

IDENTIFICAREA CLIENTULUI TĂU IDEAL

Felicitări pentru descărcarea ghidului de identificare a clientului tău ideal!

Știi, ca speaker, trainer, coach sau creator de cursuri este în regulă să predai conținut care să se potrivească mai multor categorii de oameni, dar până când nu vei cunoaște **modul în care clientul tău ideal vorbește despre problemele lui** și până când nu adaptezi acel conținut la problemele respective, nu vei avea rezultatele dorite.

Principalul motiv pentru care merită să depui eforturi semnificative în definirea clientului ideal specific este că vei avea **FOCUS**.

Concentrându-ți eforturile asupra unui client ideal s-ar putea să îți se pară puțin ciudat... dar acea persoană nu este într-adevăr doar un singur individ. Există probabil sute sau chiar mii ca acest "client ideal", deci **NU** îți limitezi opțiunile.

În schimb, îți oferi darul **FOCALIZĂRII**, ceea ce înseamnă că poți obține **informații specifice despre poveștile** pe care le spui în lecțiile, evenimentele sau cursurile tale.

Vei ști care povești sunt potrivite și care nu sunt potrivite.

Vei ști ce să cercetezi, ce să citești, ce să asculți.

Și, la fel de important, veți ști ce să **NU** cercetezi, să citești sau să îți pierzi timpul.

Ai, de asemenea, **FOCUS** pe ce să devii un **EXPERT**.

Mulți oameni se tem că alegerea unei nișe îi va costa bani. Aceasta este o mare teamă pe care o au oamenii cu privire la crearea unui avatar pentru care vor lucra.

Dar ghici ce?

Clientul tău ideal îți oferă **FOCUS** pentru a deveni expert. **Și ghici cine câștigă mai mulți bani? Un generalist sau un specialist?**

Dacă ești speaker, vei putea solicita prețuri mai mari, pentru că devii un expert recunoscut în nișa ta.

Dacă ești expert într-o nișă, atunci vei putea solicita un preț dublu, triplu sau chiar mai mare decât ea pe care o poate solicita un generalist.

Acesta este un **DE CE** imens!

Când te concentrezi pe **O DIRECȚIE**, câștigi **MAI MULȚI** bani!

Și în plus, **vei putea să îți ajuți audiența mai mult, mai profund și mai semnificativ!**

Când te adresezi unui public specific, Clientul tău Ideal **se simte auzit, înțeles și va începe să fie atent la ceea ce ai de spus.**

Acest lucru îți va oferi un avantaj atât de mare față de ceilalți din industria ta!

la-ți timp și completează acest ghid practic. Te va ajuta să știi cui te adresezi și deci... cum să îți formulezi mesajele de acum înainte! Acest lucru va aduce claritate și te va ajuta foarte mult în afacerea ta pe termen lung! Succes!

IDENTIFICAREA CLIENTULUI TĂU IDEAL

E timpul să descoperi cine este, cum arată, cum se simte și ce îl definește pe clientul tău ideal. Completează răspunsurile cât poți de specific. Îți sugerez să scrii răspunsurile direct în acest pdf și să îl ții la îndemână, fiindcă vei mai avea nevoie să te folosești de el. De asemenea, ține cont că poți oricând să te întorci și să scrii mai multe detalii mai târziu.

Acest exercițiu te va ajuta să stabilești caracteristicile, personalitatea și alte detalii specifice Clientului tău Ideal. Cei mai mulți oameni ar vrea să sară peste acest pas pentru că necesită efort și timp, dar te rog... nu-l sări. A înțelege cine sunt clienții tăi ideali și cum îi poți ajuta mai bine este esențial pentru a crește o listă de e-mail-uri sănătoasă, implicată și profitabilă. Spor!

O IMAGINE FIZICĂ SPECIFICĂ PENTRU CLIENTUL TĂU IDEAL

Numele lui/ei: *(Știu, poate părea ciudat, dar crede-mă, chiar ajută!)*

Cine este clientul tău ideal?

Genul:

Vârsta:

Statut marital:

Are copii? Dacă da, câți și de ce vârstă?

Ce tip de educație are?

Unde locuiește?

Cu ce se ocupă?

Cum arată? (Fii specific - păr, culoarea ochilor, înălțime, greutate)

CUM ARATĂ VIAȚA LUI/EI PERSONALĂ

Ce hobby-uri are?

