

BIZNES W SIECI

#22

***Materiał dodatkowy dla
subskrybentów bloga
blog.mogilewski.pl***



Grzegorz Mogilewski

Grzegorz Mogilewski
<http://blog.mogilewski.pl>

TWÓJ NAJSKUTECZNIEJSZY TEKST: PYTANIA POMOCNICZE

Darek Puzyrkiewicz

www.dynanet.pl

Pytania pomocnicze

Oto zestaw pytań, który pomoże w przygotowaniu najskuteczniejszych tekstów. Proszę o pełne odpowiedzi.

KLIENCI:

1. Moi klienci najczęściej marzą o...
2. Moi klienci w najbliższym czasie chcą osiągnąć:
3. Moi klienci obawiają się, że nie wiedzą wystarczająco dużo na temat:
4. Moich klientów najbardziej frustruje (3 najważniejsze problemy):
5. Moi klienci najczęściej poszukują w Google fraz/słów takich, jak:
6. Moi klienci nie znoszą robić takich rzeczy, jak:
7. Moi klienci są w stanie zapłacić duże pieniądze za:
8. Kroki, które moi klienci mogą najczęściej pomijać w dążeniu do swojego celu, to:
9. Typowe błędy, jakie popełniają moi klienci, to:
10. Przydatne informacje, które chciałabym przekazywać swoim klientom, aby mogli poprawić swoje życie, zawierałyby strategię pokazującą, jak:



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Dariusz Puzyrkiewicz
dynanet.pl

OFERTA:

1. Co ma sprzedać tekst, do czego to służy? Dokładnie opisz wszystkie cechy produktu i fakty na jego temat.
2. Jaka jest jednostkowa cena produktu i dotychczasowa sprzedaż? Jakiej sprzedaży oczekujemy?
3. W jaki sposób produkt ma być sprzedawany?
4. Do kogo kierujemy ofertę i kto będzie decydował o odpowiedzi?
5. Jakiej bezpośredniej akcji oczekujemy? Co chcemy by zrobił w drugiej kolejności (zamiast)?
6. Jaki jest profil klienta, którego najbardziej zainteresuje ta oferta?
7. Czego szuka klient? Na czym najbardziej mu zależy? Jak produkt zaspokaja te pragnienie/potrzebę?
8. 3 rzeczy, których klient najbardziej się obawia w momencie, gdy czyta ofertę?
9. Czego prawdopodobnie spodziewa się klient po skorzystaniu z tej (lub podobnej) oferty?
10. Jak często i za ile (jednorazowy zakup) klienci kupują produkty Twoje i podobne do sprzedawanego? Gdzie i jak je najczęściej kupują?
11. Czym możemy go mocno zainteresować?
12. Jaka jest absolutnie najważniejsza korzyść z zakupu produktu? Co produkt dla/za klienta robi? Co dzięki niemu ważnego osiągnie? Jakie efekty/rezultaty obiecujemy?
13. Po jakim czasie klient zobaczy efekt (ewentualnie pierwsze efekty)? Jak to wygląda na tle konkurencji?
14. Jaką wartość możemy nadać głównej korzyści? Ile daje/oszczędza (czas, pieniądze, materiały, inne)? Dlaczego i jakie to ma znaczenie? Jakie jeszcze wymierne konkrety możemy podać?
15. Wylicz wszystkie inne ważne z punktu widzenia klienta korzyści. Skonkretyzuj je wartościami liczbowymi (np. ile zysku w miesiącu przynosi lokata).
16. Jak ma się produkt do głównych czynników motywujących konsumentów do zakupu: chęci zysku i obawy przed stratą. Czyli: Co klient ZYSKA i przed jaką STRATĄ go to uchroni?
17. Jaki problem klienta rozwiązujemy? Jak produkt rozwiązuje ten problem?
18. Dlaczego właśnie teraz klient od razu powinien zdecydować się na podjęcie sugerowanego działania? Jakie są skutki nieskorzystania z oferty?
19. Co nietypowego/nowego, innego niż konkurencja oferujemy?



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Dariusz Puzyrkiewicz
dynanet.pl

20. Czego brakuje konkurencyjnym produktom/usługom, co daje Twój produkt?
21. Jak mogę poprawić postrzeganie mojego produktu przez klientów? (świadomość, wiarygodność oferty, jakość, wartość). Jak to możemy ciekawie zademonstrować?
22. Jak możemy zwiększyć wiarygodność sprzedawcy i producenta produktu? Kim jest i dlaczego klient może mu zaufać?
23. Jakie przeszkody i wątpliwości może wymyślić konsument, aby opóźnić decyzję o nabyciu, lub nie podjąć jej wcale?
24. Jak mogę przedstawić odpowiedź na każdą z tych wątpliwości?
25. Jaką gwarancję mogę dać klientowi?
26. Jakie dodatki/bonusy możemy dać klientowi?
27. Czy jest jakaś specjalna promocja dla osób, które skorzystają z tej oferty?



Grzegorz Mogilewski
blog.mogilewski.pl



Dariusz Puzyrkiewicz
dynanet.pl