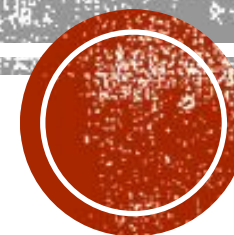
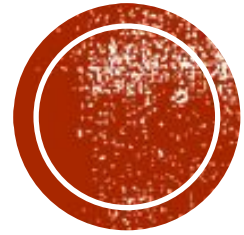


**ТЕСТИРУЕМ СВОИ  
ИДЕИ!**



**ВЫБИРАЕМ**



**ПРОДУКТ/УСЛУГУ**

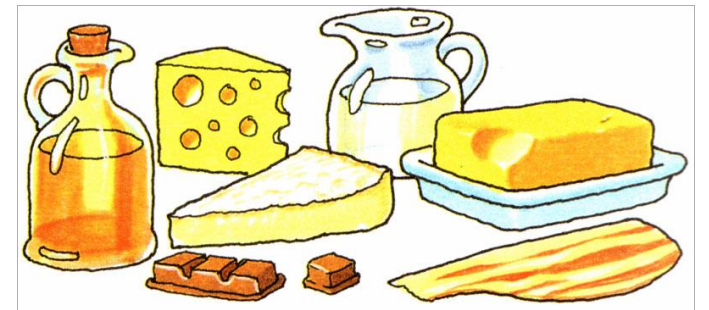
# КОНКУРЕНТЫ

- 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.



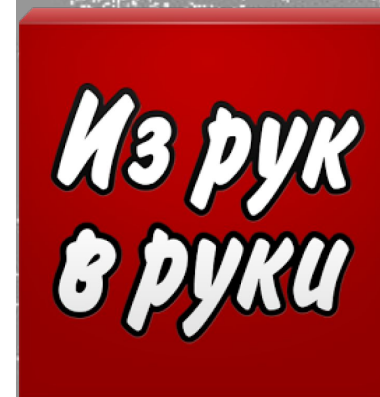
# ПРИДУМЫВАЕМ ДИФФЕРЕНС ПОЧЕМУ КУПЯТ У ТЕБЯ, А НЕ У ТОГО ПАРНЯ?

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

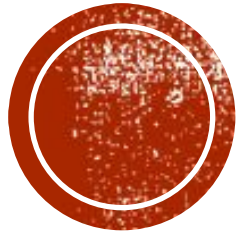


# КАНАЛЫ ПРОДАЖ

- 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)



**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

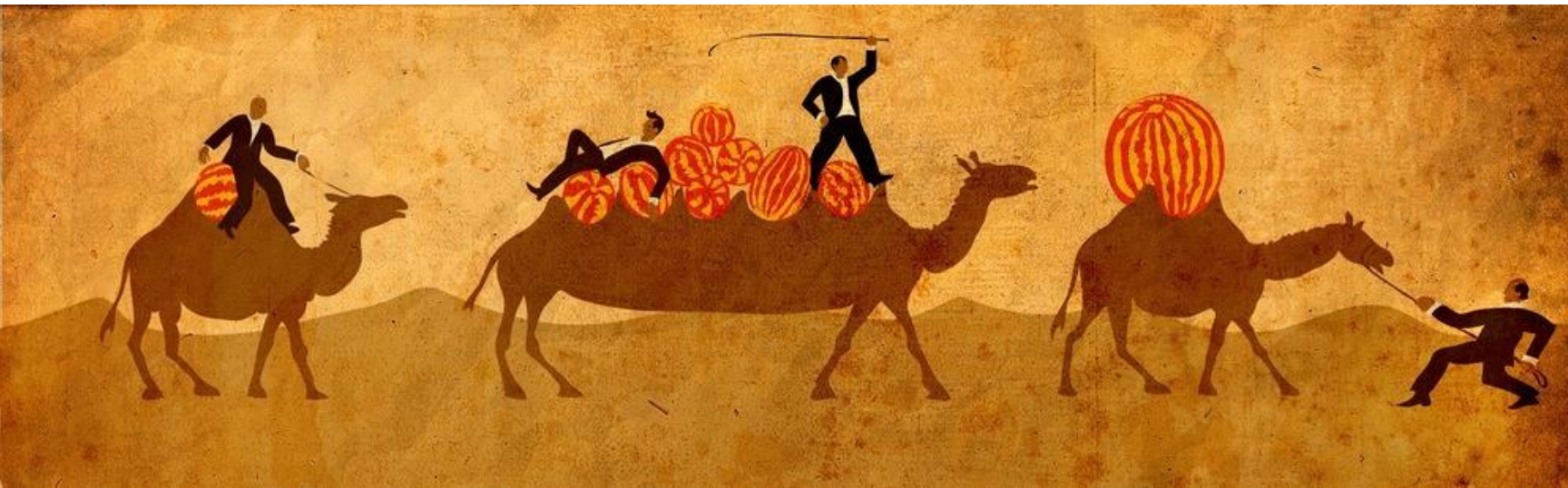
# КТО ТВОЙ ПОСТАВЩИК?

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!**