Cum arată o zi obișnuită din viața lui/ei?

UNDE POȚI SĂ GĂSEȘTI CLIENTUL IDEAL

Ce tip de cărți citește?

Care sunt blog-urile lui/ei preferate? Dar podcast-urile? De ce îi plac?

Unde își petrece timpul online? (Instagram, Facebook, Pinterest, TikTok, Email?)

Din ce grupuri specifice de Facebook pot să facă parte?

Ce persoane urmărește online și de ce?

Cine sau ce îl/o inspiră?

ASCULTĂ-ȚI CLIENTUL IDEAL

Care este cea mai mare problemă a lui/ei?

Care îi sunt frustrările?

Ce gânduri disfuncționale și credințe limitative poate avea?

Ce îl/o ține trează/noaptea?

Ce îl/o îngrijorează?

Ce aspirații are?

Ce speranțe are?

Care este visul lui/ei cel mai mare?

Ce emoții și frici are?

Ce vrea cu adevărat?

De ce are nevoie? Știe de ce are nevoie?

Știe deja că are nevoie acel lucru pe care îl ai de oferit?

Care sunt gândurile lui/ei despre soluția ta?

Ce tip de produse cumpără?

Dacă ar putea folosi o baghetă magică, ce transformare și-ar dori?

După această transformare, ce anume și-ar dori ca alții să vadă în ei sau să spună despre transformarea lor?

Unde anume are nevoie de un imbold în încrederea lui/ei pentru a face un pas înspre această transformare?

Cât este de conștient/ă de potențialul lui/ei? Uneori, nu are rost să le spui oamenilor că le vei schimba viața dacă ei nu cred în ei înșiși și au nenumărate convingeri limitative despre ceea ce pot realiza. În marketing, uneori tot ce trebuie este să faci este să le spui oamenilor despre UN PAS mic despre care să creadă că îl pot face.

Care sunt niște obiceiuri și probleme pe care sunt conștienți că trebuie să le schimbe?

CERCETARE - VECHIUL 'TU'

A te înțelege pe tine cel de acum câțiva ani este vital în comunicarea eficientă cu clientul tău ideal. Povestea ta personală va fi ceva cu care oamenii se vor putea conecta imediat.

Care sunt cuvintele pe care TU le foloseai în trecut? (înaintea transformării)

Ce griji obișnuiai să ai?

Ce produse sau soluții căutai?

De ce erai (sau NU erai) conștient?

Întreabă-te pe tine, "Dacă cineva s-ar uita la persoana care eram în urmă cu 1, 2, 3, 5 sau 10 ani, ce ar scrie despre mine"?

Care sunt niște momente când ai avut spatele la zid?

Ce te ținea treaz/ă noaptea?

Care au fost marile momente 'AHA' sau de tip 'EVRICA' de conștientizare pe care le-ai avut?

Care erau luptele tale? Scenariile de coșmar?

Erai confuz în legătură cu ceva anume? Ai avut anumite obstacole pe drum?

Când ai simțit frică, furie, rușine sau vină?

Care erau ușile care obișnuiau să fie închise și care acum sunt larg deschise pentru tine?

A fost cineva acolo cu tine?

Ai avut un anumit dialog pe care îl poți scrie?

Ce s-a întâmplat mai exact și te-a determinat să faci o schimbare/transformare?

URMĂTORII PAȘI

Acum este timpul să înveți limbajul clientului ideal și să îl folosești în mesajele tale de promovare, educare, informare, vânzare, TOT.

Mergi în locurile pe care le-ai identificat în acest ghid de identificare a clientului tău ideal - unde acesta își petrece timpul (pe platformele și în grupurile în care este prezent).

Deci, rămâi curios pentru a învăța mereu mai multe despre clientul tău ideal, salvează undeva expresiile pe care le folosește, întrebările pe care le are și modul în care vorbește despre nevoile, dorințele, visurile, problemele, durerile sale - care au legătură cu produsul sau serviciul tău.

Știu, este nevoie de un efort. Dar poți să o faci și va merita!

Rămâi conectat la resurse valoroase despre creșterea listei de e-mail-uri și a afacerii tale online.

Grup de Facebook: [Online Business Building Community](#)

Daniela Nica [Blog](#)



Daniela
N I C A