Ниже даны примеры вопросов, используем то, что нам актуально

Вопросы о продукте (товаре или услуге)

1. Что вы продаете? Зачем и в какой ситуации это покупают?

2. Какую проблему в жизни или в бизнесе ваш продукт решает?

3. Почему клиенты покупают именно ваш продукт?

4. Расскажите, как устроен продукт? Из каких частей он состоит?

5. Каков принцип работы продукта?

6. Распишите по этапам или по логическим элементам вашу услугу?

7. Сравните товар или услугу с аналогами. Честно укажите преимущества и недостатки

8. Как выглядит упаковка и дополнительные материалы, которые идут с основным товаром или услугой? (инструкции, буклеты, запчасти, подарки, отчеты и т.д.)

9. Расскажите все, что знаете по каждому из этапов жизненного цикла, а именно:

10. Из какого сырья и материалов производится товар?

11. Где, кем и как они изготавливается?

12. Как продукт хранится на складе?

13. Что можете сказать про выкладку на полках в торговом зале или на сайте?14. Как происходит эксплуатация и использование клиентом? Есть ли на данном этапе какие-то позитивные или негативные моменты?

15. Нужно ли утилизировать товар и вообще, что можно сказать про стадию после использования?

Вопросы о компании в целом

16. Как называется компания? Почему так?

17. Дайте несколько формулировок сферы деятельности

18. Покажите сайт и все рекламные материалы компании. Возможно дизайнерские решения, маркетинг кит

19. «Разрежьте» свой бизнес:

20. По направлениям товаров и услуг

21. По клиентским категориям

22. По регионам и странам

23. По каналам продаж

24. Добавьте свой критерий

25. Как появилась идея? Что привело вас в этот бизнес?

26. Расскажите историю по шагам и вехам развития

27. Представьте компанию в цифрах (год/месяц/начало существования):

- оборот и прибыль

- количество товара в ассортименте

- количество проданных единиц

- количество клиентов

- количество офисов, франшиз

- количество наград- количество посетителей сайта, просмотров блога и т.д.

28. Цифры масштаба (километры проводов, литры выпитого, тонны сырья, миллионы человекочасов, тысячи миль перелетов, сотни эскизов, терабайты исходников)

29. Цифры времени (время установки и монтажа, время производства, сроки гарантии, время доставки такси или пиццы)

30. Кто по-вашему является главными конкурентами за бюджет ваших клиентов?

31. Внедрены ли в компанию системы автоматизации бизнеса (CRM, ERP, KPI, BI).

Вопросы о первых лицах компании

32. Кто является лицом или лицами компании? (основатели, топ-менеджмент)

33. Как зовут?

34. Откуда родом?

35. Семейный статус

36. Предки и род (семейное дело)

37. Общее образование? (общее и специальная подготовка)

38. Карьера (опыт в данной сфере и других сферах)

39. Кто учитель? (известный мастер)

40. Какая «профессиональная школа»? (компания-эталон)

41. Личные награды и достижения (в том числе и не профессиональные)

42. Расскажите историю появления компании

43. Ключевые проекты, которые делал

44. Хобби и увлечения

45. Другие бизнесы и проекты

46. Участвует ли каким-то образом в социальной, культурной и политической жизни?

47. Занимается ли каким-то образом благотворительностью?

48. Имеет ли ученую степень, публикации и занимается ли научно-преподавательской деятельностью?

Вопросы о людях и команде

49. Кто ключевые люди в команде? (имена и должности)

50. Дайте краткую справку о каждом? (биография, опыт, знаковые проекты и клиенты)

51. Как выглядит организационная структура

52. Сколько человек работает в каждом отделе?

53. Как выглядит схема взаимодействия с клиентом? (Кто и как работает над клиентом, кто общается с клиентом, кто участвует в проектах и на каких стадиях)

54. Какие требования вы выдвигаете к работникам (сертификаты, лицензии, профессиональное образование, физическая подготовка, возраст, этические принципы)

55. Как ваша компания развивает и обучает своих сотрудников?

Вопросы о клиентах, опыте и портфолио

56. Какие типы или категории клиентов с вами работают?

