

Sales Funnel Masterclass

WORKBOOK

FORMULARZ IDEALNEGO KLIENTA

www.kobietabiznesu.online

WSTĘP

Zależy mi na tym, żebyś, jak najwięcej wyciągnęła korzyści z udziału w Sales Funnel Masterclass. Jednak to, jak bardzo mi zależy na Twoim sukcesie nie ma nic do rzeczy.

Mogę dać Ci najlepsze narzędzia, gotowce, szablony, nauczyć najlepszych technik i cały czas być u Twego boku zagrzewając Cię do działań, ale jeśli nie zaangażujesz się, moje starania i wszystko co Ci daję legnie w gruzach.

Proszę Cię o 3 rzeczy:

1. O odwagę – działanie pomimo strachu. Pamiętaj, że nie jesteś sama. Masz mnie – wierzącą w Ciebie bardziej niż Ty sama, grono podobnych kobiet, które dokładnie rozumieją Twoje strachy i obawy oraz cały arsenał zasobów, które nosisz w sobie – intelekt, kompetencje, doświadczenie i mocne strony, które wykorzystane pomogą Ci odnieść biznesowy sukces.

2. O uczciwość – nie, nie wobec mnie. Wobec samej siebie. Jeśli pojawią się jakieś wymówki, tłumaczenia nie-da-się, pisz na grupie, bądź uważna na siebie, przyglądaj się jakie obawy powodują, że chcesz znów schować się do szafy i mieć święty spokój. Auto sabotaż to mocny przeciwnik, któremu wspólnie damy radę. Uczciwie zaangażuj się w proces budowy swojego imperium online. Wykonuj ćwiczenia, pytaj na grupie, gdzie codziennie jestem, uczestnicz w sesjach mentorskich, podczas których jestem dla Ciebie i odpowiadam na Twoje pytania, podsuwam pomysły konkretnie pod Twój biznes i branżę.

3. O otwartość – jeżeli masz już swój biznes, a wciąż nie zarabiasz to znaczy, że działania, które podejmowałeś do tej pory nie były właściwe i należy zmienić je na takie, które przyniosą upragnione wyniki. Trudne jest przyznawać się do popełnionych błędów i łatwo jest tkwić w utartych schematach. Zmiany na lepsze wymagają otwartości na nowe pomysły, techniki i sposoby, których wcześniej nie stosowałeś lub stosowałaś nieodpowiednio.

Działaj i odważnie buduj swoje imperium!

Vika Nova

Mniej znaczy więcej!

Mamy bardzo mylące i rujnujące przeświadczenie, że im większa grupa docelowa tym większy sukces. **Tymczasem jest zupełnie odwrotnie.** Jeśli masz bardzo jasno określoną grupę docelową i wiesz o niej wszystko, możesz wszystkie swoje działania bardzo precyzyjnie dostosować pod problemy i oczekiwania swoich potencjalnych klientów.

Wyobraź sobie, że pomagasz kobietom w zapanowaniu nad stresem. Z poradzeniem sobie z nim w taki sposób, by nie miał rujnującego wpływu na ich zdrowie, życie, relacje itd. I zawężyłaś już tę grupę do Polek mieszkających w Polsce. Zdałoby się, że to wystarczy, bo przecież ograniczyłaś grupę docelową do jednej płci i jednego kraju. To i tak już dobrze, ale...

Przyjrzyjmy się tak szerokiej grupie docelowej. Znajdują się w nich zarówno młode, jak i starsze kobiety. 20 latka stresuje się czymś zupełnie innym niż 40 latka. I tak, na przykład w życiu jednej 20 latki jest dużo stresu, bo musi dokonać wyboru, które studia wybrać, jest zakłopotana, bo nie wie, czy wybrać między tym co serce podpowiada, czy lepiej posłuchać rozsądku. A może jeszcze inaczej podejść do tematu i zdecydować się na studia, które sugerują jej rodzice. Druga 20 latka wcale nie myśli o studiach. Marzy jej się kariera Insta Laski i stresuje się tym, czy będzie na tyle sławna, jak sobie wyobraża. Jeszcze inna właśnie zaszła w ciążę. To bardzo stresujący dla niej okres, bo studiuje, nie planowała w tej chwili dziecka, jest przeciwniczką aborcji i kompletnie nie wie, jak sobie poradzi. Dodatkowo ojciec dziecka uciekł, gdzie pieprz rośnie i wymiksował się z rodzicielstwa. Została sama. Mieszka w małej miejscowości, będzie wstyd. Stres, stres i jeszcze raz stres!

