

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



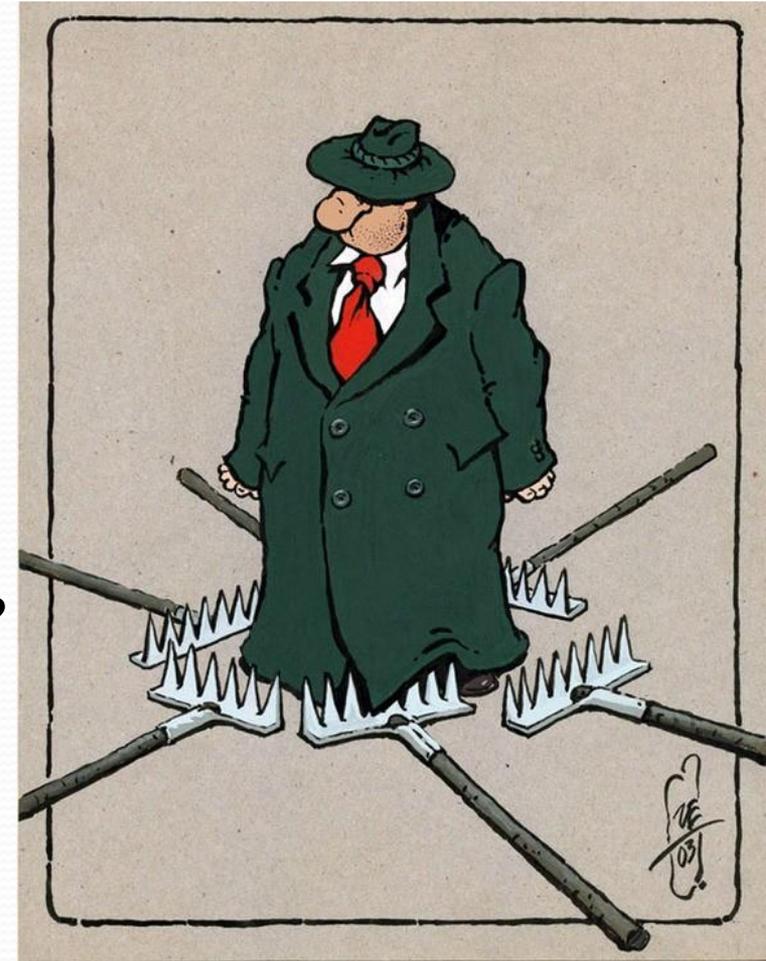
Возможности

- 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 от 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**

+

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

- 1 Упаковка вашего бизнеса в франшизу
- 2 Разработка технологических карт
- 3 Обучение персонала
- 4 Подбор персонала
- 5 Консультации
- 6 Проведение мастер-классов

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 – дефицит**)
- **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)