



Как создать портрет идеального клиента

чеклист

Как создать портрет идеального клиента

Почему одним удаётся достучаться до клиента, а большинству — нет? Секрет один: первые хорошо изучили своего клиента, а вторые считают, что они или их товар слишком хорош, чтобы фокусироваться на ком-то одном, поэтому решили продавать всем сразу.

Внутренне нам очень сложно настроиться на установку «Найди своего идеального клиента, чтобы продавать эффективнее», потому что это противоречит привычной логике: «Хочешь поймать больше рыбы, возьми сеть побольше».

Но в некоторых ситуациях привычная логика не работает: вспомните, например, правило вывода машины из заноса — «руль в сторону заноса», а не наоборот, как кажется нам правильным. Так и в поиске клиентов: нужно чётко знать, кому вы продаёте, а не пытаться достучаться до каждого.

Рецепт успешного маркетинга прост — знай своего клиента, а начни с составления его портрета. При этом вы должны описать его день, какие издания он читает, как проводит свободное время, что его тревожит и так далее. Но часто опускается важный момент, понятный маркетологам, но не людям, только начинающим вести бизнес: а для чего, собственно, нужны такие подробности?

Я создала инфографику, которая отвечает на этот вопрос. Она приведена в конце этого чеклиста. Вы можете отдельно скачать ее по этой ссылке.

А теперь давайте создадим портрет вашего идеального клиента!

Создаем портрет клиента. Часть 1

Эти вопросы помогут определить демографический портрет клиента. Это поможет вам проще представить вашего клиента, когда вы создаете контент или рекламные объявления. Пол, возраст, доход, сфера деятельности, место жительства клиента будут определять позиционирование вашего продукта, а также существенно влиять на ваше ценовое предложение. Если ваш клиент зарабатывает около 40 тысяч в месяц, то вряд ли он с лёгкостью купит консультацию за 10 тысяч в час.

Это женщина или мужчина?

Как он/она выглядит? (Цвет глаз, цвет волос, рост, вес.)

Она/он замужем/женат/разведен?

Если у нее есть дети, то сколько им лет (и сколько их)?

Какое у нее образование?

Где она работает/Чем зарабатывает на жизнь?

Опишите ее обычный день?

Что она любит делать в свободное время?

Создаем портрет клиента. Часть 2

Вопросы из второй части помогут вам понять, где найти вашего идеального клиента, то есть каналы продвижения вашего товара и возможные партнёрства. Например, одна фирма по ремонту обнаружила, что её клиенты часто слушают радио по дороге на работу. На основе этих данных они запустили рекламную кампанию на радио, которая принесла им очень много заявок и обошлась достаточно дешево. А казалось бы, ну кто сейчас слушает радио?

Какие книги она читает?

Какие блоги она читает, за кем следит в соц.медиа и почему?

Где она проводит время онлайн? (Instagram, FaceBook, Vkontakte, Email, Telegram?)

В каких группах в Facebook или Vkontakte она состоит (или может состоять?)

За кем в соц.медиа она следит, и почему они ей нравятся?

Что или кто вдохновляет ее?

Создаем портрет клиента. Часть 3

В этой части собраны вопросы, которые помогут понять какой контент лучше всего сможет заинтересовать вашего идеального клиента. Чтобы ответить на вопросы ниже, вам нужно будет послушать реальные разговоры ваших идеальных клиентов. Это можно сделать либо читая комментарии, которые они оставляют онлайн, либо провести с ними интервью. Вам нужны слова, которые они говорят, чем точнее вы их зафиксируете, тем точнее будут все ваши коммуникации. Чему радуется, как говорит об этом, любимые восклицания, слова, выражения — всё это определит стиль ваших сообщений, их формат и наполнение, а также визуальную составляющую, то есть рекламу, оформление постов и так далее.

Например, вы разработали программу для молодых мам, которая поможет им набраться сил, перезагрузиться. И если ваше сообщение начнётся с фразы «Нет сил и хочется сбежать от всех?», то это привлечёт гораздо больше внимания, чем «Помогите себе расслабиться с помощью нашей программы».

Что их тревожит больше всего (это относится к сфере, в которой вы работаете, а не к жизни в целом)?

Что их больше всего раздражает?

Что их расстраивает? _____

Что не дает им спать по ночам?

Чего они хотят добиться в жизни больше всего на свете?

Чего они хотят на самом деле?

Что в действительности им нужно? (Важно: Скорее всего они не выскажут это прямо, поэтому вам придется читать между строк)

Ответы на эти вопросы помогут вам получить очень четкую картину того, для кого работает ваш бизнес, и что вы можете сделать для них. После того как вы составили портрет клиента, найдите реальных людей, которые похожи на них, и поговорите с ними. Главное правило: слушайте больше, чем говорите!

Сложная работа? Не спору. Но она окупится сполна, потому что теперь все ваши рекламные сообщения, посты в соцсетях или даже упаковка товаров будут вызывать реакцию «Ого! Да вы же мои мысли читаете! Как вам это удалось?», а не «Ну спасибо, что написали, но ничего нового я не узнала».

А главное, вы больше никогда не зададите себе вопрос «Где искать клиентов?». Вы точно будете знать, где они обитают и чем их заинтересовать!

ЧТО И ЗАЧЕМ НУЖНО ЗНАТЬ О СВОЕМ КЛИЕНТЕ

Wish
ANNA

ИНТЕРЕСЫ

Какие книги/медиа читает
Какие темы интересуют (кошки, рыбалка, казино)
где и с кем проводит свободное время

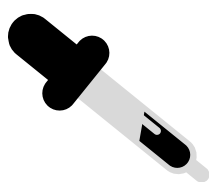


ОПРЕДЕЛЯЮТ ГДЕ ИСКАТЬ КЛИЕНТОВ

Каналы продвижения вашего товара/услуги
Возможные партнерства

БОЛИ И СТРАХИ

Чего боится (что о нем подумают, за что-то осудят, не признают и тп)
Как хочет, чтобы о нем думали
О чем переживает



ОПРЕДЕЛЯЮТ

Формирование УТП (ваша уникальность)
Позиционирование
Работу с возражениями

СОЦИАЛЬНО- ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ

Пол
Возраст
Доход
Сфера деятельности
Семейное положение
Место жительства

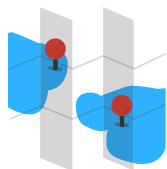


ОПРЕДЕЛЯЕТ

Позиционирование
Ценовую политику

ОБЫЧНЫЙ ДЕНЬ

Когда встает, что делает утром
Как добирается на работу
Спорт/чтение соц.сетей/тв
Когда обедает/ужинает
Где проводит вечер

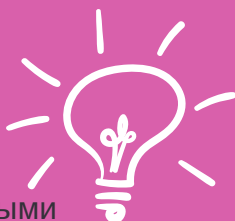


ОПРЕДЕЛЯЕТ СТРАТЕГИЮ КОММУНИКАЦИИ

Время вашей коммуникации с ЦА (постинг в соц.сетях, рассылка и тд)
Частоту коммуникации
Формат сообщений

ЭМОЦИИ/РЕЧЬ

Чему радуется
Как говорит об этом
Любимые восклицания/слова
Как общается с друзьями/знакомыми (слова, выражения и тп)



ОПРЕДЕЛЯЮТ КОНТЕНТ И МЕССЕДЖИ:

Стиль ваших сообщений
Формат и наполнение рекламных сообщений
Визуальный ряд (рекламы, оформление постов в соц.сетях)

Wish
ANNA

Смотри больше информации на моем сайте
annawish.ru