

**КЛИЕНТ**

**МЕТОДЫ АНАЛИЗА**

# ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

- Опросы: а) социальные сети б) e-mail рассылка в) сервисы онлайн-анкетирования
- проведение бесплатной личной консультации
- сбор фокус –тест продукта, анализ поведения в разных ситуациях и как будет влиять ваш продукт на результат
- анкетирование (по телефону или через разные рассылки, ВК и тд)
- анализ отзывов конкурентов, различные вебинары конкурентов, комментарии и т.д
- форумы, сообщества где есть потребители
- разговоры с экспертами из нужной нам области
- опрос лидеров мнений
- чаты любителей темы (особенно когда вы проходите разные курсы)
- интернет (информация от экспертов).

# ВОПРОСЫ ДЛЯ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Блок	Что нужно выяснить	Для чего нам это нужно
	Общая информация	
Демографические характеристики	Пол, возраст, доход, город проживания	Для качественной настройки рекламы
Социальные характеристики	Женат/не женат, наличие детей, отношение к вашей теме, наличие автомобиля, профессия. Доход и т.д	Для понимания среднего чека и затраты на не первостепенные нужды он готов понести
Ценности/увлечение	Хобби, Ценности.	Какие ценности отражать при общении с ним, чтобы быть в одном круге.
Где он получает информацию	Что читает? Что смотрит, какие форумы, где получает для себя достоверную информацию В каких пабликах он находится. Какие соц сети предпочитает. Какой способ связи с ним удобен	Где лучше размещать информацию о том что вы есть и какие услуги предоставляете
Авторитеты	Кто для него авторитет или лидер мнения? К чему мнению он прислушивается больше всего?	На кого ссылаться в случае если, вы хотите подтвердить свой уровень знаний или статус. Вы здесь можете поднять свой авторитет методом присоединения

# ВОПРОСЫ ДЛЯ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

	Внутренние характеристики	
Страхи	Чего больше всего боится? От чего они просыпаются в холодном поту относительно вашей темы?	Важно для правильного построения маркетинга и продажи вашего продукта
Разочарование	Почему у них возникает этот вопрос?	Борьба с возражениями и понимание как решить вопрос, из-за чего клиент не будет решать вопрос вообще.
Убеждение	Зачем они приходят к вам? Какой результат ожидают получить?	Для построения вашего продукта и маркетинга. Подтверждение ваших компетенций и их ожиданий
Сомнения	Что они старались делать в прошлом, но это не сработало? Как проявляются их проблемы в ежедневной жизни: отношения, семья, здоровье, финансы, мечты и т.д?	Борьба с возражениями.
Надежды и желания	Какой результат вы бы хотели получить за который вы бы готовы заплатить немедленно, все что угодно чтобы достичь этого результата?	Важно для построения вашего результативного продукта

# ВАЖНО ВЫЯСНИТЬ/ПОНИМАТЬ:

- Критичный фактор выбора поставщика. Что это такое? Это мое для вас определение:
  - это то что остро/критично (без этого никак нельзя) обойтись вашему клиенту когда он выбирает между несколькими одинаковыми способами решение своей задачи
- Способ, каким бы хотел получить ваш клиент свою услугу.
- Уровень познания в вашей теме. Как долго он решает тот вопрос, в котором вы готовы ему помочь и в чем основная причина почему он до сих пор ее не решил.

# УПРАЖНЕНИЕ:

- Выбрать один или несколько способов каким вы будете изучать своих клиентов. Написать их.
- Сделать шаблон первой анкеты с первыми вопросами, какие вы бы хотели узнать от своих клиентов. (фото или скан)

- Для самых продвинутых:

Если вы уже в рынке давно- напишите 3 критичный фактора выбора поставщика ваших услуг на вашем рынке.

Задание нужно выполнить до 19.00 по мск.