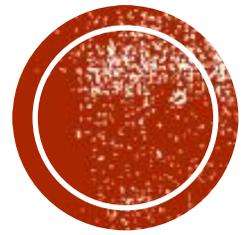


**ТЕСТИРУЕМ СВОИ
ИДЕИ!**



ВЫБИРАЕМ



ПРОДУКТ/УСЛУГУ

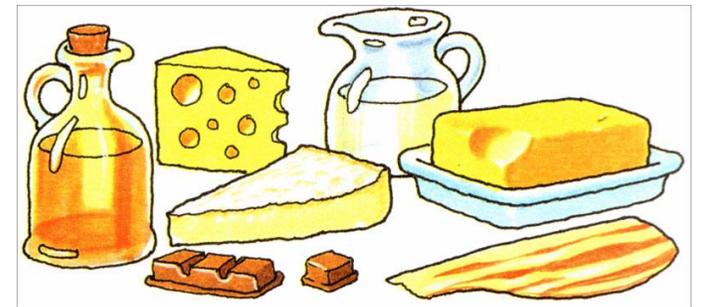
КОНКУРЕНТЫ

- Начинаем изучать лучших в вашей отрасли
- Как они привлекают клиентов? ↴
- Как они себя позиционируют? (самый дешевый, качественный, самая быстрая доставка, каждый второй в подарок)
- Сразу смотрим, где мы можем быть лучшими! И почему купят у нас.



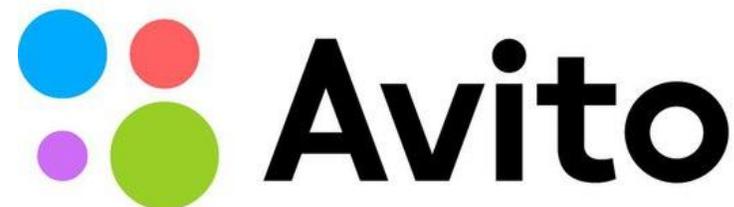
ПРИДУМЫВАЕМ ДИФФЕРЕНС ПОЧЕМУ КУПЯТ У ТЕБЯ, А НЕ У ТОГО ПАРНЯ?

- В чем вы будете качественно отличаться от других?
- Какой будет ваш почерк? (цена, качество, быстрая доставка, необычный продукт, упаковка, большой выбор, «супер – пупер» скидки)

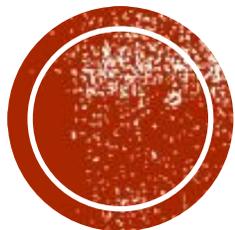


КАНАЛЫ ПРОДАЖ

- Какие самые «рыбные места» ?
- Размещаем объявления где только можно
- Смотрим, где размещены наши конкуренты



СОЗДАЕМ - УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (УТП)



- Представляет собой неповторимую и привлекательную идею, выгодно отличающую вас на фоне других
- Упор следует делать именно на выгоды для клиента, а не просто на характеристики товара
- И главное, оно должно отвечать на вопрос клиента: «**Почему я, ваш потенциальный клиент, должен купить у вас прямо сейчас и не откладывая?**»

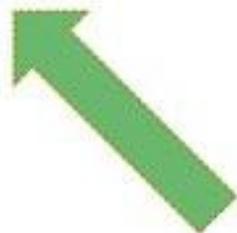
ВОПРОСЫ УНИКАЛЬНОСТИ

Уникальное торговое предложение (УТП)

3. Чем докажешь?



1. Почему я должен у тебя купить?



2. Чем отличаешься от других?



ОТВЕЧАЕМ НА ДАННЫЕ ВОПРОСЫ И КАК СЛЕДСТВИЕ ПРИДУМЫВАЕМ УТП:

1. У нас выгодные цены на кофе, напиток свежей обжарки приготовленный профессиональным бариста
2. В каждый кофе мы бесплатно наливаем любой сироп и добавляем сливки
3. Приди, попробуй и не забудь получить подарок (жвачка, конфета, сертификат на кружку)



ПРИМЕРЫ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА)

- Это совокупность потенциальных и реальных клиентов, имеющих заинтересованность в товаре либо услуге, которые объединены определенным рядом общих характеристик, критериев.
- Отвечаем на вопрос: **Для кого предназначен мой продукт/услуга ?**

КРИТЕРИИ КЛИЕНТА:

Пол;
Возраст;
Профессия;
Семейное положение;
Место жительства
(большой город,
маленький, сельская
местность, и т.д.);
Уровень дохода;
Состав семьи;
Образование.



ПРИМЕР

Если вы хотите открыть магазин кормов для животных, то подумайте над тем, что бы охватить только **владельцев кошек** или **владельцев собак**. Не нужно изначально охватывать ВСЕХ животных.

