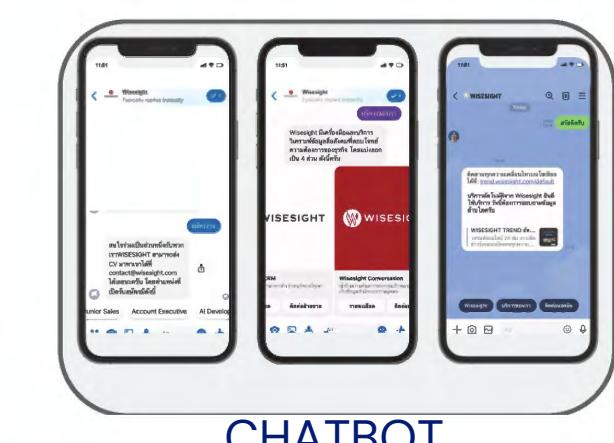
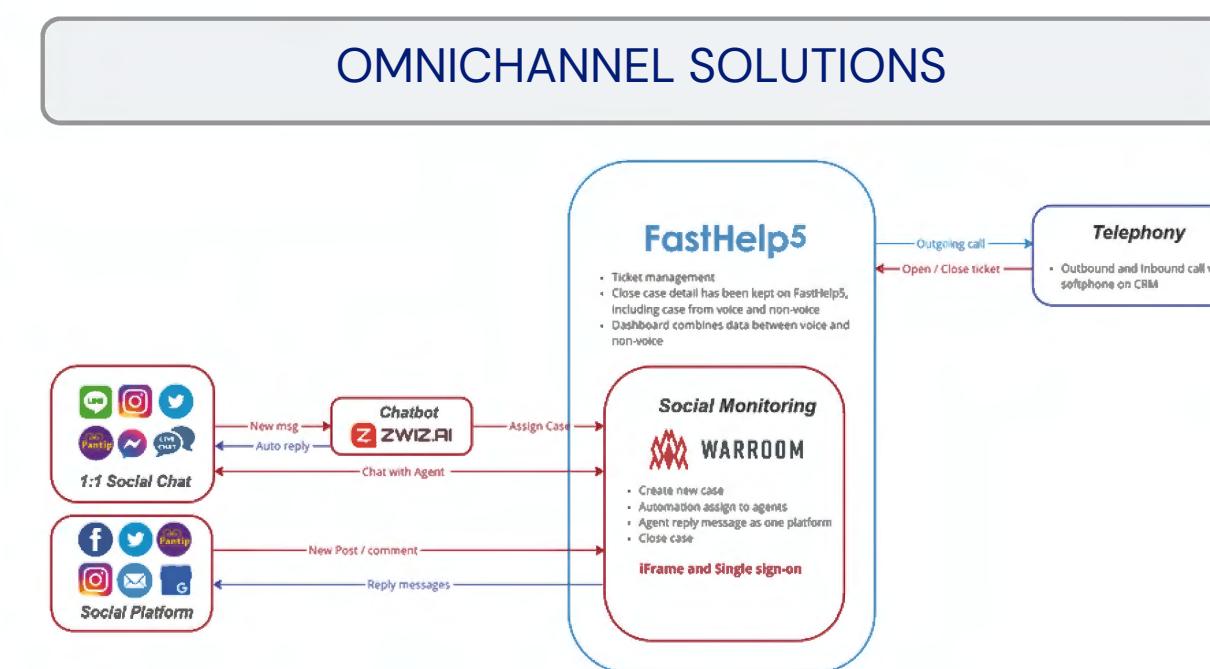
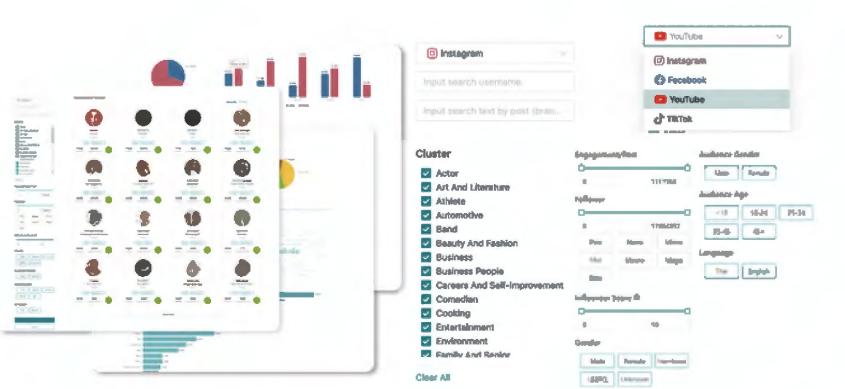
**ZSOCIAL EYE
EXPLORER**