57. Есть ли у вас клиенты-звезды? (люди и организации)

58. Расскажите про свои самые значимые проекты и достижения

59. Опишите свой самый дорогой проект

60. Опишите свой самый масштабный проект

61. Опишите свой самый известный проект

62. Опишите самый необычный проект

63. Опишите самый сложный проект

64. Сотрудничали ли вы когда-либо с государственными структурами

65. Какие вопросы задают вам клиенты чаще всего?

66. Какие самые частые клиентские сомнения, страхи, стереотипы, возражения?

67. Какая основная боль и проблема есть у ваших клиентов?

68. Что именно в вашем предложении цепляет клиентов больше всего?

69. Можете ли вы хотя бы примерно оценить сколько денег вы сэкономили для своих клиентов или помогли дополнительно заработать?

Вопросы о сервисе и условиях

70. Распишите основные этапы работы с клиентом от первого обращения до получения вами денег и выполнения работ

71. Расскажите, как вы сопровождаете клиента после покупки

72. Опишите самые удачные акции, которые вы проводили

73. Дарите ли вы своим клиентам подарки и в каком случае?

74. Опишите свою доставку

75. Внедрена ли в вашей компании программа лояльности (карты, накопительные скидки, бонусные баллы, подарки и т.д.)?

76. Расскажите про финансовые условия работы (предоплата, рассрочка, отсрочка первых выплат, товарные кредиты, скидки, товар на реализацию, выкуп неликвида и т.д.)

77. Как вы собираете обратную связь от клиентов?

78. Как вы контролируете качество?

79. Как вы работаете с претензиями и рекламациями?

80. Сформулируйте 3-5 «не продуктовых» причин, почему объективно выгоднее покупать у вас, а не у конкурентов

81. Есть ли в вашем бизнесе понятие «легкого входа» или бесплатного первого шага для клиента?

Вопросы о социальных доказательствах

82. Сколько клиентов насчитывает ваш бизнес?

83. Есть ли у вас какие-либо награды и регалии? (премии, рейтинги, грамоты, медали, кубки, благодарственные письма)?

84. Какие о компании или от компании существуют публикации? (экспертные комментарии, интервью, жюри в телешоу, авторские колонки, статьи)

85. Продаются ли книги, написанные ключевыми людьми вашей компании

86. Имеет ли компания лицензии, разрешения и сертификаты, подтверждающие квалификацию?

87. Посещаемость сайта, количество подписчиков в социальных сетях, количество зарегистрированных пользователей

88. Количество отзывов на сайте и особенно на сторонних ресурсах

89. Доля постоянных клиентов и клиентов, пришедших по рекомендации в общей структуре выручки

90. Является ли компания членом ассоциаций, гильдий и других профессиональных объединений?

91. Владеет ли компания зарегистрированными патентами и авторскими правами на собственные разработки?

92. Организует ли ваша компания значимые профессиональные события (выставки, конференции, школы, семинары, роад-шоу, презентации, церемонии)Вопросы о внутренней кухне

93. Опишите основные этапы производственного процесса.

94. Что делается на каждом этапе?

95. Результат каждого этапа?

96. Сколько человек занято на каждом этапе?

97. сколько времени длится каждый этап

98. В чем преимущества вашей технологии производства перед вашими конкурентами?

99. Есть ли у вас ручное производство отдельных элементов?

100. Как вы контролируете качество выпускаемой продукции?

101. Покажите и расскажите про ваш офис? (магазин, ресторан и т.д.)

102. На каком оборудовании вы работаете?

103. Есть ли у вас собственные софты и программы?

104. Есть ли у вас знакомые поставщики и подрядчики?

105. Какие традиции и правила существуют в вашей компании?

106. Есть ли у вас своя служба безопасности?

107. Есть ли у вас свой брендированный транспорт?

108. Можете ли вы показать свою брендированную сувенирную продукцию?

109. Есть ли у вас свой внутренний сайт, журнал, бюллетень?

Вопросы о деталях и мелочах

110. Используете ли вы уникальные материалы?

111. Владеете ли вы уникальными технологиями и методиками?

112. Являетесь ли вы держателем патента?

113. Можете ли вы разобрать продукт или услугу и описать его?

114. Работают ли с вами уникальные, единственные в своем роде специалисты?

115. Раскройте секреты, ноу-хау и нюансы, которые больше никто не использует

116. Укажите те детали и мелочи в продукции или услуге, по которым можно судить о безупречном качестве.

