



День 2



День 2



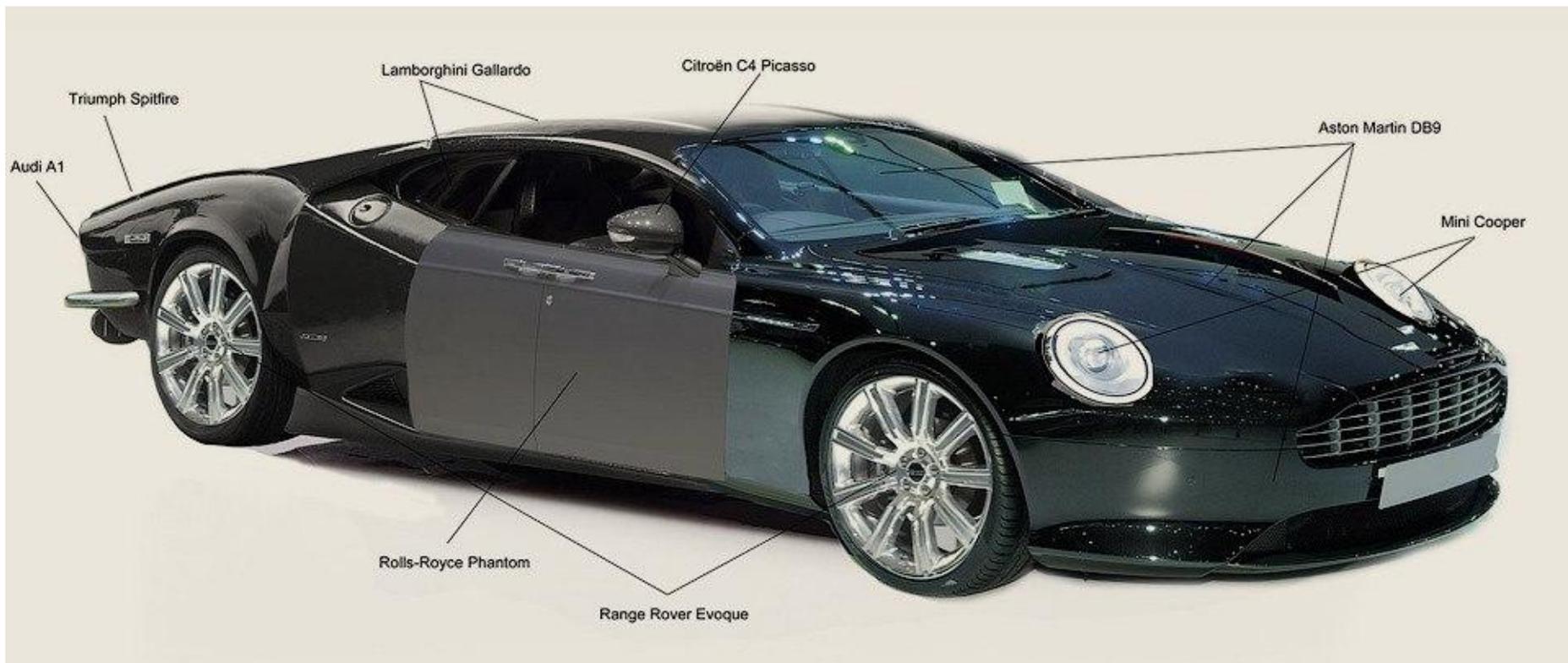


Разбор УТП

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



Аватар клиента



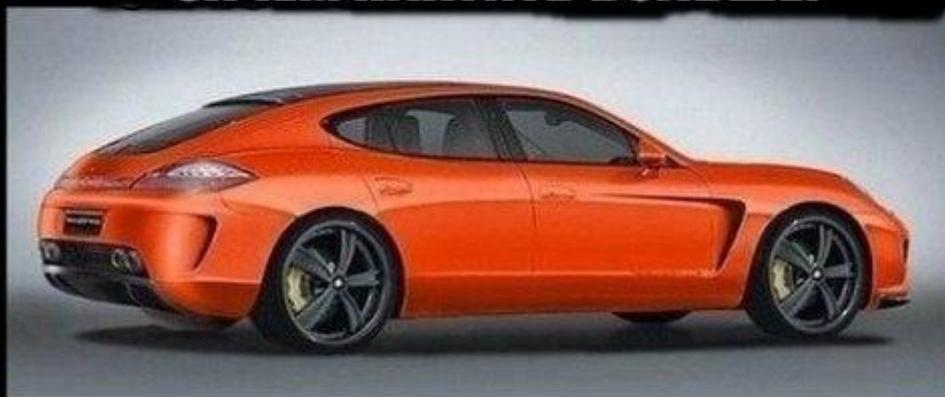
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



Аватар клиента



ЗАЧЕМ ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ?





