



ТЕХНИКА «АВАТАР КЛИЕНТА» (1 конкретный клиент)

Автор: Елена Галимьянова, Интернет-маркетолог. <http://apriori-consulting.ru>

В зависимости от специфики вашего бизнеса заполняйте те поля, которые имеют отношение к вашим клиентам. Однако глубинные запросы клиента не лежат на поверхности, и чем глубже вы копнёте – тем выше вероятность «попадания в цель»!

Понятно, что никто не будет говорить «правду и только правду», никто не готов так сильно раскрываться перед чужим человеком. Поэтому да, где-то вы додумаете за клиента сами, где-то услышите полунамёки, но сможете извлечь из них именно тот материал, который вам нужен. Но результат будет нужен как вам, так и вашему клиенту. Клиенту – особенно! Действуйте!

Имя

Возраст

Пол

Образование

Семейное положение

Дети

Город (посёлок)

Если есть пара (супруг), то кто он (она), чем занимается

Что этот человек одевает

Вид деятельности, на что живёт

На что тратит деньги



ТЕХНИКА «АВАТАР КЛИЕНТА» (1 конкретный клиент)

Автор: Елена Галимьянова, Интернет-маркетолог. <http://apriori-consulting.ru>

Важные события в его семье

Готовность клиента к новому.

(новатор – консерватор – традиционалист)

Как он покупает? Принимает решение о покупке

(эмоционально, спонтанно, обдуманно, увидев у друзей, послушав отзывы, перепробовав сотни вариантов, первое попавшееся, и т.д.)

Кто является кумиром, лидером для потребителя

сверстники, известные личности, подруги и друзья, родители и др.

Отношение к себе, восприятие своего «Я»

ощущение себя жертвой — неспособность повлиять на что-либо; ощущение себя лидером — способность изменить мир или положение вещей; ощущение себя как «я как все»; ощущения себя как «я лучше других», другие варианты

Самая большая неудовлетворенность, связанная с вашей нишей

В чём сейчас его трудности (связанные с вашей нишей)



ТЕХНИКА «АВАТАР КЛИЕНТА» (1 конкретный клиент)

Автор: Елена Галимьянова, Интернет-маркетолог. <http://apriori-consulting.ru>

Самое сильное ВНЕШНЕЕ желание

Сокровенные желания

Что мешает ему спать по ночам

Что его раздражает и сердит



ТЕХНИКА «АВАТАР КЛИЕНТА» (1 конкретный клиент)

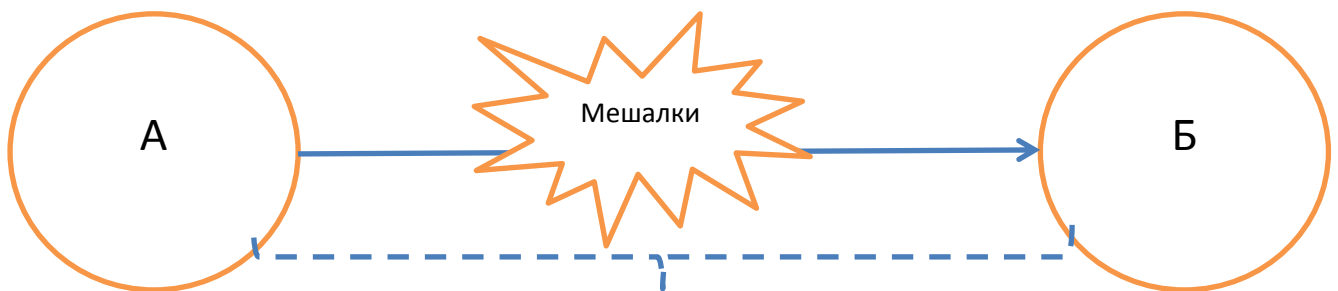
Автор: Елена Галимьянова, Интернет-маркетолог. <http://apriori-consulting.ru>

Что побудит его купить ваш продукт

Например, желание самовыражения; желания достижения идеала; желание признания (Или какие-то другие мотивы)

Каковы его ценности, которыми он руководствуется при покупке

(Чтобы было красиво, эстетично, чтобы было грамотно написан текст, вежливое общение, быстрая обработка заказа, обязательность, следование договорённостям, ценит время, делает вовремя и т.д.)



Путь клиента - то, как ваша услуга (продукт) поможет клиенту перейти из 1 состояния в другое

Один продукт (услуга) могут помочь клиенту осуществить либо 1 шаг, либо несколько



Точка А

10 главных страхов

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

10 самых больших желаний и мечт

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Чего хочет избежать клиент на пути из точки А в точку Б?

(Вылечить зубы без боли, выстирать без пятен и предварительного замачивания, продавать без впаривания, крем без жирного блеска)



ТЕХНИКА «АВАТАР КЛИЕНТА» (1 конкретный клиент)

Автор: Елена Галимьянова, Интернет-маркетолог. <http://apriori-consulting.ru>

Что ему мешает сейчас переместиться из точки А в точку Б?

Как ваш товар (услуга) может помочь переместиться ему в точку Б?

Что он упускает, не решая проблему?

К чему может привести нерешение проблемы?

Почему для него это будет важно?



ТЕХНИКА «АВАТАР КЛИЕНТА» (1 конкретный клиент)

Автор: Елена Галимьянова, Интернет-маркетолог. <http://apriori-consulting.ru>

Точка Б

Выгоды – какие конкретные выгоды / результат получит клиент?

Выгоды на верхнем уровне

Вторичные выгоды

Скрытые выгоды – что ваша услуга может дать клиенту, о чём он пока даже не подозревает?
