

Зачем нужно знать и определять свою ЦА?

- **1. ЧТОБЫ ПИСАТЬ ПРАВИЛЬНО О БОЛЯХ, ЖЕЛАНИЯХ И ДАВАТЬ ПРАВИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ.**
- **2. ЧТОБЫ ПРАВИЛЬНО СФОРМУЛИРОВАТЬ СВОЕ УТП**

Техника Зеркало

- Посмотреть на свой жизненный опыт
- Чей вы идеальный клиент, где и кого вы покупаете снова и снова?
- Что это человек или компания делает особенного что вы у него покупаете?
- Почему вы можете назвать себя идеальным клиентом, отличительные характеристики

Загляните в прошлое

- Вы в прошлом сами есть идеальный клиент для себя настоящего
- вспомните себя опишите свои боли, желания, пути решения, например, год назад
- вспомните когда вы пришли в сетевой или работали по найму

Оффер

- Оффер это обещание, которое вы даете клиенту о результате вашей работы с ним. Идеальный оффер привлекает внимание, разжигает интерес, вызывает желание купить или присоединиться
- УТП это продающий оффер

УТП

- Кому, персонализация ЦА(женщины 50+, сетевики офлайн, мамочки)
 - Какую проблему вы можете решить
 - Какой результат получит ваш клиент если примет предложение
 - В какие сроки вы это обещаете
- В идеале когда везде есть цифры!

Сфокусируйтесь на образе в целом

- Что нравится в нем, почему он достигнет результата
- Получите ответы на вопросы психологического и демографического свойства(25 вопросов чек лист)
- Жизненный стиль идеального клиента, о чем думает, какие проблемы решает

Упражнение

- Опишите 10 ситуаций в которой может оказаться ваш клиент, чтобы он вступил в команду, купил продукт
- 7 пунктов, которые вы должны знать четко о вашей ЦА(пол, возраст, увлечения, желаниа, статус, желаниа, мечты, боли)

ГРУППЫ ЦА

1. Мамочки в декрете
2. Предприниматели традиционного бизнеса
3. Женщины 50+
4. Молодежь, студенты
5. Работники найма
6. Фрилансеры
7. Сетевики
8. Потерявшие работу