

Памятка мотивов выбора клиентов

При выборе компании, продукта или услуги клиенты опираются на шесть мотивов. Вы можете и должны быть лучше по одному из этих шести факторов выбора:

1. Самый дешевый
2. Самый большой ассортимент
3. Самое частое обновление ассортимента, новинки
4. Самый быстрый
5. Самый экспертный
6. Самый необычный опыт

Для того, чтобы определить, на каком из мотивов фокусироваться при донесении преимуществ вашей компании:

1. Посмотрите, о чем сейчас больше всего говорят ваши конкуренты на своих сайтах и в рекламных кампаниях
2. Оцените выраженность каждого из шести факторов в коммуникации конкурентов и поместите их на лепестковую диаграмму (в Excel или в онлайн Google Таблицах)
3. Посмотрите на график — и выберите те факторы, в которых клиенты сейчас меньше всего доносят свои преимущества или о которых вообще не говорят. Именно этот фактор может стать вашим преимуществом и главным ключевым сообщением в коммуникации с клиентами.

Примеры

