

MODELLO PER LA DEFINIZIONE PROFILO DEL CLIENTE IDEALE

Le premesse

E' fondamentale per il successo della tua attività di Marketing e vendita, definire il profilo o i profili dei tuoi acquirenti ideali.

Ci aiutano a capire meglio i nostri clienti (e potenziali tali) e ci permettono di personalizzare i contenuti e le azioni sulle loro esigenze specifiche, sui loro comportamenti, sulla risoluzione dei loro problemi.

La definizione dei profili si basa su ricerche di mercato, sondaggi e interviste, ma è possibile anche identificare i profili in base all'analisi dei dati reali ed allo storico aziendale.

Non c'è un numero definito di profili acquirnti, dipende dal tipo di azienda e dal settore. Si può avere da un minimo di uno o due a molti profili, anche dieci o più.

1. Ruolo e caratteristiche sociodemografiche

Quali sono le sue informazioni demografiche?

- Fascia di età
- Nucleo familiare (E' sposato? Ha figli? Di quanti anni?)
- Istruzione
- Hobby e attività nel tempo libero

2. Qual è il suo ruolo in azienda e nella vita?

- Qual è il suo ruolo in azienda? Qual è il suo ruolo nella vita? Il suo titolo?
- In che modo viene misurato il suo lavoro/ruolo?
- Quali sono le competenze/capacità richieste nel suo lavoro?
- Quali conoscenze e strumenti utilizza nel suo lavoro?
- A chi riporta/chi è il suo responsabile? e chi riporta a lui/ha subalterni?

In che tipo di Azienda lavora?

- A che settore/industria appartiene la sua azienda? Di cosa si occupa la sua azienda?
- Che dimensione ha la sua azienda in termini di fatturato e dipendenti?

3. Qual è la sua giornata lavorativa tipo?

- Com'è organizzata una sua giornata tipo?
- Cosa ha maggior valore nella sua vita?
- Quali sono i suoi obiettivi?
- Che tipo di esperienza desidera trovare quando cerca i nostri prodotti/servizi?

4. Quali sono le opportunità/i punti critici?

- Quali sono le criticità del suo lavoro/i suoi problemi?
- Come puoi essere d'aiuto a risolverli con i tuoi prodotti/servizi?
- Quali sono le sue sfide più importanti?

5. Dove cerca le informazioni?

- Come ricerca informazioni per il suo lavoro?
- Che tipo di documenti/pubblicazioni/blog legge?
- Che tipo di social networks utilizza?
- Che tipo di interazione preferisce avere con il venditore? (Via email, telefono, di persona)
- Usa internet per cercare prodotti o rivenditori? Se sì, in che modo ricerca l'informazione?

6. Quali sono le sue obiezioni più comuni ai tuoi prodotti/servizi?