Z kolei 40 latka dostrzega pierwsze, poważne objawy starzenia. Nie akceptuje bardziej obwisłej, mniej jędrnej skóry. Widzi, że jej związek na jej braku pewności siebie traci, mąż ukradkiem spogląda na 20 latki. Jest coraz bardziej załamana. Stresuje się, bo boi się, że mąż zostawi ją dla młodszej. Inna 40 latka właśnie postanowiła po 15 latach pracy w korporacji postawić na swoim. Ale ogrania ją strach, czy poradzi sobie we własnym biznesie. Stres sięga zenitu. Rzucić to wszystko w cholerę, czy zagryźć zęby i siedzieć na znienawidzonym etacie?

I możesz zapytać w czym problem?

Mniej znaczy więcej!

Przecież techniki radzenia sobie ze stresem są uniwersalne. Możliwe, ale komunikacja już nie.

Teraz wyobraź sobie, że masz napisać post na FB, który zwróci uwagę Twojej grupy docelowej. I tak, musisz napisać kilka postów, bo co innego i w inny sposób napiszesz do studentki, która właśnie wpadła. Co innego i zupełnie inaczej do 20 latki, która stresuje się z powodu małych zasięgów na Insta, a jeszcze zupełnie inaczej swoje produkty i pomoc będziesz komunikowała do każdej z tych 40 latek.

Tyle ile segmentów, tyle reklam, postów, stron sprzedażowych itd.

A teraz zawężmy maksymalnie grupę docelową.

Kobieta 28-35 lat, która została mamą. To jej pierwsze dziecko, presja jej samej, jak i otoczenia jest ogromna. Każdy poradnik mówi co innego, specjaliści radzący, jak wychować dziecko mają zupełnie skrajne opinie. Do tego dziecko należy do *gatunku tych trudnych* – co chwilę się budzi w nocy, brakuje jej snu, czuje, że zaraz zwariuje. Nie ma na nic czasu. Ma wrażenie, że ciągle coś sprząta, pracuje w domu i przy dziecku 24 godziny na dobę. Jest wykończona.

Zaczynają odzywać się pierwsze objawy psychosomatyczne związane z długotrwałym stresem. Zaczynają coraz bardziej dokuczać, kobieta zwraca większą uwagę na to, co z nią się dzieje. Nie może już tego ignorować. Szuka sposobu, jak nie mając czasu na nic, zredukować stres, nabrać sił, naładować baterię. Trzymając dziecko przy piersi szuka w sieci sposobów, jak sobie poradzić z jej problemem. Właśnie zauważa Twoją reklamę z lead magnetem – *Poznaj 3 łatwe i skuteczne sposoby szybkiego radzenia sobie ze stresem*.

Klika i widzi stronę lądowania, na której czyta:

Nowa rola, którą zaczęłaś niedawno pełnić jako mama może przynosić wiele wysiłku i stresu. Wiem coś na ten temat, bo sama jestem mamą.

Moje dziecko to największy skarb na świecie, ale... Czasem mam dość, nie mam sił na nic, zdrowie zaczyna szwankować, bo nie mam czasu na sen, odpoczynek i ładowanie baterii...

Myśli sobie – *ja mam tak samo. Jak ona dobrze mnie rozumie!*

Mniej znaczy więcej!

Oczywiście pobiera lead magnet, bo nie ma żadnej wątpliwości, że ten produkt jest dla niej i na pewno jej pomoże.

Wprowadza te 3 proste sposoby radzenia sobie ze stresem i widzi pierwsze, wymarzone efekty. Otrzymuje od Ciebie ofertę z możliwością zakupu kursu online, który pomoże jej znaleźć odrobinę czasu dla siebie, naładować baterie, odzyskać wewnętrzny spokój, odstresować się.

Nie ma czasu, ale czyta, że wystarczy 10 minut dziennie, by zapanować nad stresem, nerwami itd. Dodatkowo jako bonus jest poradnik- *Jak zapanować nad emocjami, żeby Ci służyły?* Bardzo jej się przyda, bo choć kocha dziecko nad życie, ma ochotę czasem je udusić. No i jeszcze zniżka! Zamiast 397 zł, 200 zł taniej. Idealnie! Kupuje.

Nie miała wątpliwości, bo cała komunikacja była skierowana właśnie do niej. Czytając ofertę była przekonana, że osoba, która się do niej zwraca doskonale ją rozumie i może jej pomóc.

Od początku wszystkie działania były skierowane, by dotrzeć i pomóc właśnie takiej kobiecie – młodej stażem mamie, która czasem ma dość!

Od reklamy ustawionej konkretnie pod mamy z małutkimi dziećmi, zestresowane i szukające pomocy. Lead magnet, który dał próbkę Twoich możliwości, szybko pomógł rozwiązać, jakiś palący problem. Oferta *uszyta na miarę* – uwzględniające potrzeby, oczekiwania, problemy oraz możliwości zakupowe.

