

Кому мы продаем?

Определения

Целевая аудитория (ЦА) — это группа людей, на которую направлены маркетинговые усилия компании. Эти люди наиболее вероятно заинтересуются продуктом или услугой и станут клиентами. Определение целевой аудитории помогает бизнесу **эффективно использовать ресурсы** и **создавать релевантные предложения**.

Предположим, Ваш продукт стоит 100 рублей. Есть 1000 человек. Из них 150 человек нуждается в вашем продукте, и 100 человек купит. Рассказать 1 человеку о вашем продукте стоит 10 рублей.

Рассказывая всем, мы тратим 10000 руб.
Покупает 100 человек по 100 руб.
Мы заработали 0 руб

Рассказывая только своим (тем кто нуждается), мы тратим 1500 руб.
Покупает 100 чел. по 100 руб.
Мы заработали 8500 руб.

Вывод: предлагая всем подряд мы ничего не зарабатываем.
Тратим много энергии, денег, времени, а выхлопа мало.
Нужно предлагать только своим.

Кто ЦА?

Вставляем сюда "ЧТО продаем"
Какой результат получает клиент? Результат одним предложением

3 капсулы от стилиста, индивидуально подобранные из психотипа, физиологии и тд.

Финансовый план. План по увеличению дохода без упакиваний.

Для чего нашему клиенту нужен этот результат? Чего наш клиент добьется при помощи этого результата?

Одеваться стильно со вкусом, соответствующе его данным. Не углубляясь в процесс подбора. Не тратя много денег.

Чтобы поверить что возможно достичь, и что это не так сложно. Чтобы выйти на новый уровень достатка. достичь фин целей. купить то, что сейчас недоступно.

Кто в действительности этого хочет?

1. Женщины, которые работают в офисе или на руководящих должностях
2. Мамы которые хотят оставаться стильными, несмотря на ограниченное время.
3. Студентки и молодые специалистки, которые только начинают свою карьеру или учатся и хотят выглядеть модно, но не имеют большого бюджета.
4. Женщины, которые переживают изменения в жизни, такие как смена работы, переезд, развод или выход на пенсию.
5. Мужчины предприниматели

1. Люди, у которых долги
2. М/Ж специалисты. 25-45 лет. Поработали, поняли, что этого не хватает для квартиры, дома, машины и тд.
3. Фрилансеры.
4. Семьи.
5. Владельцы малого бизнеса, предприниматели
6. Те, кто готовится к пенсии
7. Инвесторы.

Кому Мы хотим помочь добиться желаемого результата?

Выбираем с кем будем работать, с кем не будем

Интервью

Берем 2-3 человека из каждой группы.

Например мы выбрали:

1. Женщины, которые работают в офисе или на руководящих должностях

2. Мамы которые хотят оставаться стильными, несмотря на ограниченное время

4. Женщины, которые переживают изменения в жизни, такие как смена работы, переезд, развод или выход на пенсию.

Приглашаем их на интервью. Задаем им следующие вопросы.

Я решил сделать/улучшить свой продукт "консультация стилиста, подбор гардероба, готовые 3 капсулы"
Я задам тебе вопросы из разряда как сделать мой продукт идеальным.

1. Расскажи пожалуйста про проблемы/задачи с которыми ты сталкиваешься в вопросе "гардероба".
Что тебе не нравится в твоём гардеробе?
Чтобы ты хотела улучшить?
Какие еще проблемы бывают?

2. Покупая, например мою консультацию, что бы ты хотела получить? Что, по твоему мнению, должно быть в продукте? От чего больше всего кайфанула бы?
ВАЖНО получить тут максимально конкретику

3. Что могло бы оттолкнуть от покупки? "Такая-то" цена устроила бы тебя? Какие гарантии нужны?

Записываем, всё что говорит, даже ересь.

- 1....
- 2....
- 3....
- 4....

Далее разбираем каждый пункт.
Можем внедрить, улучшить, добавить это или нет?