



Pracovní listy pro workshop

DEFINUJI SI IDEÁLNÍHO KLIENTA

- Bud' co nejvíc konkrétní
- Každý produkt / služba má jednoho avatara
- Vycházej ze zkušenosti vlastní i klientů

Základní údaje (pohlaví, přibližný věk, rodinný stav, s kým žije, kde žije, práce, koníčky, zájmy, ...):

Tip: Dej avatarovi jméno a najdi si ve fotobance jeho/její fotku!



Pracovní listy pro workshop

JAK POZNÁM IDEÁLNÍHO KLIENTA

- Dotazníky pro potenciální i platící zákazníky
- Individuální hloubkové rozhovory
- Konzultace s umělou inteligencí
- Individuální konzultace s klienty
- Sledování ve své komunitě a dalších, co tvůj ideální klient řeší, co ho nejvíc pálí, co nejčastěji komentuje

MOJE DALŠÍ KROKY

Jaké kroky podnikneš k tomu, abys svého avatara poznala opravdu do detailu?

Cesta zákazníka z bodu 0 do bodu B



rodičovská
nedovolená

Pracovní listy pro workshop

CESTA ZÁKAZNÍKA

- sled událostí, komunikace a zážitků, kterými ideální zákazník projde
- veškerá naše interakce s potenciálním / platícím zákazníkem
- informace, pocity, dojmy, zkušenosti

BOD A

- kde je zákazník teď
- jak se cítí, co si myslí
- jak se to promítá do jeho života

JAKÝ JE BOD A MÉHO IDEÁLNÍHO KLIENTA

Definuj si počáteční stav klienta tvojí služby / produktu, kde se teď nachází.

Cesta zákazníka z bodu 0 do bodu B



rodičovská
nedovolená

Pracovní listy pro workshop

BOD B

- kam ho můžu dovést
- jak se změní jeho pocity, myšlenky, názory a chování
- jaký přínos to pro něj bude mít, jak to ovlivní jeho život v tom, co je pro ně důležité

JAKÝ JE BOD B MÉHO IDEÁLNÍHO ZÁKAZNÍKA

Co všechno se u tvého zákazníka změnilo? Jak se teď cítí, co si myslí, jak žije?



Pracovní listy pro workshop

CESTA PŘED BODEM A

Z bodu 0, kde klient pocítuje příznaky svého problému, ale ještě neví, jak já jeho příčina, že má řešení a že můžeš udělat změnu, do okmažiku, kdy chce problém řešit a je připraven koupit.

Fáze uvědomění:

1. Získání zájmu
 - Organicky, reklama, doporučení
2. Obsah zdarma
 - Důvěra = hodnota + kredibilita
3. Prodej

CESTA PO DOSAŽENÍ BODU B

Bod B se automaticky stává novým bodem A, a proto přemýšlím, jakou další smysluplnou cestu můžu svému klientovi nabídnout:

- kam potřebuje avatar pokračovat dál?
- co přirozeně navazuje?
- jak můžu stávající obsah prohloubit?



Pracovní listy pro workshop

POKROČILÉ TECHNIKY A NÁSTROJE

Neustále můžeš zlepšovat a zefektivňovat cestu zákazníka na míru pro ideálního klienta:

- oslovovat napříč komunikačními kanály
- personalizace obsahu podle dílčího tématu, které ho zajímá
- příležitosti na míru v několika částech cesty

Postupně můžeš zapojovat pokročilé techniky, ale vždy se nejdřív soustřed' na podrobné poznání avatara.

MOJE DALŠÍ KROKY

Jaké kroky podnikneš k tomu, abys vylepšila svou cestu zákazníka?