117. Чем обеспечивается это качество, за счет чего?

22 ВОПРОСА упаковки:

1. Что вы продаёте? На языке клиента. Как это называет ваш клиент? Как он это может искать в интернете? (аббревиатура, слэнг)

2. Что покупает клиент? Нужно знать истинную цель. Клиент покупает не дрель, а дырку в стене. Клиент покупает увеличение прибыли. Ваш товар это проводник удовлетворения эмоций.

3. Что получает клиент? После услуги банкротства клиент получает спокойствие. Человек покупает комплекс барбекю, чтобы жарить там барбекю и друга пригласить , а не просто чтобы был комплекс.

4. Кто оставляет заявку? Кто платит? В стройке выбирает женщина, но платит мужчина. Значит на сайте будет женщина.

5. Цель клиента на сайте?

6. Какую проблему закрывает товар/услуга? Нужен подарок, нужно видео, нужна дрель.

7. Есть ли альтернативное решите этой проблемы? Можно ли вообще обойтись без товара? Можно вместо ламината положить плитку.

8. На какие этапы разбивается весь рабочий процесс? Надо создать сложность, надо создать ценность.

9. За счёт чего достигается результат?

10 аспектов хорошего результата. Почему это хорошо у вас? На основе предыдущего выделяем самое важное. Перед тем как стричь людей за деньги, парикмахер провесит 50 бесплатных стрижек и т.д. 10. 10 технологических нюансов, о которых может знать только супер эксперт. Это делается, чтобы сделать псевдо УТП. Масло без холестерина.

11. С какими проблемами столкнутся клиенты если обратятся к плохим конкурентам? (Любые = плохие) Говорим от обратного. Мы не отворим проблема, мы говорим: о чём должны знать клиенты? Каких проблем вы избежите если будете работать с нами?

12. Потребность предвещающая потребность. Мы заходим через предстоящую нишу. Таким образом человек раскрывают свою потребность в вас. Например перед ремонтом люди ищут дизайн проект. Если ремонтная компания продаёт только дизайн проект - это приравнивается к продаже ремонта.

13. Интересные истории. Это кейсы. им верят больше чем положительным отзывам. Хороший контент нравится клиенту.

14. Дезинформация. Дезинформация решается только кейсами (примерами) С какой дезинформацией сталкивается клиент в окружающей среде? Круто в юридических нишах. Клиент приходит с заведомо ложной информацией (а по телевизору сказали) Можем фактически показать выписки со счетов, что услуга прошла успешно. Не боритесь за тотально настроенных против вас людей, работайте с потенциальной ЦА.

15. Почему не покупают люди, которые оставили заявку? 10 причин почему не купил? Нас интересуют те, кто купил в другом месте.

16. Профессионал/дилетант профессионал/ситуация/дилетант что сделает профессионал в данной ситуации и что сделает дилетант. Есть ситуация и что там происходит. За счёт чего профессионал лучше? Больше подробностей! Больше конкретики! Чем больше экспертность - тем выше конверсия. Описываем почему налажал дилетант и как это исправить. Профессионал не срывает сроки.

17. От чего зависит цена на услуги? от чего зависят сроки? Делаем опросник небольшой в котором мы предлагаем узнать цену, человек её заполняет и мы в конце просим его оставить контакт. Если цену можно сказать после опричника - показываем её после заполнения контакта. Есть три формы захвата: 1) Закрытая интерактивная форма захвата, 2) Открытая интерактивная форма захвата, 3) Форма захвата под УТП. Лукавить можно, врать нельзя.

18. Гарантии. Что вы можете гарантировать клиенту? И как вы это подтвердите? Можете опираться на договор. Дайте возможность скачать договор.

19. Акции и ништяки. Что вы можете предложить клиенту? Акция НЕ должно быть беспричинной. В халяву не верят. Скидка 20% при заказе от такого количества и т.п.

20. Цифры. Напишите о вашей компании в цифрах столько, сколько можете. Можно выделить какую-то одну цифру и уделить ей отдельный блок. В цифрах можно лукавить.

21. Структура лэндинга. 1й экран: заголовок, кнопка захвата 2й: уровень доверия №1, 3й: форма захвата.

22. 10 способов увеличит уровень доверия к вашему продукту на вашем сайте. Кейсы, отзывы