KIRIN ENGINE

OCR



RESEARCH

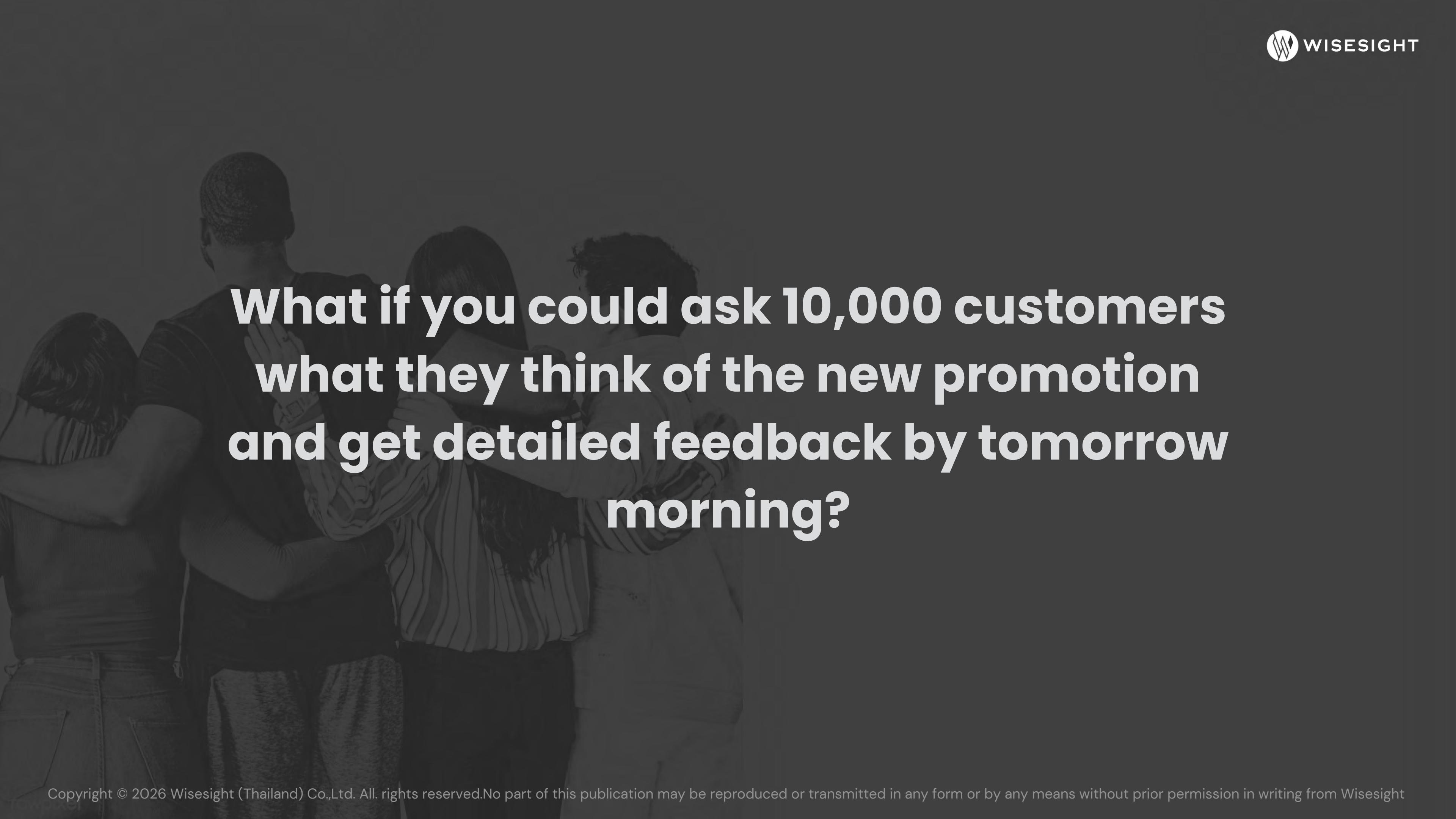


WARROOM



The **foundation** of any business is
understanding people's needs.

When we translate insight of audience's
desires and behaviors into action,
we hold **the key to unlocking true value.**



**What if you could ask 10,000 customers
what they think of the new promotion
and get detailed feedback by tomorrow
morning?**

Limitations of traditional research and social listening

**Time-Intensive
of Recruitment
Process**



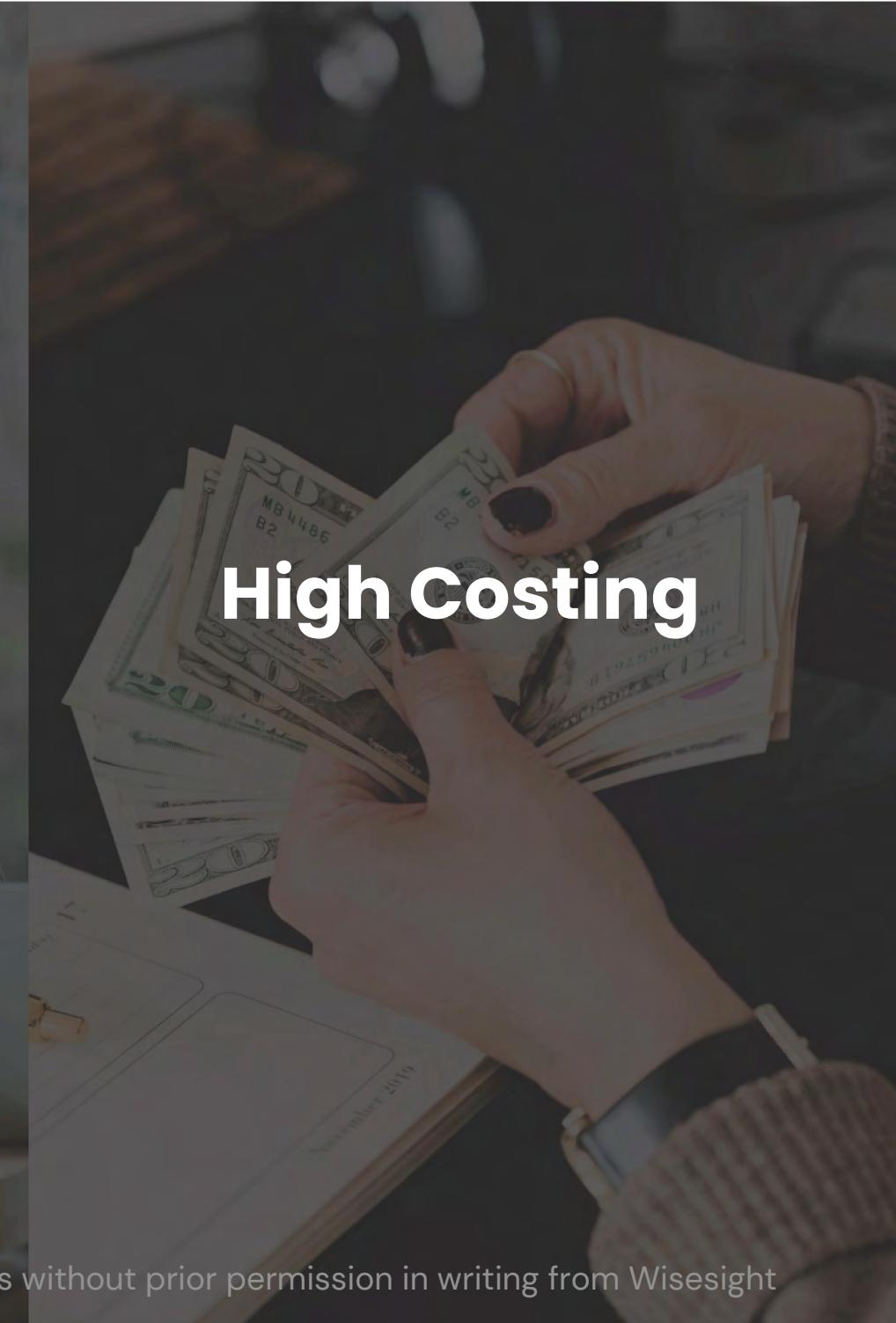
**Slow Data Collection
and Analysis**



**Difficulty of
Reaching Target
Audience**



High Costing



Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.

✓ 1

Which of the following best describes your shopping habits in the past 3 months?

Multiple choice single answer | Sample size = 417



Results from traditional survey methods are the globally accepted standard reference. However, conducting this research can **take up to 3 months** and **cost at least 600,000 THB** for 1,000 respondents.

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.