Поверьте, если у вас будет классное обслуживание и большой ассортимент кормов для собак, то вам и так хватит клиентов в лице собаководов. Из за разнообразия в выборе и нацеленности именно на них, все собаководы будут вашими.



КЛЮЧЕВАЯ ИДЕЯ:

Отбросить «лишних» клиентов и сфокусировать внимание только на тех, кому нужен именно ваш продукт.

МОЙ КЛИЕНТ:

- Мужчины – женщины (от 26 до 45 лет)
- Семейные люди
- Проживающие в средних и больших городах
- Средний уровень дохода
- Любое образование

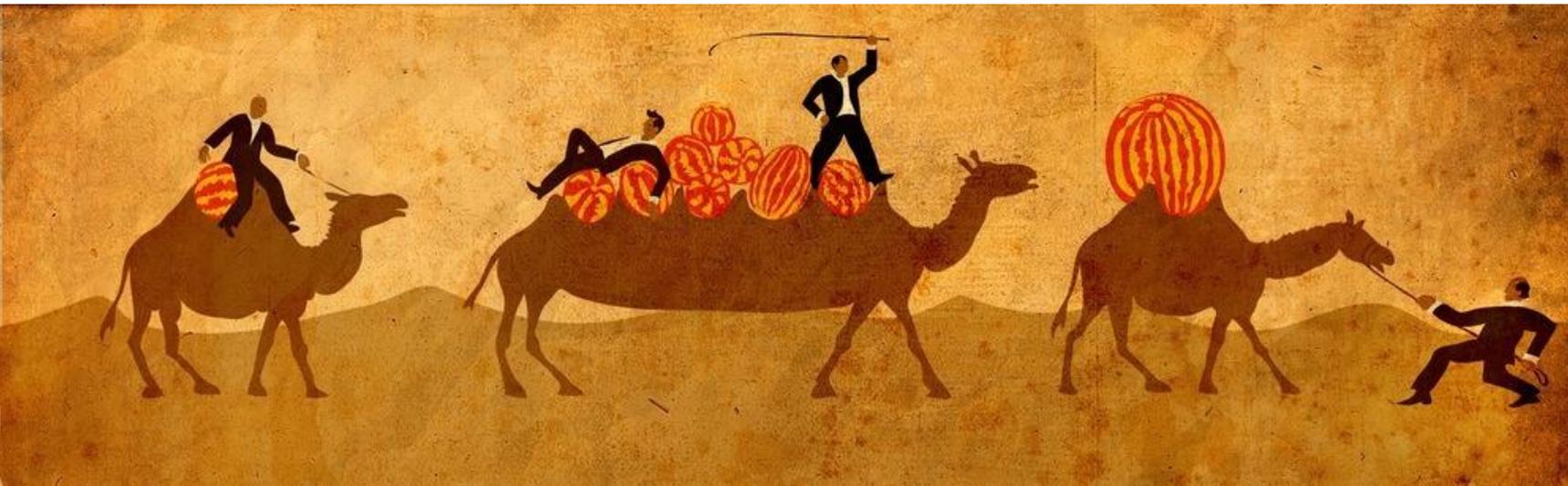
КТО ТВОЙ ПОСТАВЩИК?

Это любое юридическое (организация, предприятие, учреждение) или физическое лицо, поставляющие товары или услуги заказчикам. Поставщик осуществляет **предпринимательскую** деятельность в соответствии с условиями заключённого **договора** поставки, который является одним из видов договора купли-продажи.



ЗАДАНИЕ:

- Создать деловую почту
- Собрать 10 прайс-листов от различных поставщиков
- Прочитать условия договора, либо договориться о сотрудничестве устно



ПАРТНЕРЫ

- Кто может стать вашим партнером по бизнесу?
- Посмотрите для кого вы можете быть полезны. В свою очередь – эти люди могут оказаться полезны для вас.



ГДЕ МОЖНО НАЙТИ?

- **Поиск в социальных сетях**
- Общение на форумах, специальных сайтах
- **Ведение блога, рассылки** (нужно вести блог, снимать видео, обзирать свой товар/услугу, говорить на камеру с ЦА)
- **Использование объявлений в интернете** (На сайтах по поиску работы, на досках объявлений пишите свое предложение и ждете отклика от человека)
- **Посещение мероприятий** (выставки, конференции)



РИСКИ

- Помните о том, что каждый хочет получить как можно больше выгоды
- Всегда внимательно читайте договора
- Старайтесь обходиться без предоплаты (если человек не проверен)



ИТОГ/ЦЕЛЬ

- Выбрали продукт/услуга
- Изучили конкурентов
- Придумали свое отличие – дифференс
- Изучили и выбрали каналы продаж
- Создали УТП
- Определили свою группу клиентов – ЦА
- Договорились с поставщиками
- Нашли партнеров в свой бизнес
- Предупредили риски



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