Срез ЦА профильный

Критерии ЦА:

- Товар
- Категория
- Ценовой сегмент
- Количество (опт\розница)
- Профессиональное применение
- Комплексная поставка\обслуживание
- География работ, сферы влияния
- Периодичность по (LTV)



Срез ЦА социальный

Критерии ЦА:

- Пол
- Возраст
- Образование
- Уровень дохода
- Социальный и семейный статус
- Профессия, место работы, род деятельности
- Национальность, расовая принадлежность
- География проживания



Срез ЦА ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ

Критерии ЦА:

- Черты характера, амбиции, позитив, консерватизм
- Ценности, жизненные принципы
- Образ жизни
- Хобби и увлечения
- Привязка к месту
- Привязка к стилю
- Практичность
- Профессиональность
- Универсальность

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



Виды ЦА



Срез ЦА корпоративный

Критерии ЦА:

- Вид деятельности и ассортимент товаров
- Количество персонала
- География распространения
- Количество филиалов
- Кто ЛПР
- Сезонность продаж и закупок
- Ценовая политика
- Конкуренты
- Партнёры



ЦА продукта\услуги

Критерии ЦА:

- Конкурентный анализ продукта
- Конкурентный анализ рынка
- Анализ существующих покупателей
- Краткий SWOT продукта
- Сегментирование рынка по категориям ЦА
- Составление плана работы с целевым рынком
- Принципы продаж продукта (услуги)
- MPV - анализ продукта
- POS-материалы



Анализ ЦА (SWOT)

<p>S (Сильные стороны)</p> <p>1....</p> <p>2....</p> <p>3...</p>	<p>W (Слабые стороны)</p> <p>1...</p> <p>2...</p> <p>3...</p>
<p>O (Возможности)</p> <p>1...</p> <p>2...</p> <p>3...</p>	<p>T (Угрозы)</p> <p>1...</p> <p>2...</p> <p>3...</p>



ИТОЖИМ:

Составление точного ЦА:

- **Социально-демографический портрет**
- **Психологические особенности**
- **Требования целевого потребителя**
- **Ключевые боли**
- **Образ совершения сделки**
- **Повседневные источники поиска информации о товаре**

Технология продаж для ЦА



Выработать подход к продаже товара или услуги:

- Твоя цель контакта со мной
- Твоё позиционирование – кто ты, что за тобой, чем ты занят
- Дескриптор фирмы (бизнеса)
- Продающие оферы твоих предложений
- **Твой алгоритм продажи**
- **Твои скрипты звонков**
- **Твои алгоритм переговоров**
- **Твои скрипты переговоров**
- **Твои скрипты работы с возражениями**
- Адреса твоих сайтов
- Твои социальные сети, блоги, информеры, паблики
- Твой маркетинг-кит
- Твои прайс-лист на товары и услуги
- Твоё коммерческое предложение
- Твои бонусы, скидки, доп. услуги (козыри)



ИТОЖИМ:

Составление точного ЦА:

- **Социально-демографический портрет**
- **Психологические особенности**
- **Требования целевого потребителя**
- **Ключевые боли**
- **Образ совершения сделки**
- **Повседневные источники поиска информации о товаре**



ИТОЖИМ:

Составление точного ЦА:

- Социально-демографический портрет
- Психологические особенности
- Требования целевого потребителя
- Ключевые боли
- Образ совершения сделки
- Повседневные источники поиска информации о товаре



4 ВАЖНЫХ КОМПОНЕНТА

- Ценность УТП (главная выгода)

Равномерное освещение лица по контуру,
благодаря макияжному зеркалу с 10-летней
гарантией.



4 ВАЖНЫХ КОМПОНЕНТА

- Конкретика УТП

Удобная подсветка рабочей зоны макияжного зеркала **с гарантией.**

или

Равномерное освещение лица по контуру,
благодаря макияжному зеркалу **с 10-летней**
гарантией.