Response Summary

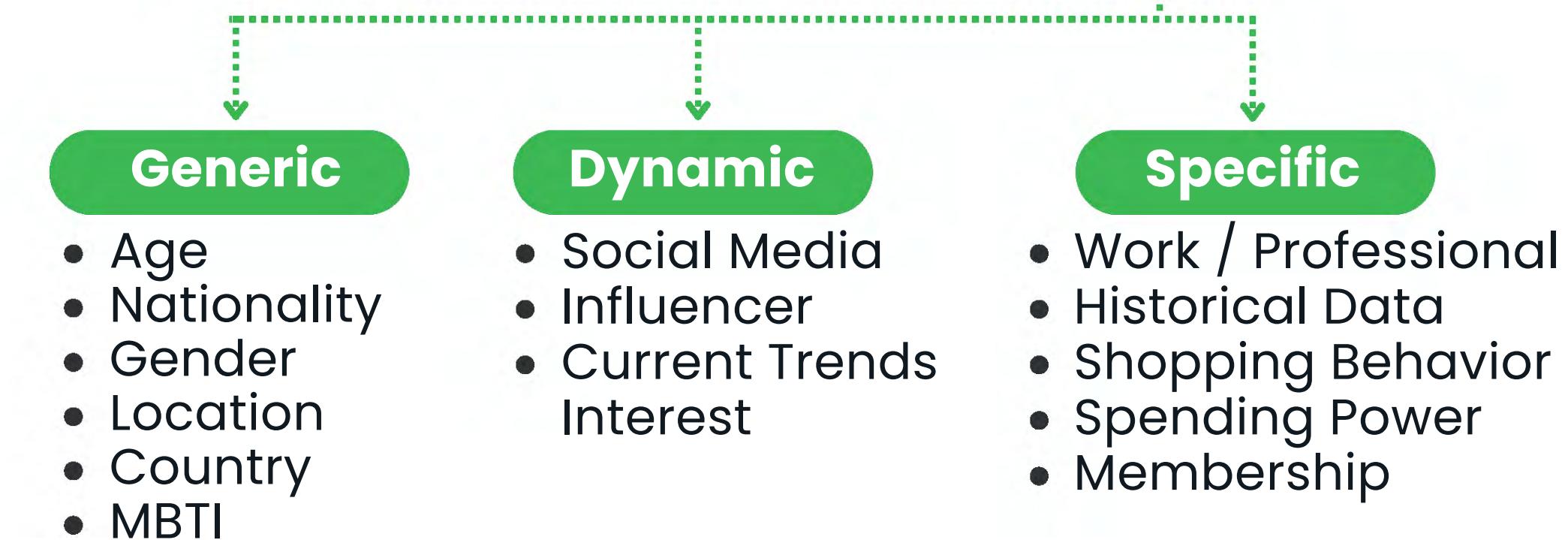
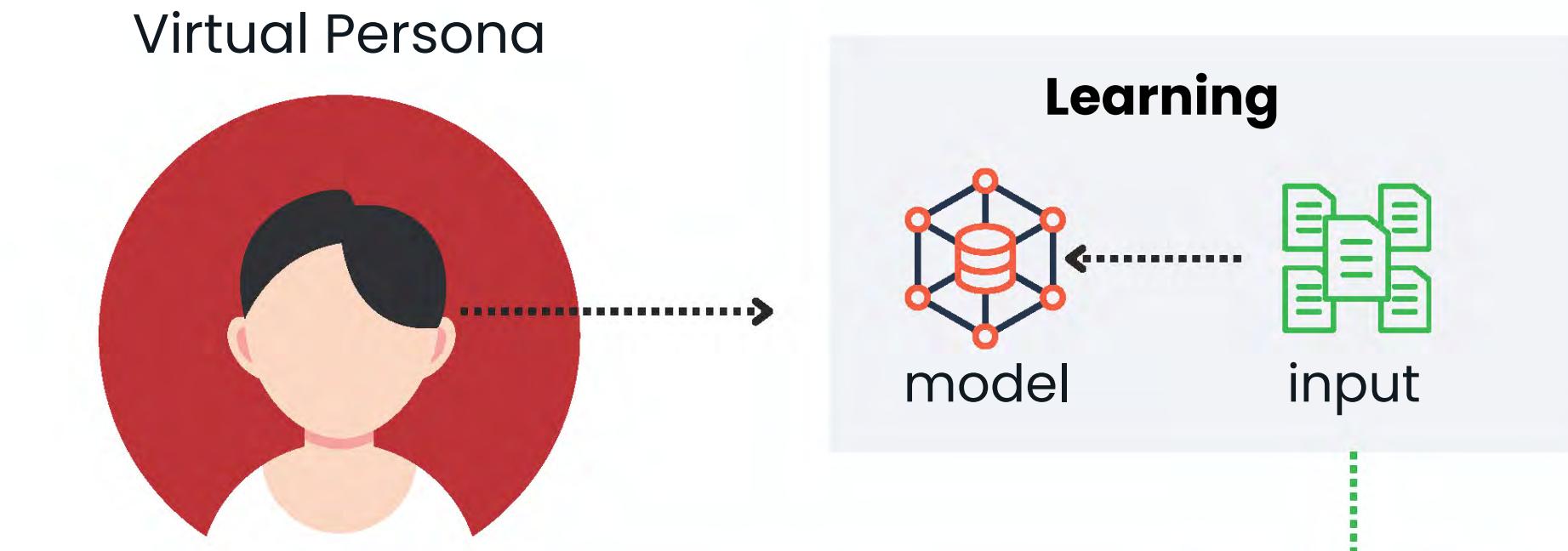
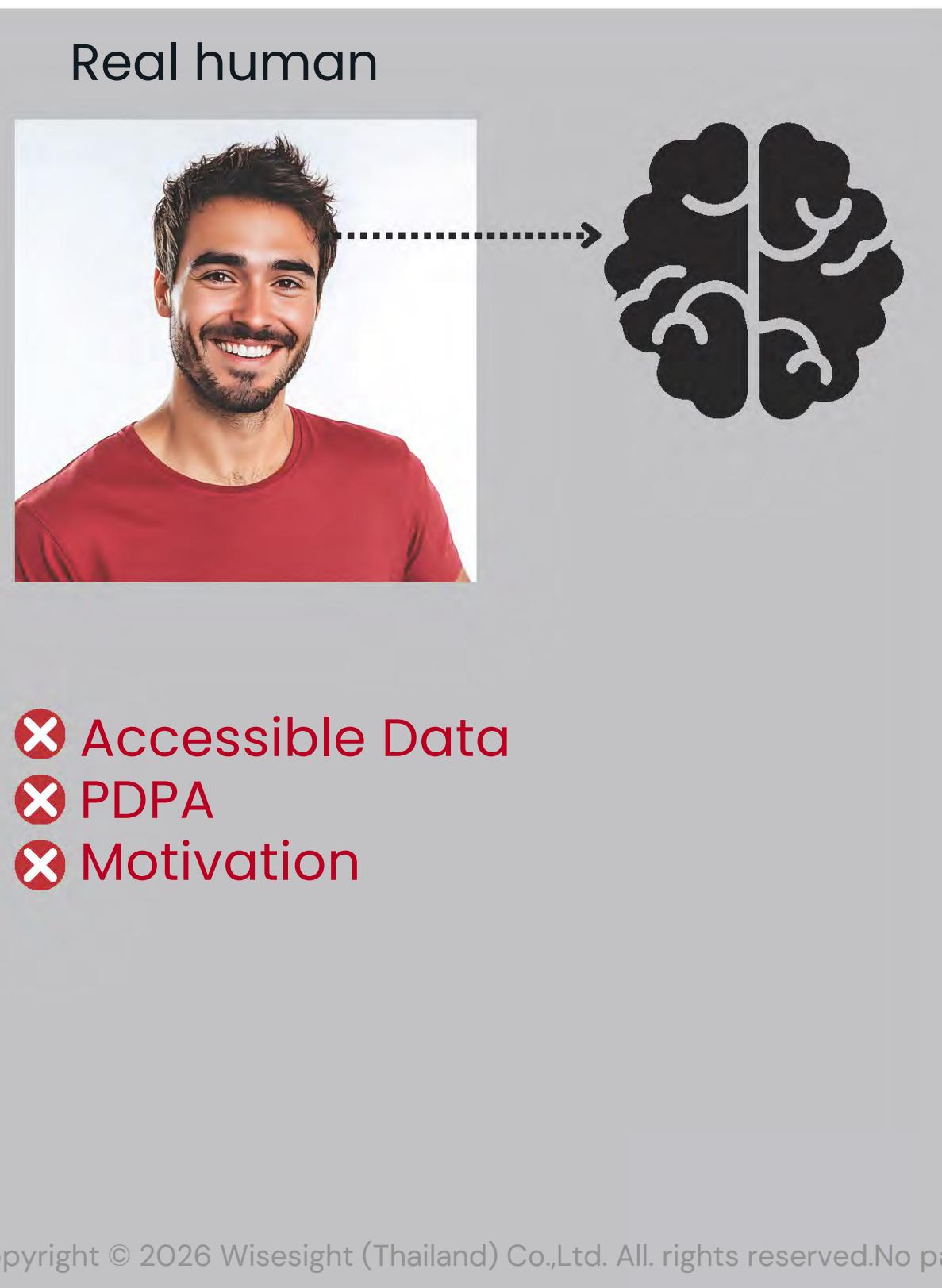
Option	Count	Percent
I Shop Mostly In Physical Stores (More Than Half Of My Purchases Are In-Store)	61	17%
I Shop Mostly Online (More Than Half Of My Purchases Are Online)	145	40%
I Shop Equally Online And In Physical Stores	156	43%
I Shop Entirely Online (All My Purchases Are Online)	1	0%
I Shop Entirely In Physical Stores (All My Purchases Are In-Store)	1	0%

