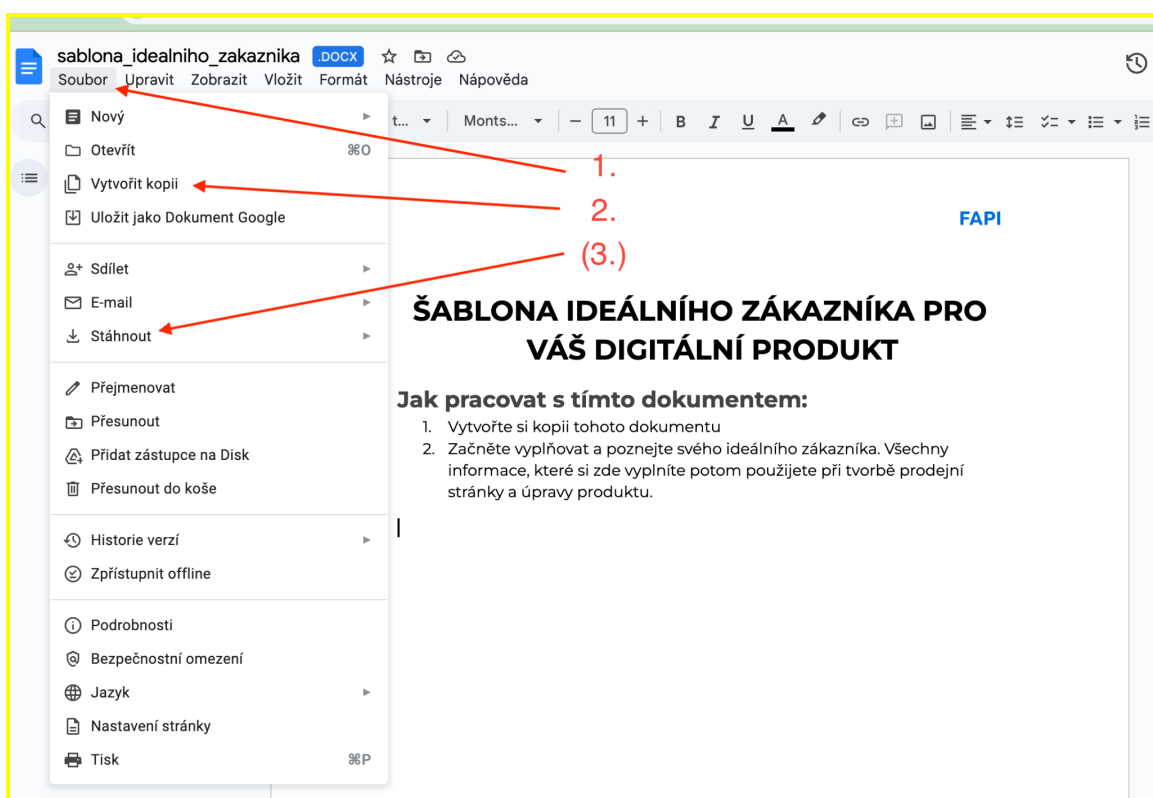


ŠABLONA IDEÁLNÍHO ZÁKAZNÍKA PRO VÁŠ DIGITÁLNÍ PRODUKT

Jak pracovat s tímto dokumentem:

1. Vytvořte si kopii tohoto dokumentu, případně si soubor stáhněte.
2. Začněte vyplňovat a poznejte svého ideálního zákazníka. Všechny informace, které si zde vyplníte potom použijete při tvorbě prodejní stránky a úpravy produktu.



Pokud vám nejde soubor kopírovat, nejspíše nemáte účet google do kterého by se soubor mohl vytvořit. Alternativně tedy můžete celý soubor stáhnout k sobě do počítače.

1. ZÁKLADNÍ PROFIL

Jméno (konkrétně pojmenujte svého zákazníka, třeba Kateřina Novotná):

Věk a pohlaví:

Rodinný stav:

Děti (počet, věk):

Bydliště (město/venkov, typ bydlení):

Vzdělání:

Zaměstnání/podnikání:

Příjmová skupina:

2. ONLINE CHOVÁNÍ

Jaké sociální sítě používá nejčastěji:

Kdy je na internetu aktivní (čas dne):

Jaký obsah konzumuje online:

Jak nakupuje online (impulzivně/po dlouhém výzkumu):

Jaké digitální nástroje či aplikace používá:

3. PROBLÉMY A BOLESTI

Největší každodenní problém související s vaším tématem:

Co mu/jí tento problém způsobuje (emocionálně):

Jak dlouho se s tímto problémem potýká:

Co už zkusil/a pro řešení tohoto problému:

Proč dosavadní řešení nefungovalo:

4. TOUHY A CÍLE

Po čem skutečně touží v souvislosti s vaším tématem:

Jak si představuje ideální výsledek:

Co by pro něj/ni znamenalo vyřešení tohoto problému:

Jakou hodnotu přikládá tomuto řešení:

Jakou změnu by řešení přineslo do jeho/jejího života:

5. NÁMITKY A PŘEKÁŽKY

Co ho/ji odrazuje od nákupu vašeho řešení:

Jaké má obavy ohledně vašeho produktu:

Jaké otázky si klade před nákupem:

Co by ho/ji přesvědčilo tyto námitky překonat:

6. JAZYK VAŠEHO ZÁKAZNÍKA

Klíčová slova a fráze, které používá při popisu svého problému:

Otázky, které si klade:

Jakým stylem jazyka komunikuje (formální/neformální):

Specifické termíny z jeho/jejího oboru:

7. ROZHODOVACÍ PROCES

Kdo se podílí na rozhodování o nákupu:

Jaké informace potřebuje před nákupem:

**Co je pro něj/ni při nákupu nejdůležitější
(cena/kvalita/čas/jednoduchost):**

Jak dlouho trvá rozhodovací proces:

8. VAŠE ŘEŠENÍ PRO TOHOTO ZÁKAZNÍKA

Jak váš produkt řeší jeho/její hlavní problém:

Jaký hlavní přínos mu/jí váš produkt přináší:

Proč je váš produkt ideální právě pro něj/ni:

Jaký transformační příběh můžete vyprávět: