Кто мой клиент

Для кого я лучший специалист

Мощное маркетинговое предложение

Кто мой клиент ?

- Как мы обычно привыкли отвечать на этот вопрос ?
- Все
- Мужчина (женщина) 35-46 лет , работает … семья … живет … хочет…
- Мы воспринимаем потенциальных клиентов как какую-то группу по интересам

Так как и о чем спрашивать, чтобы узнать что на самом деле думают люди?

- **Какие у них есть проблемы.**
- **Как они эти проблемы пытались решить.**
- **Чем они довольны и не довольны, когда они решали эти проблемы.**
- **Какой самый классный результат был бы при решении этой проблемы.**
- **Какой бы сервис поразил их при решении этой проблемы.**

Что нам важно знать о нашем клиенте ?

- Итак, вы должны получить четыре основных элемента клиентского сценария

1. Ситуация в которой находится

Какую задачу решает клиент ?

что он делает или собирается делать для достижения своей цели.

2. Как мыслит ?

- Какая сейчас есть проблема и насколько человек ее осознает ?
- Какие решения он для себя видит сейчас ?
- Насколько эти решения целесообразны ?
- Какие есть не экологичные последствия
- Какова его логика ?

Идеальный желаемый результат.

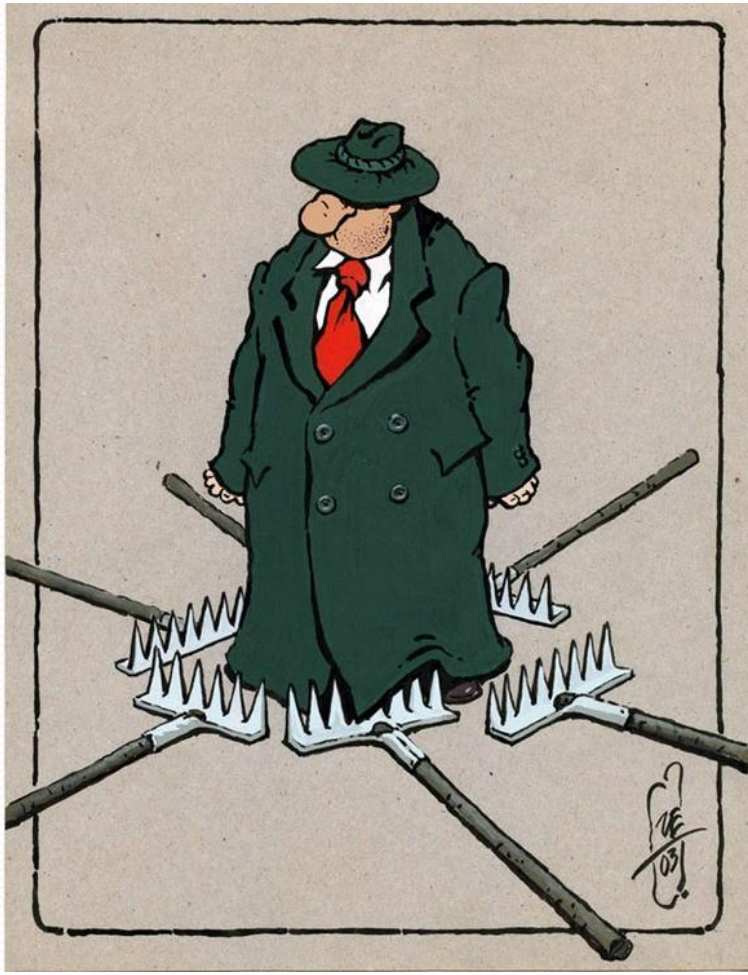
- Чего на самом деле хочет человек ?
- Почему ему это важно ?
- Что в итоге изменится в его жизни ?
- Очень часто человек хочет не то , что ему действительно нужно на данном этапе

Возможности

- Какие возможности для него есть, но он о них не знает ?
- Какое новое решение его проблемы вы можете ему предложить ?
- Где именно вы могли бы создать для него ВАУ эффект ?

Сетка ДО - ПОСЛЕ

- Состояние ДО
- Что происходит с моим клиентом сейчас ?
- Как складывается его обычный день ?
  Что есть в его жизни , что заставляет его не спать по ночам ?
- Как он относится к себе ?
- Как складываются отношения с другими людьми ?
- Что он чувствует сейчас ?



СЕТКА ДО-ПОСЛЕ

- Состояние ПОСЛЕ
- Что происходит с моим клиентом после того , как он использовал мой продукт ?
- Как изменился его день ? Что исчезло и что появилось в его жизни ?
- Как изменился его статус ?
- Каким другим он стал для людей ?
- Что он чувствует сейчас ?

Подумайте о 5 покупках , которые вы совершили за последний месяц

- Опишите – что именно вы купили ?
- Например – вы купили помаду или комплименты и красивую улыбку?
- Вы купили платье или эффектный образ ? Свою уверенность и одобрение окружающих?
- Вы купили продукты или вкусный обед и благодарность своей семьи ?

Большая идея моего клиента

- Почему весь бизнес в маркетинге делится на 3 глобальных рынка ?
- Рынок денег
- Рынок здоровья
- Рынок отношений
- Потому что наши инстинкты всегда ведут нас к 2м вещам : **Мы хотим получать удовольствие и избегать страдания** (боли)

Большая идея моего клиента

- По этому большая идея нашего клиента всегда строится на 3х вещах :
- **Мы хотим быть здоровыми** и красивыми
- **Мы хотим находиться в хороших отношениях с миром** - любить и быть любимыми – заниматься любимым делом – быть востребованным и уважаемым
- **Мы хотим быть финансово свободными** – создавать комфорт в своей жизни

Задание

- В каком из 3х рынков находится **Большая идея моего клиента** ?
- Ради чего он хочет достичь свою цель (мечту , задачу)
- Какие 3 базовые потребности он здесь удовлетворяет ?
- Какая Большая идея могла бы звучать в голове моего клиента ?