Virtual Persona can achieve 85% to 95%* accuracy relative to the standard reference. This method takes **only 30 minutes** and **costs at most 6,000 THB** for 1,000 respondents.

**Based on a direct comparison with the specific shopping data points from the standard reference survey*

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.



Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.

Use for

 Interview

 Survey

 Focus Group

 Media Feedback

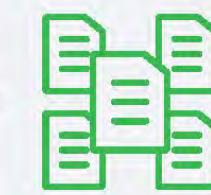
Virtual Persona



Learning



model



input

Generic

- Age
- Nationality
- Gender
- Location
- Country
- MBTI

Dynamic

- Social Media
- Influencer
- Current Trends
- Interest

Specific

- Work / Professional
- Historical Data
- Shopping Behavior
- Spending Power
- Membership

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.



Response Forecasting

Simulates future market dynamics, allowing you to see how consumers will react to new products and campaigns before you launch.



Rapid Focus Group

Gain rapid consumer insights on product concepts, pricing, or brand messaging, explore niche markets, and conduct competitive analysis more efficiently than traditional methods.



Expert Interview

Access simulated specialized knowledge from expert personas for gathering insights, scenario planning, and training purposes when real-world experts are scarce.



Media Feedback Simulation

Simulate audience reactions to media content before public release to optimize content strategy and identify potential issues.

Use cases

Interview | Survey | Focus Group | Media Feedback

Wisesight Virtual Persona

Creating Personas

Demographics

Age Range: 18 years to 45 years

Gender: Male, Female, Bisexual, Non-binary

Country: Malaysia

Area: Kuala Lumpur, Johor, Selangor, Penang

Nationality / Race: Malay, Chinese, Indian

Income Range: RM4,000 to RM20,500

Education: High School, Master's Degree, Other, Associate Degree, Doctorate, Bachelor's Degree, Trade School

Family: Relationship Status: Single, Married, Divorced, Widowed

Religion: Buddhism, Hinduism, Atheism/Agnosticism, Christianity, Judaism, Islam, Sikhism, Other

Language: English, Spanish, Chinese, Russian, Dutch, Vietnamese, Tagalog, Malay, Portuguese, Hindi, Italian, Arabic, Indonesian, Turkish, Norwegian, Czech, Hebrew, Swedish, Finnish, Hungarian, Romanian, Greek, Polish, Bulgarian

Devices: Desktop, Mobile, Smart TV, Smart Watch, Tablet

Interest: Add interest areas...

Work Industry: Add Work Industries...

Job Level: Add job levels...

