

Часть 1

1. Пол - не имеет значения

2. Возраст - 20-30

3. Где живет? - Крупный город

4. Семейное положение? Брак/в отношениях/одинок

5. Есть ли у клиента дети? нет

6. Как бы вы его назвали? Дайте аватару имя, которое первым приходит в голову. Это поможет глубже продумать его нужды и проблемы.

Александр

7. Чем занимается клиент? Кем работает? Каков его социальный статус? Доход?

Профессиональный шеф-повар со своим рестораном. Ресторан открыл год назад.
Доход 60-100 тыс.

8. Чем увлекается, интересуется клиент?

Александр любит свою работу, увлекается кинематографом, кулинарией, спортом, путешествиями, литературой. В выходные собирается с друзьями. Недавно заинтересовался smm.

Ведёт свой личный блог в инстаграм.

!дополнительным доходом/увеличением дохода!

9. Кто супруг или супруга? Что супруг думает об увлечениях нашего клиента или желаниях купить наши товары? (=> какие доводы нам надо привести на посадочной площадке для обработки возражений супруга?)

Супруга может скептически относиться к необходимости моих услуг.

Следовательно, ей нужно расписать всё простыми словами и наглядно показать как всё работает и как увеличится доход.

10. Какое у клиента образование? Как это влияет на покупку наших товаров?

Профильное образование/различные курсы по кулинарии/возможно участник кулинарного шоу. Если победитель или призёр, то этим можно грамотно обыграть историю, для привлечения новых покупателей.

Также высшее образование конкретную роль в продажах иметь не будет. Оно сможет лишь обеспечить комфортное взаимодействие из-за грамотности и прекрасного понимания.

11. Какие у клиента религиозные или философские взгляды? Принципы? Как это влияет на покупку наших товаров?

Александр рос в семье традиционных христианских взглядов, взрослея, переосмыслив всё, пришёл к атеизму, но в нём остались заложены принципы верующего человека и отражаются на его поступках, а также желании поступать правильно. Смотрит на всё трезво, рационально и аналитически.

На покупке не отразится. Разве что аналитический склад ума будет несколько предрасположен к конкретике/цифрам/подтверждениям.

12. Какова его самая большая неудовлетворенность в жизни? Чем он недоволен в своей жизни, и что делает для того, чтобы изменить жизнь к лучшему?

На данный момент клиент недоволен тем, что его заведение на популярно, не узнаваемо и не приносит ему тот доход, который он хотел бы.

Нет понимания с помощью каких инструментов привлечь клиентов.

13. Каковы проблемы, страхи клиента?

Касательно работы:

- Боязнь бесполезной траты времени и денег.
- Страх того, что вложения не окупятся.
- Страх получить некачественную работу.
- Страх того, что ничего не изменится.

Касательно клиента и его жизни:

- Страх так и не стать популярным/узнаваемым за счет своего дела.
- Отсутствие четкого плана на дальнейшее будущее
- Не умеет работать на камеру
- Боится разговаривать с аудиторией своего блога

14. О чем мечтает клиент? Чего хочет в глубине души?

Создать сеть лучших ресторанов, обеспечивать свою семью, а так же ему очень нравится работать с детьми и учить их готовить (на данный момент не занимается этим)

15. Его жизненные ценности и приоритеты?

Результат, достаток, семья.

16. Как выглядит обычный день из жизни вашего клиента?

С утра свежесжатый апельсиновый сок за книгой, собирается на работу чуть раньше, чтобы подготовить заведение. Допоздна остаётся на работе, приходит домой и смотрит со своей супругой фильм/ читает/ изучает что-то новое.

ЧАСТЬ 2. Потребительское поведение аватара

1. Зачем клиент покупает ваш продукт? Какую измеримую проблему он хочет решить? Вспомните, какие факторы влияют на клиента при покупке вашего товара/услуги . Как правило, положительное решение в вашу сторону принимается лишь тогда, когда ценность продукта в несколько раз выше, чем его цена. Опишите несколько уникальных выгод, за которые клиент будет готов работать именно с вами.

Клиент покупает именно мою услугу по упаковке его личного/коммерческого блога чтобы повысить уровень монетизации или хочет стать SMM-специалистом и чувствует потребность в личном бренде, имеет страхи

Почему клиент покупает именно мои услуги :

- Создание уникального продающего аккаунта
- Разработка личного бренда
- Четкий пошаговый план действий
- Избавляемся от страхов
- Вдохновение и мотивация
- Поддержка
- Дисциплинируем себя
- Увеличение дохода
- Индивидуальный подход
- Творческий и креативный подход к увеличению клиентов

2. Почему эта ситуация возникает? Почему у клиента возникла данная проблема? Систематически ли она повторяется, или же ваш сервис сможет решить ее раз и навсегда?

Раньше мой клиент сам занимался своим аккаунтом и дела шли хорошо. Но напротив открылось новое заведение со скидками и разными акциями. Покупатели стремительно начали уходить и мой клиент во избежание разорения, обратился ко мне за креативной концепцией и крутым визуалом, который 100% привлечет покупателей.

