



**Моя  
специализация**

**Целевая  
аудитория**

**Позиционирован  
ие**

# 1. Моя ниша в Сибирском здоровье

- Магазин – консультирование на любую тему по здоровью, каталоги, бизнес одного квартала, разные клиенты, нет постоянных, торговые точки, расклейки...
- Экспертность по продукту – 1) Antiage 2) Похудение 3) Спорт 4) Мама 5) Врач 6) SSNN – экспертность/внешний вид/каллаборации с носителями ценностей
- Экспертность по бизнесу – кейсы успешных людей в команде / своя история успеха – от Профи

## 2. Моя целевая аудитория

- Разрабатывая свой проект в компании, мы говорим о сфере влияния. Это территория, на которой будет признана ваша экспертность. Поле, на котором возрастет ваш личный бренд. Кто именно признает вашу экспертность, кто прямо или косвенно назовет вас экспертом? Ваша целевая аудитория.
- Поэтому важно понимать, что вам не нужны все, а только свои, у кого те же ценности, интересы и потребности. Для кого ваша экспертность будет значима!
- Есть основная ЦА и дополнительная.
- Важны: возраст, география, пол, доходы, деятельность, интересы, увлечения, предпочтения, страхи, что он ценит, даже семейное положение... - это как образ одного человека! Очень похожего на вас, но пока без той экспертности, которая есть у вас!

# 3. Мое позиционирование

Стикер – для себя!

**Мы выбираем, нас выбирают,**

**Как это часто не совпадает,**

Я за тобою следую тенью,

Я привыкаю к несовпаденью.

! В позиционировании вы должны дать краткий, но емкий ответ на вопросы: кто вы для своей целевой аудитории, что вы делаете, и почему именно вы. Позиционирование необходимо внести в 2-3 предложения.

!Позиционирование – это ваш маяк, чтобы сверить свой путь, уточнить, продолжаете ли вы идти верной дорогой, продолжаете ли вы транслировать свой посыл на свою основную целевую аудиторию.



**Определить свою нишу,  
специализацию**

**Описать свою ЦА**

**Написать свое  
позиционирование**

**2 вебинар недели – 17 октября  
в 6 утра по Москве!**

**ВСЕМ  
МЕГАУСПЕХА  
С SIBERIAN  
WELLNESS!**