← Back to all Projects

Malaysian middle income, urban people

Overview							Persons			Questions & Results		
Name	Gender	Age	Location	MBTI	Work Industry	Job Level	Actions					
Ahmad Ramli	male	37	Kuala Lumpur				View Details	View Answers	Chat			
Ashok Jain	male	33	Kuala Lumpur				View Details	View Answers	Chat			
Sushma Chandra	female	33	Johor				View Details	View Answers	Chat			
Ramli Razak	male	36	Penang				View Details	View Answers	Chat			
Haliz Mohamed	male	28	Penang				View Details	View Answers	Chat			
Jun Wei Ong	male	33	Penang				View Details	View Answers	Chat			
Ramesh Yadav	male	30	Penang				View Details	View Answers	Chat			
Sita Mishra	female	25	Penang				View Details	View Answers	Chat			
Salleh Ismail	male	20	Selangor				View Details	View Answers	Chat			
Priya Jain	female	44	Kuala Lumpur				View Details	View Answers	Chat			
Kumari Verma	female	20	Kuala Lumpur				View Details	View Answers	Chat			
Abdullah Farid	male	42	Penang				View Details	View Answers	Chat			
Manoj Jain	male	45	Kuala Lumpur				View Details	View Answers	Chat			

50x Malaysians, Urban, Middle income

Wisesight Virtual Persona

Creating Personas

Back to all Projects

Persona Details

Persona: Ramesh Yadav

Jawatan: Pakar Kanan Integrasi Proses (Industri Semikonduktor)

1. Demografi

Nama: Ramesh Yadav
Umur: 30
Jantina: Lelaki
Lokasi: Penang, Malaysia
Pendapatan Bulanan: RM 12,620
Peranti: Telefon bimbit, Tablet
Pendidikan: Lepasan Ijazah Bersekutu (Associate Degree)
Status Perhubungan: Bujang
Status Anak: Mempunyai anak
Agama: Islam
Bahasa Utama: Melayu
Kewarganegaraan: India
Negara: Malaysia

2. Bio

Ramesh Yadav adalah seorang bapa tunggal berusia 30 tahun dan seorang profesional yang berdedikasi dalam industri semikonduktor yang pesat di Penang. Dilahirkan di Malaysia dalam keluarga Muslim India, Ramesh membesar dengan gabungan unik tradisi budaya India dan nilai-nilai Melayu tempatan, menjadikan bahasa Melayu sebagai bahasa utamanya. Walaupun hanya memiliki ijazah Bersekutu, etika kerja yang kuat dan kepakaran teknikalnya telah membolehkannya membina kerjaya yang sangat berjaya, memberikannya pendapatan yang selesa. Kehidupannya berubah secara drastik apabila beliau menjadi bapa tunggal, dan kini seluruh fokusnya adalah untuk menyediakan masa depan yang stabil dan cerah untuk anaknya. Beliau sentiasa berusaha untuk mengimbangi tuntutan kerjayanya yang mencabar dengan tanggungjawab sebagai seorang bapa.

3. Motivasi

Motivasi utama Ramesh berasarkan daripada anaknya. Beliau berazam untuk memberikan pendidikan terbaik dan kehidupan yang selesa, sesuatu yang mendorongnya untuk cemerlang di tempat kerja dan menguruskan kewangannya dengan bijak. Beliau juga didorong oleh keinginan untuk membuktikan bahawa kelayakan akademik bukanlah satu-satunya penentu kejayaan; pengalaman dan dedikasi adalah sama pentingnya. Selain itu, sebagai seorang Muslim India di Malaysia, beliau berpegang teguh pada identiti agamanya dan berusaha untuk menanamkan nilai-nilai murni dalam diri anaknya sambil menghormati masyarakat berbilang budaya di sekelilingnya.

4. Matlamat atau Objektif

Matlamat Jangka Panjang: Membeli rumah teres di kawasan kejiranan yang mesra keluarga di Penang, menubuhkan dana pendidikan yang kukuh untuk anaknya, dan mencapai kestabilan kewangan sepuhnya.

Back to all Projects

Ramli Razak	male	36	Penang	View Details	View Answers	Chat
Hafiz Mohamed	male	28	Penang	View Details	View Answers	Chat
Jun Wei Ong	male	33	Penang	View Details	View Answers	Chat
Ramesh Yadav	male	30	Penang	View Details	View Answers	Chat
Sita Mishra	female	25	Penang	View Details	View Answers	Chat
Jun Wei Ong	male	33	Penang	View Details	View Answers	Chat
Ramesh Yadav	male	30	Penang	View Details	View Answers	Chat
Sita Mishra	female	25	Penang	View Details	View Answers	Chat
Salleh Ismail	male	20	Selangor	View Details	View Answers	Chat
Priya Jain	female	44	Kuala Lumpur	View Details	View Answers	Chat
Kumari Verma	female	20	Kuala Lumpur	View Details	View Answers	Chat
Abdullah Farid	male	42	Penang	View Details	View Answers	Chat
Manoj Jain	male	45	Kuala Lumpur	View Details	View Answers	Chat

Questions & Results

Job Level

Actions

Wisesight Virtual Persona

Interview

Chat with - Ramesh Yadav

Hello, I am Ramesh Yadav. How can I help you?

Have you ever gone to Phuket or Hatay?

Oh, itu soalan menarik. Hmm, kalau Hat Yai tu, ya, saya pernah pergi beberapa kali. Selalunya pergi weekend trip saja, untuk makan-makan dan tengok-tengok barang. Tak jauh sangat dari Penang ni, jadi senang nak bawa anak sekali. Selalunya buat day trip atau overnight saja, tak lama. Cukup untuk recharge dan balik kerja semula.

Phuket pula, belum lagi. Jujurnya, memang ada dalam perancangan. Saya dah lama berhasrat nak bawa anak saya ke sana satu hari nanti, mungkin untuk percutian tahunan kita. Kan bagus kalau dapat bawa dia main pantai, rehat-rehat. Tapi, kena plan betul-betul la, sebab nak urus semua sendiri dengan anak ni memang perlukan perancangan yang rapi. Nak cari masa yang sesuai dengan jadual kerja saya, nak pastikan semua persiapan cukup. Tapi Insha-Allah, ada rezeki dan

Type your message...

Send

Chat with - Ramesh Yadav

What's your favourite Thai food? and your favourite restaurant in Hat Yai?

Ah, kalau dah sampai Hat Yai, memang kena cari makanlah! Itu *main purpose* saya pergi sana pun. Untuk soalan makanan Thai kegemaran... hmm, susah juga nak pilih satu saja. Tapi kalau betul-betul kena pilih, saya rasa saya akan kata **Green Curry Chicken** (ผัดเขียวหวานไก่). Kuahnya yang lemak manis pedas tu, memang *kick* betul. Selalunya saya makan dengan nasi panas-panas, memang puas hati. Kadang-kadang kalau rasa nak pedas lagi, saya minta mereka letak lebih sikit cili. Anak saya pula selalunya saya orderkan pad see ew atau nasi goreng ayam, yang tak pedas sangat.

Dan restoran kegemaran saya di Hat Yai, kalau ikutkan pengalaman saya yang selalu pergi, saya suka pergi ke **Hamid Restaurant**. *Makanan dia sedan authentic dan yang paling penting senang cari yang halal.* Jadi saya tak risau sangat bila bawa anak ke sana. Pilihan menu pun banyak, dari *tom yum, kerabu*, sampai ke *dessert* pun ada. Tempat pun selesa, jadi sesuai sangat untuk bawa keluarga. Harga pun berpatutan, tak adalah sampai koyak poket sangat. Jadi, memang Salma

Type your message...



