

VÁŠ IDEÁLNÍ ZÁKAZNÍK

Nejprve si poslechněte webinář, potom se
pusťte do vyplňování...

Přednáší: Ing. Jana Pěkná

online škola
bytového designu
a podnikání



POHLAVÍ:

VĚK:

JMÉNO:

BARVA OČÍ,
BARVA VLASŮ:

(můžete zkusit najít online fotku nějakého člověka, který bude vašeho zákazníka reprezentovat)

RODINA A DĚTI:

(napište i jejich jména)

KDE BYDLÍ:

MĚSÍČNÍ PŘÍJEM
KLIENTA/DOMÁCNOSTI:

ZAMĚSTNÁNÍ:

ŽIVOTNÍ NÁZORY, POSTOJE, ČEMU VĚŘÍ, JAKÉ JSOU JEHO/JEJÍ HODNOTY:

OBLÍBENÍ KNIHY, ČASOPISY, HUDBA, TELEVIZNÍ POŘADY:

JAKÉ ONLINE ZDROJE ČASTO NAVŠTĚVUJE? ČTE NAPŘÍKLAD NĚJAKÝ BLOG?

JAKÉ JSOU JEHO/JEJÍ KONÍČKY? CO DĚLÁ VE VOLNÉM ČASE?

CO SI RÁD/A DOPŘÁVÁ/KUPUJE PRO POTĚŠENÍ?

MÁ NĚJAKÝ VZOR? IDOL? KOMU SE CHCE PODOBAT?

JAKÉ FIRMY A ZNAČKY MÁ RÁD/A? UVAŽUJTE O JAKÉMKOLIV OBORU.....

TEĎ TA TĚŽŠÍ ČÁST

Zkuste se opravdu vžít do svého ideálního zákazníka, prozkoumat jeho nitro, podívat se, co si myslí, po čem tajně touží a z čeho může mít strach. Jaké výrazy nebo slova používá? Co "běží" v její /jeho hlavě? Pište, jako byste byli vašim zákazníkem (v 1. osobě j. č.).

CO VÁM DĚLÁ STAROSTI? KVŮLI ČEMU NEMŮŽETE V NOCI SPÁT?

.....

.....

.....

.....

CO VÁS PRAVIDELNĚ STRESUJE NEBO ROZČILUJE?

.....

.....

.....

.....

CO BYSTE VE SVÉM ŽIVOTĚ RADĚJI NEVIDĚLI, PROTOŽE TO VE VÁS VZBUZUJE STRACH/VZTEK?

.....

.....

.....

.....

JAKÝ JE TEN NEJHORŠÍ SCÉNÁŘ, KTERÝ BY SE MOHL ODVÍJET, POKUD BY SE VAŠE SITUACE NEZMĚNILA?

.....

.....

.....

.....

JAKÝ STRACH MÁTE Z TOHO, JAK BUDOU REAGOVAT VAŠI PŘÁTELE, RODINA A ZNÁMÍ, KDYŽ SE DOZVÍ O VAŠÍ SITUACI?

.....

.....

.....

.....

POKUD BY TO NEBYLA OTÁZKA PENĚZ, JAKÝ DRUH PRODUKTU NEBO SLUŽBY BY IDEÁLNĚ VYŘEŠIL VÁŠ PROBLÉM?

.....

.....

.....

.....

CO BYSTE SI PŘÁLI, ABY FIRMY NEBO POSKYTOVATELE SLUŽEB VĚDĚLI O VÁS - ABY VÁM ROZUMĚLI?

.....

.....

.....

.....

A TEĎ TO POZITIVNÍ ...

JAKÉ JE TO "VYSNĚNÉ ŘEŠENÍ" VAŠEHO PROBLÉMU, ZA KTERÉ BYSTE ZAPLATILI TĚMĚŘ COKOLI?

.....

.....

.....

.....

.....

POKUD BY SE TOTO ŘEŠENÍ NÁHLE OBJEVILO, V PRAVÝ ČAS NA PRAVÉM MÍSTĚ, JAK BY TO PROBÍHALO?

.....

.....

.....

.....

.....

JAKÁ BUDE VAŠE SITUACE PO VYŘEŠENÍ PROBLÉMU? CO BUDETE MOCI DĚLAT? JAK SE BUDETE CÍTIT? JAKÉ TO BUDE?

.....

.....

.....

.....

.....

V ČEM VŠEM VÁM POMŮŽE VYŘEŠENÍ PROBLÉMU? V SOUKROMÉM I PROFESNÍM ŽIVOTĚ...

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ted, když jste si svého zákazníka popsali podle svých představ, své imaginace, je dobré také se zeptat skutečných lidí, reálných zákazníku. Můžete si promluvit se svými bývalými zákazníky, pokud je už máte - zkuste třeba poslat emailem krátký dotazníček. Nebo se zeptejte ve svém okolí lidí, o kterých si myslíte, že splňují parametry vašeho zákazníka. Položte jim pár otázek z tohoto dokumentu (můžete samozřejmě přizpůsobit běžné řeči a příležitosti) a **ověřte si, že vaše hypotézy jsou správně!**

A CO DÁL?

POUŽÍVEJTE TO!

Přečtěte si popis svého zákazníka pokaždé, když máte psát jakékoli texty - na web, do emailu, do reklamních materiálů atd. Myslete na něj při vymýšlení nabídek produktů a služeb. Vytvořte svoje webové stránky tak, aby z nich byl váš zákazník nadšený. Zkrátka, cokoli, co ve svém businessu děláte, by mělo s vaším zákazníkem rezonovat. Vžijte se tedy vždy do svého zákazníka. Jedině tak si získáte jeho srdce :-).