Большая идея **для** моего клиента

- **Формула Большой идеи**
- **Обещание + уникальный механизм (через что)**
- **Конфликт (любая идея рождается из конфликта)+ Открытие уникальное (ВАу эффект) + Массовая - вы не должны захватывать узкий сегмент аудитории эта идея должна захватывать массы**

ПРИМЕР

- **Убеждать легче чем другие** (**Конфликт** в неумении убеждать) **через понимание потребностей- движущей силы человека , сторителлинг- эмоциональные истории и управление тональностями голоса по системе Стрейтлайн** (**открытие** – есть другой способ - **Вау эффект** – я этого не знал - и **новый механизм** – через управление тональностями голоса **. Массовая** – это важно многим , так как на коммуникации строятся отношения)

аудитории вы создаете новые идеи и их нужен запас

- Вовремя (что это актуально сегодня)
- уникальная (это новое для людей)
- простая (сразу схватываться)
- высокоценная (выгода которая рождается из конфликта)
- эмоциональная (она обращена к ключевой эмоции например разочарование и радость)
- неожиданность (рвет шаблон вау эффект)
- Конкретика (вы не можете быть абстрактны)

Как находить большие идеи ?

- ТОП 15 – ТОП 100 самых популярных фильмов - вы **смотрите что вокруг популярно и что там может зацепить вас и вашего клиента?** (сегодня актуально – переизбыток информации , экология , уход бизнеса в инфо пространство)
- **Через вашу уникальность УТП** – мы Школа эффективных навыков – мы даем 20% теории и 80% практики. Почему ? Потому что **знания не работают , работают навыки , которые вы внедрили.**

Как находить большие идеи ?

- **Триггерные события** - какие события меняют жизнь людей или требуют он них новых действий ? К каким событиям люди могут быть не готовы и им нужна поддержка или новое решение ?
- **Нестандартные решения** – (**когда вы учитесь- вы улучшаетесь… когда вы действуете практически - вы трансформируетесь.. вы меняете навыки и осознанно меняете подходы к решению задачи .. в практике вы осознаете и изменяете мировоззрение и это меняет ваши действия**)

Теперь , когда у вас есть понимание своего клиента и его Большой идеи

Создаем мощное маркетинговое предложение

За какую Большую идею я заведу своего клиента в покупку ?

- Что является моим основным продуктом ?
- Через какую ценность я покажу свою экспертность и создам вовлеченность моего клиента ?
- На какой продукт я создаю свой 1й оффер ?
- Как и каким образом я заявляю о себе ?

Шаблон оффера № 1

- 1. Устал от ….. (**вопрос на боль клиента**)
- 2. Я знаю, что ты чувствуешь … я сам не очень давно был в такой ситуации , когда… (**создаем доверие**)
- 3. И только до … я даю тебе возможность получить (бонус , купон , марафон, консультация – ваш лид-магнит) в свою жизнь систему ….. (**покажите возможность**)
- Забери мою …., которая ….(**сделайте предложение**)
- Кликни тут (кнопка) (**призыв к конкретному действию**)

Шаблон оффера № 2

- А вы знаете , что …. (солнце это фактор № 1 в старении кожи ?) – (**ответьте на вопрос , почему ваше предложение сейчас актуально**)
- По этому , если вы хотите …. (**опишите кого должно волновать то , что вы продаете**)…
- Записывайтесь на вебинар … приходите на курс … получите скидку… или 2 бонусных занятия … (**ваше предложение**)
- Это… в 5 раз выгоднее , чем … (**почему он должен заинтересоваться ? Выгоды**)
- Это доказано …. (**доказательства**) –
- **Призыв к действию**

Шаблон оффера № 3

- Компания – лидер в области … (биорезонансной терапии) (**Опишите чей это продукт и кто делает предложение**)
- Что он предлагает **(опишите ваш продукт**)
- За … времени вы получите **(опишите почему это полезно для него , выгоды**)
- Вы можете … (**делайте предложение**)
- **Делаете команду к действию**
- **Даете гарантии**

Шаблон оффера № 4

- 1. **Задайте вопрос с желанием клиента** (как выделиться из…)
- **Покажите , что это можно делать без необходимости делать то , что они не хотят делать**
- **Покажите , что это будет просто**
- **Дайте команду и раскройте суть предложения**
- **Выгоды**
- **Скажите , что будет , если читатель не воспользуется вашим предложением** (завтра это будет дороже … или запись на след. консультацию через месяц.

Шаблон оффера № 5

- Вы до сих пор не … (**Главная проблема вашего клиента**)
- В этом нет вашей вины , вы просто не знали , что есть новое решение (**снимите ответственность за то . Что они не решили эту проблему**)
- Скорее всего у вас просто нет нашего пошагового …. (**покажите новое решение с выгодами**)
- **Команда действовать**

Шаблон оффера № 6

- Я много общаюсь с разными …. (предпринимателями , пенсионерами, студентами).. И увидел , что главная их боль….(**опишите причину, почему вы создали свой продукт**)
- Я протестировал … вариантов ..(**опишите историю создания**)
- Я обучил этим способом 100 человек и теперь могу сказать – это работает …(**опишите результат выполнения или использования**)
- И сейчас у меня есть возможность предложить вам … (**сделайте предложение , ограничение – дифицит)**
- **Команда действовать**

Шаблон оффера № 7

- 1. **Название вашего продукта**
- **2. «После» которое вы получаете от продукта**
- **3. Упоминание , что клиент тоже может получить это состояние**
- **4. Команда действовать**. (заберите сейчас купон на скидку или подарок)