Hamid Restaurant Hatyai

3.9 ★★★★☆ (622) - ₦1-200
Halal restaurant

Question result

Question

If you need to buy a new car in the next 6 months, EV or no EV? CHOICES:ev, no ev

Summary of Answers

Secara keseluruhan, terdapat dua segmen utama yang muncul daripada respons persona, dibezakan terutamanya oleh keputusan mereka untuk memilih kenderaan elektrik (EV) atau tidak, serta dipengaruhi oleh emosi dan faktor demografi. Segmen pertama memilih EV, manakala segmen kedua memilih kenderaan bukan EV.

Segmen yang memilih EV kebanyakannya terdiri daripada individu yang bertenaga positif dan berpandangan jauh, dengan emosi yang seimbang atau neutral. Mereka cenderung berusia pertengahan 20-an hingga akhir 30-an, kebanyakannya mempunyai ijazah sarjana atau sarjana muda, dan pendapatan yang selesa hingga tinggi. Lokasi mereka adalah pelbagai di seluruh Malaysia (Kuala Lumpur, Penang, Johor, Selangor). Faktor utama yang mendorong keputusan mereka termasuk peluang memanfaatkan insentif kerajaan yang akan tamat, potensi penjimatan kos operasi jangka panjang, minat terhadap teknologi inovatif, dan kesedaran terhadap alam sekitar. Emosi positif seperti "Energetic + Positive" dan "Mostly Balanced" jelas dilihat, dengan keyakinan terhadap masa depan EV dan kemudahan yang semakin baik. Walaupun ada sedikit keimbangan tentang infrastruktur pengecasan, mereka melihatnya sebagai sesuatu yang boleh diuruskan atau akan bertambah baik.

Sebaliknya, segmen yang memilih kenderaan bukan EV sering kali menunjukkan emosi yang lebih bercampur baur, tertekan, atau bimbang. Golongan ini juga mempunyai latar belakang pendidikan dan pendapatan yang pelbagai, tetapi ramai yang mempunyai tahap pendidikan ijazah sarjana muda dan bergelar dengan isu kewangan yang lebih mendesak seperti simpanan untuk rumah atau pendidikan anak. Kos permulaan EV yang tinggi (melebihi RM100,000) adalah penghalang utama, digabungkan dengan keimbangan tentang kos penyelenggaraan jangka panjang (terutama bateri), ketidakpastian mengenai nilai jualan semula, dan infrastruktur pengecasan yang masih belum memuaskan di sesetengah kawasan. Emosi seperti "Frequently Stressed", "Distressed", dan "Mixed (Ups/Downs)" berkorelasi kuat dengan keputusan untuk mengelak EV, kerana mereka mengutamakan kestabilan kewangan, kebolehpercayaan, dan mengurangkan kerisauan dalam kehidupan seharian mereka yang sudah padat. Mereka cenderung memilih pilihan yang lebih selamat dan terbukti pada masa kini.

Response Summary

Option	Count	Percent
No Ev	28	56%
Ev	22	44%

Persona: Ramesh Yadav

No Experience Mostly Balanced

Selected Option: no ev

Reason:

Untuk saya, memilih kereta baru dalam tempoh 6 bulan ni, saya rasa lebih baik pilih yang bukan EV buat masa sekarang. Harga EV tu masih tinggi sangat, kebanyakannya lebih RM100,000. Walaupun gaji saya selesa, saya ni jenis berjimat untuk masa depan anak saya. Saya nak pastikan kewangan kami stabil.

Lagipun, insentif kerajaan untuk EV ni banyak yang akan tamat hujung tahun 2025. Kalau dah habis insentif nanti, saya risau pasal kos penyelenggaraan bateri, kos pengecasan awam, dan nilai jualan semula. Rutin harian saya dah cukup padat, jadi saya perlukan sesuatu yang senang dan tak menyusahkan. Walaupun stesen pengecasan makin banyak, saya tak nak ambil risiko tersadai atau terpaksa beratur lama. Buat masa ni, pilihan yang lebih selamat dan terbukti tu lebih penting untuk keluarga kecil saya.

Wisesight Virtual Persona

Focus Group

Ready-to-eat Pad Thai. Including price range and where to buy, who are target buyers and their behaviour.



Question result X

Question
You know about Pad Thai, a famous Thai street food. Now it is available in Malaysia as a ready-to-eat food in supermarket near you. What do you think about the product? How much it should cost? What would be the shop you are expecting to go to buy?

Summary of Answers
Berikut adalah ringkasan respons persona berdasarkan maklumat yang diberikan, dengan fokus pada korelasi antara persona dan respons mereka:

Keutamaan Kualiti dan Keaslian Rasa:
Individu dengan pendapatan lebih tinggi dan yang pernah merasai Pad Thai asli di luar negara (cth. Thailand) atau di restoran ternama cenderung memberi penekanan lebih kepada rasa yang autentik, keseimbangan rasa (masam, manis, pedas), tekstur mi, dan kualiti bahan. Mereka bersedia membayar lebih untuk memastikan produk tersebut setanding dengan yang asli. Pasar raya premium sering disebut sebagai lokasi pembelian.

Kepraktisan dan Kecekapan Masa:
Bagi individu yang mempunyai jadual padat, seperti ibu tunggal atau profesional yang sibuk, kemudahan dan penjimatan masa adalah faktor utama. Ketersediaan Pad Thai sedia dimakan di pasar raya dilihat sebagai penyelesaian kepada keperluan makanan yang cepat dan mudah, terutamanya selepas bekerja atau apabila tiada masa untuk memasak.

Kepentingan Pensijilan Halal:
Bagi sebahagian besar responden, terutamanya yang beragama Islam, pensijilan Halal adalah syarat mutlak sebelum mempertimbangkan untuk membeli. Ini menunjukkan kepercayaan dan keperluan terhadap produk yang mematuhi garis panduan agama.

Pertimbangan Harga:
Ada pelbagai jutal harga yang dianggap berpatutan, bergantung kepada persepsi kualiti dan nilai. Individu dengan pendapatan lebih rendah atau yang membandingkan dengan harga makanan jalanan cenderung menetapkan harga yang lebih rendah, sementara mereka yang mengutamakan kualiti bersedia membayar lebih.

