



Чек-лист по созданию "аватара" своего идеального клиента

Чтобы что-то продать, надо понимать, кому вы это продаете. Кто ваш покупатель. Кто клиент. Если не представляете себе идеального покупателя, как центр мишени, то ваш бизнес будет работать с неисправным прицелом. Этот чек-лист вам немного поможет нарисовать реалистичный аватар вашего идеального клиента.

Напишите его основные данные.

Скажите, кто он/она?

Кто ваш потребитель? Мужчины, или женщины?

Напишите его возраст.

Сколько лет вашему потребителю? 30? 35? Или он живет в промежутке между 25 и 35 годами? Обдумайте. Напишите.

Установите, где он живет

Место, где обитает ваш клиент. Город? Деревня? Интернет? Инстаграм? Фейсбук? Он живет там, где скорее всего и чаще всего может пригодиться ваш продукт.

Установите, когда он живет.

Если непонятно... У вас может быть сезонный потребитель. Скажем, вы продаете кондиционеры, или мороженное.

Оцените его образование.

Образование клиента должно позволять ему пользоваться вашим продуктом. Оно должно быть вполне достаточное для интереса к вашему продукту. Определите его.

Узнайте его семейное положение.

Как вы думаете, такой человек, женат, или холост. По возрасту он взрослый и наверняка в отношениях. Как вы думаете, ваш продукт больше нужен женатому? Или

холостому? И тем и другим?

Узнайте, есть ли у него дети.

То, что он холост, еще не значит, что у него нет детей. Во-первых, могут быть внебрачные, может быть в разводе.

Определите, чем он занимается.

Не надо точно, можно дать расплывчатый ответ. Только не пишите "делает деньги"... Вообще, какие профессии и рода занятий скорее всего вписываются в идеальный образ клиента вашего продукта?

Рассчитайте, какой у него доход.

Сколько зарабатывает он в месяц, чтобы мог себе легко позволить ваш продукт? Приблизительно.

Распишите его цели и ценности.

Узнайте, что он в первую очередь хочет иметь:

Больше денег, или свободы? Достаток, или профессиональную самостоятельность?

Узнайте, от чего он хочет отказаться:

От курения? От алкоголя? От проводной связи? От поездок на автобусе? От чего?

Узнайте, что для него важно:

Семья? Деньги? Возможность путешествий? Образование? Миссия?

Распишите его трудности и болевые точки.

Узнайте, чего он боится?

Тараканов? Безработицы? Женщины?

Узнайте, чего он хочет избежать?

Бедности? Работы на дядю? Ошибок в семье?

Его источник информации, откуда он о вас узнает.

- Реклама в СМИ, наружная реклама.

Радио, газеты, ТВ, расклейка, бигборды...

- Интернет в все связанное

Интернет в все связанное Социальные сети, почтовые рассылки, новостные сайты, форумы и болталки, Директ.

- Одна бабка сказала

Сарафанное радио, репутация бренда, рекомендации консультантов, подача партнеров...

Отказ и принятие решений

- Что мешает купить продукт?

*Высокая цена, отсутствие гарантий, страх, что не сможет пользоваться?
Неуверенность в необходимости? Непонимание пользы?*

- Кто решает купить продукт?

На кого он полагается? С кем советуется? Кого учитывает? Степень готовности самостоятельного решения? 100% самостоятельное решение?

И, последний момент... Прочитав чек-лист, вам должна стать понятна общая схематика обрисовки и создания аватара. Теперь, в зависимости от конкретных характеристик и свойств вашего продукта, вы легко адаптируете чек-лист под свою специфику. Удачи вам!