4 важных компонента

- Правда в УТП: Только факты.

Равномерное освещение лица по контуру,
благодаря макияжному зеркалу с 10-летней
гарантией.



4 ВАЖНЫХ КОМПОНЕНТА

- Ориентир на ЦА в УТП.

Профессиональный макияжный столик для визажистов, который дает равномерное освещение лица по контуру.



1 формула УТП

- Больше (лучше) по той же цене.

Профессиональный макияжный столик для визажистов, по цене зеркала с подсветкой.



2 формула УТП

- Если {Желание клиента}, то {Ваше предложение\выгода}, даже если {Боль клиента}

Если вы хотите убедиться в эффективности примерного зеркала перед покупкой, тогда оставьте заявку на бесплатный 5-дневный тест-драйв, даже если Вы сомневаетесь в необходимости покупки.

Ваше УТП



3 формула УТП

- Главная выгода за счет/с помощью.

Гарантированно сократите время на работу с
каждым клиентом с помощью
профессионального макияжного столика для
визажистов.

Ваше УТП



4 формула УТП

- Предложение (товар) + чем лучше + почему лучше

Примерные столики с подсветкой экономят до 50% времени при работе с клиентом. Созданы при участии профессиональных визажистов и стилистов.



5 формула УТП

- Предложение (товар) + решение проблемы (главная выгода) + дополнительная выгода для клиента

Гримерный столик с подсветкой дает равномерное освещение по контуру лица. Позволяет наносить макияж более точно.



6 формула УТП

- Предложение (товар) + решение проблемы (главная выгода) + дополнительная выгода + закрытие боли.

Гримерный столик с подсветкой дает равномерное освещение по контуру лица. Позволяет наносить макияж более точно. Экономит до 50% времени при работе с клиентом.



7 формула УТП

- **Что нужно сделать + что за это получит при покупке**

Закажи примерный столик с подсветкой, и мы сделаем бесплатную доставку и сборку на месте.



8 формула УТП

- Ваше предложение + его обыграть недостаток

Закажи примерное зеркало с подсветкой,
глядя в него, ты сможешь почувствовать себя
актрисой.



9 формула УТП

- **Ваше предложение + уникальное сопровождение (сервис)**

**Гридерный столик с подсветкой +
консультация и мастер-класс от
профессионального визажиста Елены
Ходченковой в подарок.**

Ваше УТП



10 формула УТП

- **Ваше предложение + возможность бесплатного теста**

Примерный столик с подсветкой. Оставьте заявку на бесплатное использование примерного столика в течение 5 дней и решите, покупать его или нет.



11 формула УТП

- Ваше предложение + отличительный признак + особенность заказчика (клиента)

Профессиональный примерный столик с **подсветкой** для детальной работы с **внешностью**.

Убедить за 30 секунд



Почему именно 30?

Убедить за 30 секунд



Структура

- **Ваша цель**
- **Ваш оппонент**
- **Ваш подход**
- **Множители**

Убедить за 30 секунд



Подход

- Апелляция к интересам оппонента
- Перекрыть текущие цели
- Дать гарантии результата \ удовлетворения интересов

Убедить за 30 секунд



Подход

- Апелляция к интересам оппонента
- Перекрыть текущие цели
- Дать гарантии результата \ удовлетворения интересов



Конкурентная разведка:

- **Цены**
- **Объемы**
- **Спецификации**
- **Условия поставки**
- **Формы оплаты**
- **Категории товаров услуг**
- **B2C, B2B сегментация**
- **Оферы и предложения**
- **Доставка**

Вредный клиент



Поиск нужных вопросов:

- Мозговой штурм (работа в группах)
- Опрос потенциальных клиентов
- Прием и обработка входящих звонков
- Форумы, площадки, обсуждения
- и т.д.