[Lokasi Pembelian](#)

Question result X

👤 Persona: Ramesh Yadav
Wah, kalau betul ada Pad Thai ready-to-eat kat pasar raya dekat sini, memang satu berita baiklah! Sebagai bapa tunggal yang sibuk, kemudahan macam ni sangat membantu. Saya harap rasa dia tak lari jauh dari yang biasa saya makan kat kedai Thai tu, yang penting ada logo halal dan rasa seimbang, tak terlalu manis atau masam.

Untuk harga, saya rasa dalam lingkungan RM10 hingga RM15 tu dah cukup berpatutan dah. Saya mesti akan cari kat bahagian makanan sejuk beku di pasar raya besar macam Lotus's atau Giant dekat Bayan Lepas, senang nak singgah lepas habis kerja.

👤 Persona: Ahmad Ramli
Wah, Pad Thai sedia dimakan di pasar raya? Ini memang berita baik! Saya yang selalu sibuk ni memang cari makanan yang cepat dan mudah. Paling penting, mesti ada sijil halal. Kalau rasanya boleh dekat dengan Pad Thai yang segar, dengan mi yang kenyal dan cukup pedas manis masamnya, memang saya akan cuba.

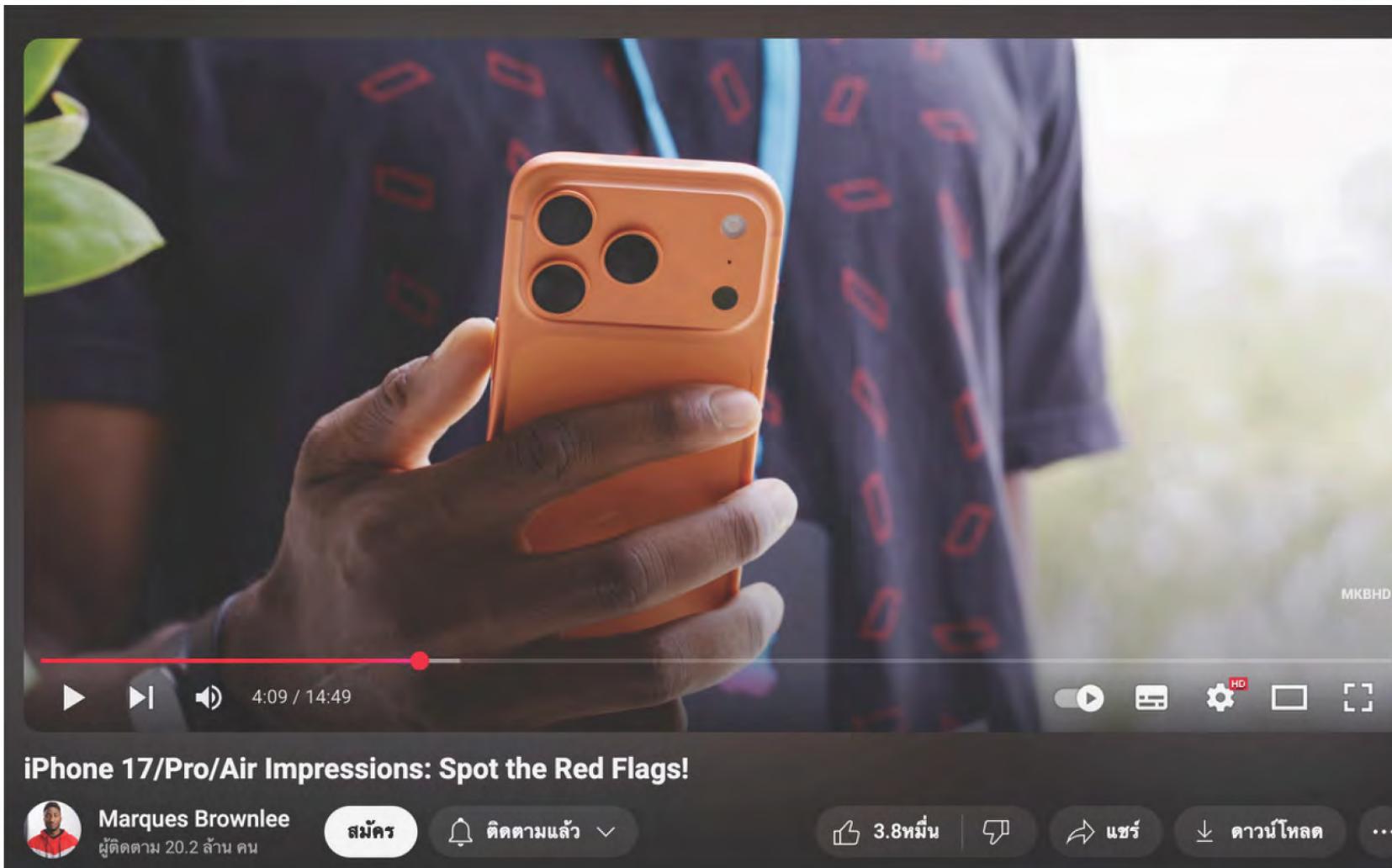
Untuk harga, saya rasa dalam lingkungan RM8 hingga RM12 tu berpatutanlah, setanding dengan makanan RTE lain. Saya jangka boleh dapat di pasar raya besar biasa dekat area kondominium saya. Senanglah kalau balik kerja lewat, boleh terus beli.

👤 Persona: Ashok Jain
Wah, Pad Thai ready-to-eat? Ini memang menarik! Sebagai orang yang sibuk, kemudahan macam ni memang saya cari. Saya selalu risau sikit kalau rasa tak authentic, tapi kalau Auntie Mam's ni boleh kekalkan rasa asli, memang game changer lah.

Untuk harga, saya rasa dalam lingkungan RM18 hingga RM25 tu berpatutan,

Wisesight Virtual Persona

Media Feedback



Enter your question or notes for the personas...

Question result

Question
<https://youtu.be/idEAABFzpfq?si=4Qepntj826gKRJaz> What do you think about the new iPhone17?CHOICES:not interested, i'm android, will buy asap, cool but no, the old one is still good.