Tak jasno określenie grupy docelowej gwarantuje stworzenie produktów idealnie dopasowanych do niej. Takich, które ta grupa docelowa pragnie, potrzebuje, szuka. W związku z tym nie ma problemu – komu ja to sprzedam? Nie ma wciskania, bo produkt jest pożądanym, potrzebny, poszukiwany. Nie ma też rozbicia działań na miliony. Trochę tu, trochę tam, bo kierunek jest prosty, jasny i konkretny. Pomagasz młodym stażem mamom zapanować nad stresem w ich życiu.

Potem dzieci Twoich klientek rosną, a z nimi zmieniają się stresujące sytuacje. Przeprowadzasz je swoimi produktami przez kolejne etapy. Teraz stres jest związany z przedszkolem i powrotem do pracy. Kolejne produkty, te same klientki. Rozumiesz już o co mi chodzi?

Informacje ogólne

Czas na Ciebie. Komu dokładnie chcesz pomagać? Kto jest Twoim wymarzonym klientem? Zaczniemy od informacji ogólnych:

Wiek

Płeć

Stan cywilny

Dzieci

Miejsce zamieszkania

.....

Wykształcenie

.....

Pracodawca

.....

Zawód

.....

Dochód

.....

Hobby

.....

.....

.....

.....

Gdzie bywa idealny klient?

Jak wiesz, Twoi klienci na pewno są na Facebooku, ale jeśli chciałabyś dotrzeć do nich w inny sposób niż reklama na FB, musisz wiedzieć, gdzie ich można spotkać.

Jeśli będziesz wiedzieć, że Twoi idealni klienci przebywają na jakimś portalu, zawsze możesz zapoznać się z zakładką współpraca i zdecydować, czy chcesz zainwestować pieniądze np.: w artykuł sponsorowany na tym portalu.

Skorzystaj z menagerem reklam FB i zakładki *statystyki grup odbiorców*, żeby odkładnie zobaczyć, gdzie w sieci możesz spotkać swoich klientów.

WWW

.....

.....

.....

.....

Blogi/blogerzy

.....

.....

.....

.....

Portale

.....

.....

.....

.....

Osoby publiczne

.....

.....

.....

Sklepy internetowe

.....

Problemy i bolączki idealnego klienta

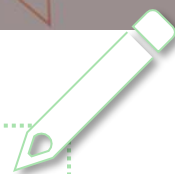
Problemy pośrednie:



A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page below the text 'Problemy pośrednie:'.

Problemy i bolączki idealnego klienta

Notatki:



A large rectangular area defined by a dashed green border, intended for taking notes.

Potrzeby i oczekiwania idealnego klienta

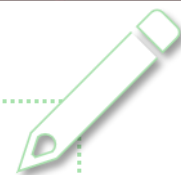
Oraz oczekiwania:



A series of horizontal dotted lines for writing.

Potrzeby i oczekiwania idealnego klienta

Notatki:



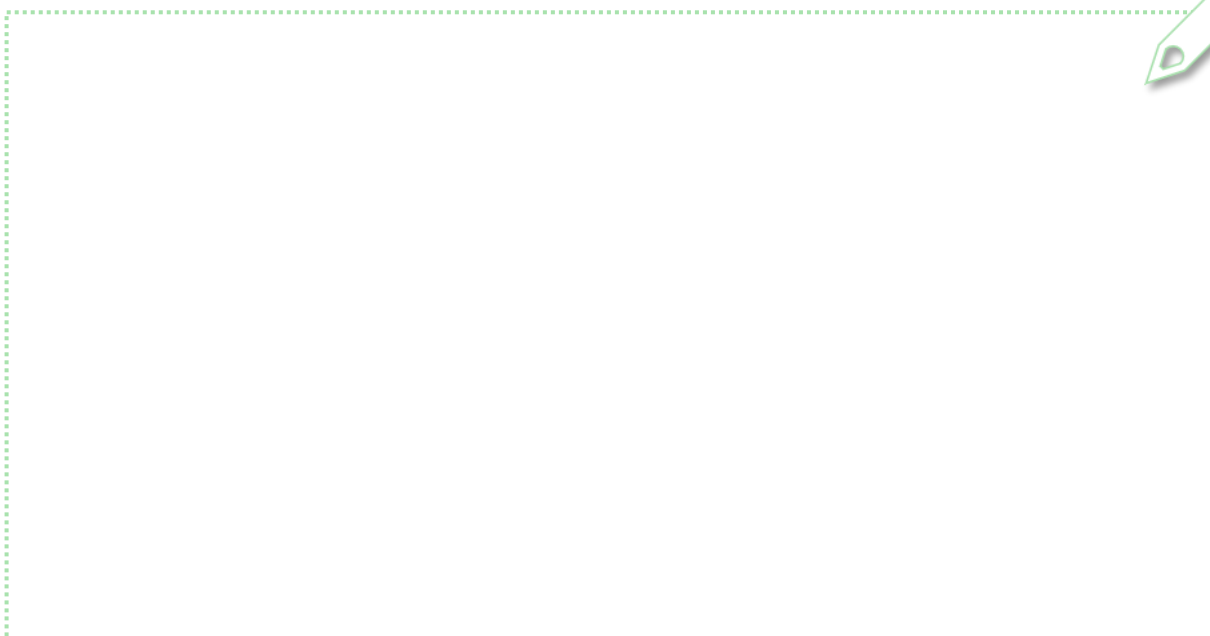
A large rectangular area defined by a green dotted line, intended for taking notes.