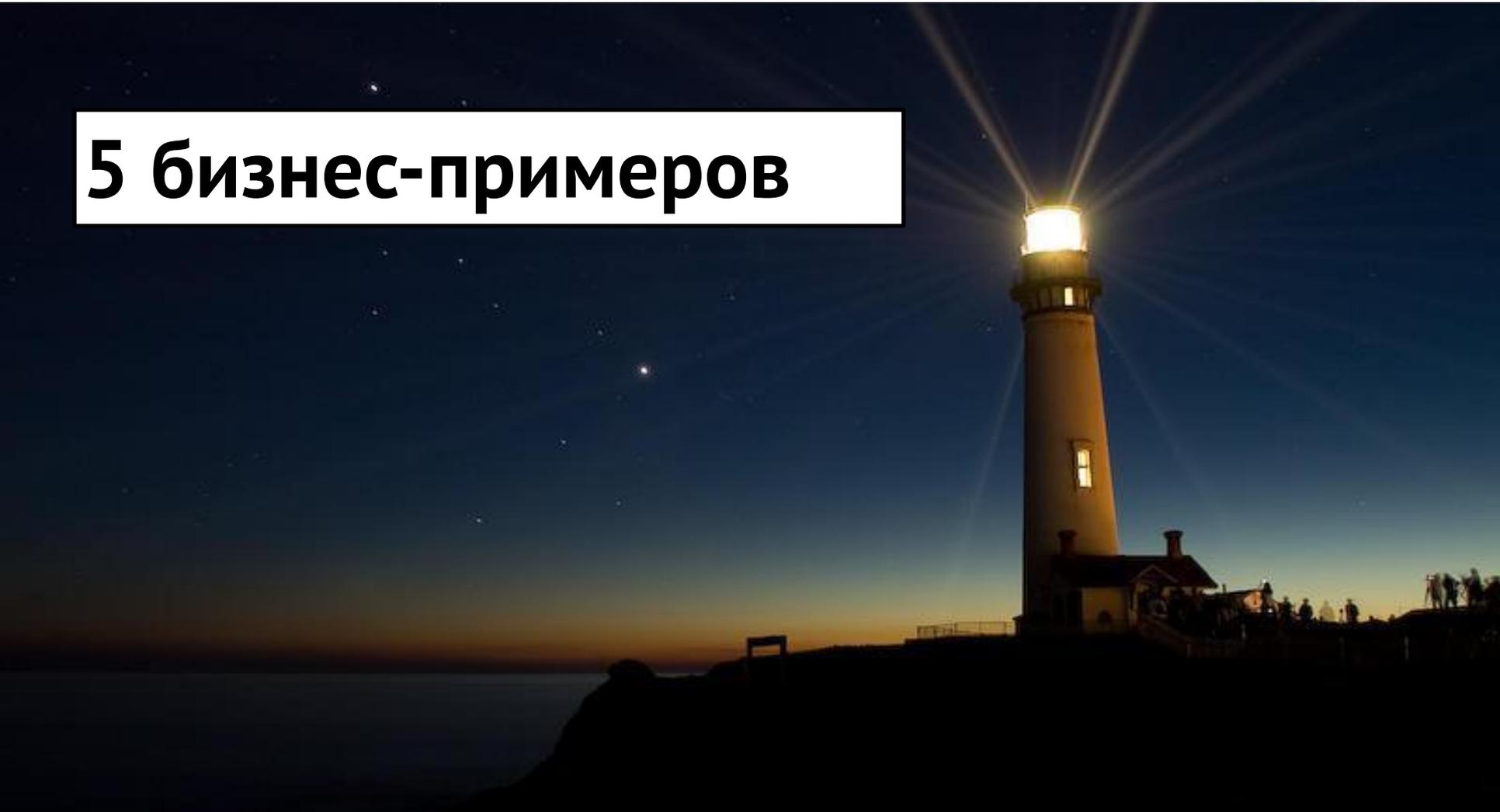
МАЯК



МАЯК



5 бизнес-примеров



МАЯК



5 бизнес-примеров

5 наставников



МАЯК



5 бизнес-примеров

5 наставников

< 100 целей



ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ



- **Работа в группах:**
 - разбить предложение по ЦА
 - составить от 5 УТП на каждую ЦА
 - определить от 25 каналов продаж под каждую ЦА
- **Сравнительный анализ по критериям («Вредный клиент»)**
 - Анализ от 10 местных конкурентов
 - Анализ от 10 федеральных конкурентов
 - Анализ от 5 зарубежных конкурентов
- **Найти свои ориентиры и предоставить отчет:**
 - от 5 бизнес-примеров
 - от 5 личностей-примеров
 - корректировка 100 целей +\ - соответствие «МАЯК»
- **Выбрать и начать читать «умную» книгу**

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ



- **Социальный проект:**
 - выработать предложения от каждой группы