Александр и сам пробывал разобраться в этом, но это выбивало у нее слишком много сил и времени, которого не так уж много.

3. Что клиент делает, чтоб решить проблему? Что он пробовал? Что сработало, а что нет? Возможно, до знакомства с вашей компанией у

клиента уже был опыт работы с конкурентами? Изучите рынок: что предлагают конкуренты и за какую цену. Эта информация поможет вам при работе с возражениями в стиле "У вас очень дорого, у конкурентов дешевле".

Александр ставил кучу хештегов под постами, обрабатывал фотографии одним фильтром, а видео не цепляли.

Он взял услуги упаковки профиля и получил :

- Очень странную картинку для аватарки профиля. Которая не выглядела продающе и интересно, а так же не отражала нашего клиента (фотографии из разряда - в полный рост в странной позе или эмодзи)
- Актуальные профили стали конечно красивыми однотонных фонов и странными смайликами. На каждом актуальном одно и тоже изображение
- По шапке профиля было тяжело понять чем же именно занимается человек:

Есть ресторан, путешествует, откровенный - размыто, никакой конкретики.

Указываю на ошибки даю больше бесплатной пользы и делаю на одной или более высокой цене с конкурентами аргументировав стоимость своих услуг.

4. По каким критериям клиент принимает решение о покупке? Что для него важно - цена, качество, гарантии, известность марки, совет друзей, скорость и удобство покупки?

Клиенту важно качество и результат от проделанной работы. Идет на дорогую покупку с пониманием дальнейшей выгоды сделки.

5. За что клиент не готов платить? Очень часто в погоне за клиентоориентированностью мы навешиваем на продукт дополнительную ценность, дополнительные функции, за которые клиент, как правило, не готов платить. Так, например, одна сеть отелей поняла, что есть категория туристов, которая приезжает в страну, чтоб ее посмотреть, и большую часть времени они проводят вне отеля. Они стали продавать номера с кроватью, тумбочкой и светильником. И если отдыхающим было нужно что-то еще - телевизор, холодильник и так далее - они могли взять это напрокат за дополнительную плату. Так отель добился минимальной цены за номер, за счет сокращения всех издержек.

Клиент не готов платить за создание и работу с его историями, так как он сам может делать истории в инстаграм и у него неплохо получается .

6. Что останавливает вашего клиента от покупки? Когда клиент убедился, что ценность вашего продукта в несколько десятков (а может и сотен) раз выше, чем его цена. Когда он уже достал деньги, чтобы оплатить товар - сможет ли его что-либо остановить? Возможно, ему нужно

спец.обслуживание после покупки, отдельный менеджер для сопровождения проекта. Может для него важна возможность оплатить по безналичному расчету, или дружелюбное: "Ждем Вас снова!". Над чем нужно поработать в вашей компании, чтобы удовлетворить все потребности клиента?

На данный момент, моему клиенту может не хватить отзывов, портфолио.

Если смотреть масштабнее, когда у меня уже будут отзывы и портфолио. Думаю я смогу обеспечить клиента дружелюбной обстановкой, хорошей обратной связью.

7. Что он говорит и что на самом деле чувствует (о чем не говорит)? Представьте себя на месте клиента? Если бы вы сами у себя покупали товар. На что вы обратили бы внимание? Какие мелочи в обслуживании определили бы ваше возвращение в эту компанию за дополнительными покупками? Какое ощущение у вас возникает после совершенной сделки: выгодное приобретение или сомнительная инвестиция? Какие эмоции вашего клиента дадут вам ответ на этот вопрос?

Думаю после первой часовой бесплатной консультации, когда мы по максимуму разберём волнующие его вопросы. У клиента будет много энергии и положительных эмоций ! А также своей компетентностью создам доверие со стороны клиента + большая обратная связь и дружелюбность диалога сделает свое дело.

После заключенной сделки у клиента будет чувство того, что это новый этап и очень удачное вложение.

8. Кто его окружает? Кто влияет на решение клиента о покупке? Поможет ли ваш товар/услуга вашему клиенту выделиться среди его окружения? Какие качества важны в профессиональной среде клиента? Что он считает преимуществом перед конкурентами, а какие недостатки необходимо срочно устранить => сможет ли ваша компания устранить их?

Окружение Александра состоит из творческих, успешных и интересных людей. Возможно от своего окружения клиент и узнал о возможностях, а также выгодах работы с smm-специалистом.

На решение клиента влияю по большому счёту я (+ доверие его окружения и супруги) . Так как именно мне предстоит работа и доведение до результата. И когда у меня на руках будет четкий план действий с гарантированным результатом, думаю отказываться будет несколько глупо с его стороны.

Преимущество перед конкурентами будет заключаться в устранении и избегании их ошибок и созданием более креативной и эффективной концепции блога.