Obiekcje, wątpliwości, pytania grupy docelowej

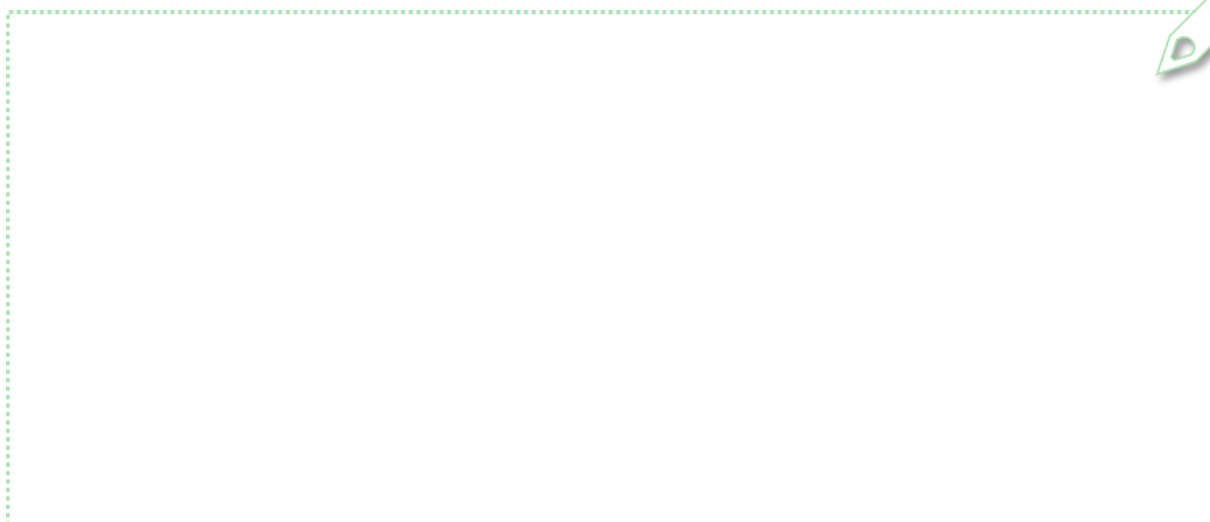
Dopóki Twoi potencjalni klienci mają jakiegokolwiek obiekcje, wątpliwości i pytania, na które nie otrzymali jeszcze odpowiedzi, nie kupią od Ciebie. Dlatego tak ważne znać je wszystkie, a potem na stronach lądowania rozwiązać te obiekcje i wątpliwości za pomocą rekomendacji, sekcji *najczęściej zadawane pytania*, czy innych dowodów.

Dlatego teraz **wypisz wszystkie wątpliwości, obiekcje i pytania Twoich idealnych klientów:**

Względem Ciebie:

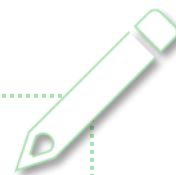


Względem siebie:



Obiekcje, wątpliwości, pytania grupy docelowej

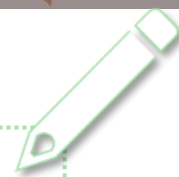
Względem produktu:



A large rectangular area defined by a dotted green border, intended for writing notes or answers.

Upodobania grupy docelowej

Upodobania i w jaki sposób chce osiągnąć swój cel:



A large, empty rectangular area defined by a dotted green border, intended for writing or drawing.

Zadanie na grupie

Twoja aktywność na grupie jest bardzo ważna i jest ona częścią tego kursu. Dzięki temu możesz szybciej i skuteczniej rozwinąć swój biznes i osiągnąć sprzedażowy sukces.

Wejdź na grupę i pochwal się swoją niszą i specjalizacją, a także z czego chcesz być znana.

Działaj i odważnie buduj swoje imperium online!

Vika Nova

[Wchodzę na grupę!](#)