Summary of Answers
 Analisis respons menunjukkan dua kelompok utama individu berdasarkan penerimaan dan emosi mereka terhadap iPhone 17. Kelompok pertama, yang ditandai dengan respons "cool but no, the old one is still good," mencakup individu yang menunjukkan emosi bercampur aduk, tertekan, atau seimbang. Mereka umumnya mengakui fitur-fitur menarik dari iPhone 17 seperti cip A19 dan kamera baru, namun prioritas kewangan seperti simpanan untuk rumah, pendidikan anak, atau komitmen kewangan lain menjadi alasan utama untuk tidak membeli. Emosi seperti tekanan dan kekhawatiran kewangan seringkali mendasari keputusan ini, mendorong mereka untuk mengutamakan penggunaan peranti sedia ada yang masih berfungsi baik. Kelompok ini terdiri daripada pelbagai latar belakang demografi, termasuk pelbagai peringkat umur (18-45 tahun), jantina, pendapatan, dan tahap pendidikan (kebanyakannya pemegang ijazah sarjana muda atau sarjana). Kelompok kedua pula terdiri daripada individu yang menunjukkan emosi positif dan berterengah, dengan pilihan respons "will buy asap." Individu dalam kelompok ini, yang kebanyakannya berusia antara 20-40 tahun, menunjukkan minat yang tinggi terhadap teknologi dan melihat iPhone 17 sebagai pelaburan yang berbaloi untuk meningkatkan produktiviti kerja dan menyokong matlamat profesional mereka. Walaupun beberapa daripada mereka mengakui harga yang tinggi, mereka yakin dengan nilai tambah yang ditawarkan dan bersedia untuk membuat pembelian. Emosi positif dan bersemangat ini jelas mempengaruhi keyakinan mereka terhadap peranti baru tersebut. Kelompok ini juga terdiri daripada pelbagai latar belakang, namun tumpuan utama adalah pada aspek peningkatan teknologi dan faedah produktiviti yang ditawarkan. Terdapat juga segelintir individu yang belum memberikan pendapat kerana maklumat rasmi belum dikeluarkan, menunjukkan pendekatan yang berhati-hati dalam menilai produk teknologi baru.

Response Summary

Option	Count	Percent
Cool But No, The Old One Is Still Good.	36	92%
Will Buy Asap	3	8%

menjadi alasan utama untuk tidak membeli. Emosi

Persona: Ramesh Yadav

Selected Option: **cool but no, the old one is still good.**

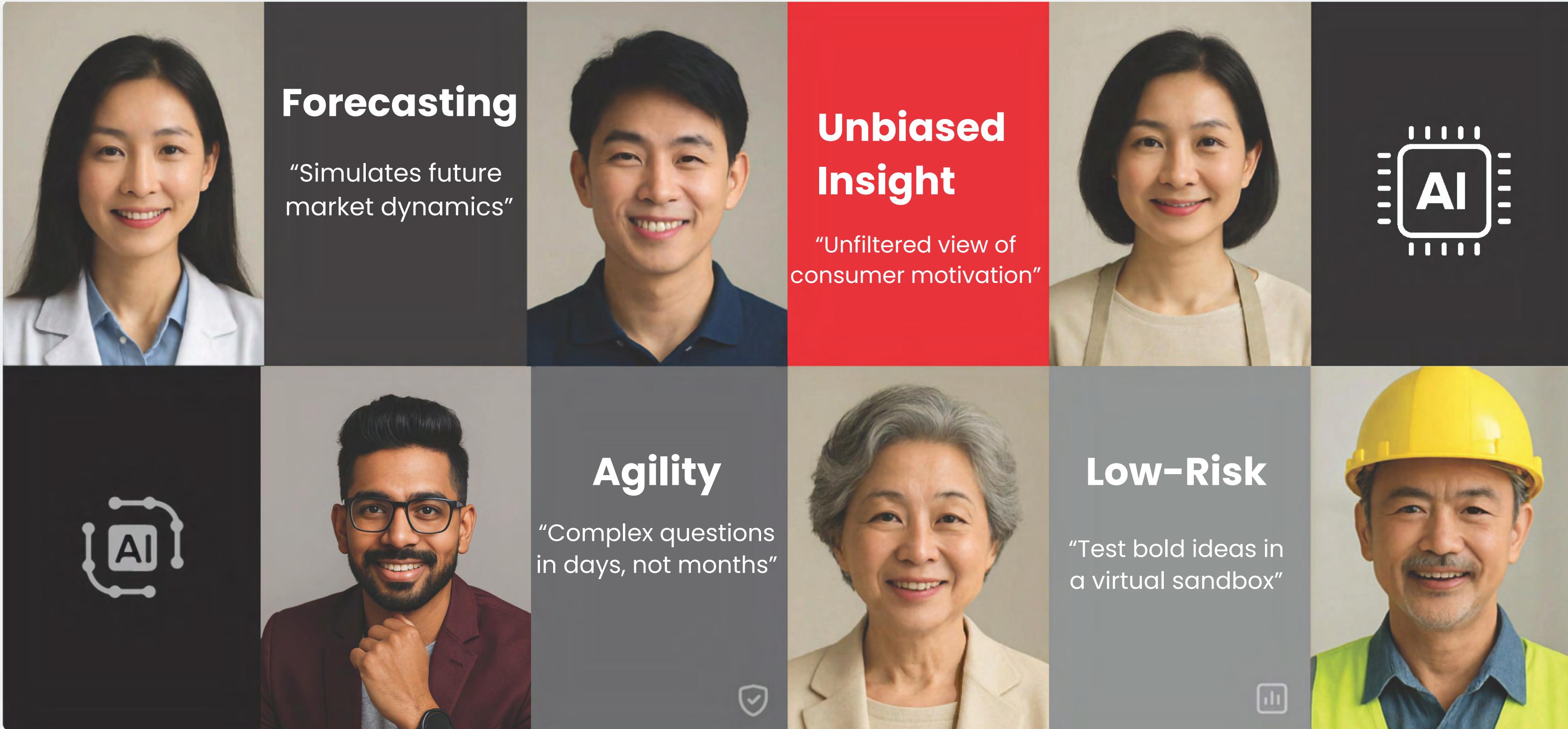
Reason:

Cip A19 dan kamera 48MP memang menarik, tapi telefon saya sekarang masih boleh guna untuk kerja dan urusan anak. Harga RM3,999 tu bukan sikit, kena utamakan simpanan untuk masa depan anak. Saya perlukan peranti yang tahan lasak dan boleh diharap, bukan sekadar yang terbaru.

Some Experience • Neutral

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights

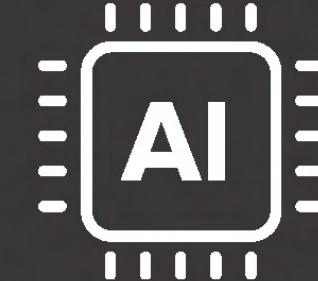


Forecasting
"Simulates future market dynamics"

Unbiased Insight
"Unfiltered view of consumer motivation"

Agility
"Complex questions in days, not months"

Low-Risk
"Test bold ideas in a virtual sandbox"



Wisesight Virtual Persona

"The Next Generation of insight."

We welcome early adopter for testing the product.

www.wisesight.com/virtual-persona