

DESCOPERĂ CINE ESTE CLIENTUL TĂU IDEAL

ȘI CUM SĂ **CREEZI CONȚINUT** PERSONALIZAT PENTRU EL





Mă bucur că ai ales să te adâncești în ceea ce înseamnă afacerea ta! Eu sunt aici vei descoperi cine e clientul tău ideal și vei învăța cum să te adresezi direct lui, prin conținutul tău pe social media.

După diferite experiențe și explorări în lumea antreprenoriatului online, am ajuns să explorez marketingul digital. Aceste experiențe m-au învățat din multe direcții lucruri importante, iar unul dintre ele este creionarea exactă a clientului ideal și adresarea directă către el, fără să te mai pierzi printre rânduri și să ajungi direct la el.

Cuprins

CAIET DE LUCRU

Cine este clientul tău ideal

OZ PASUL 1

Înțelege cu adevărat clientul tău ideal

O₃ PASUL 2

Fixează-ți mentalitatea în jurul conținutului digital

A PASUL 3

Transformă potențialii clienți în clienți ca un expert





Identificarea clientului ideal

Răspunde cât mai precis la întrebările de mai jos pentru a-ți schita clientul ideal. Amintește-ți: cu cât ești mai precis și atent la detalii, cu atât vei știi EXACT cui te adresezi!

Care este genul, vărsta, statutul social și locația clientului tău ideal?
scrie aici răspunsul
Care este personalitatea clientului tău? Este introvert sau extrovert?
Care sunt primele 5 valori din viața clientului tău ideal?

Care este meseria lui? Care este venitul lunar? Orele de lucru?
Este fericit și pasionat cu ceea ce face la muncă?
Top 7 priorități ci rocponcabilități în viată:
Top 3 priorități și responsabilități în viață:
Care sunt luptele, provocările și punctele dureroase din viața lui?

Care sunt fricile și îngrijorările clientului tău?
Ce domenii ar dori să învețe? Unde ar vrea să se perfecționeze?
Este priceput la tehnologie sau este provocat de probleme tehnice?
Ce platforme social media folosește? Cât timp pe zi?

Care sunt servicile pe care le-ar plăti?
Ce fel de conturi obișnuiește să urmărească pe social
media?
Ce fel de conținut consumă? Ascultat, citit, vizionat?
Care e felul preferat de învățare? Individual sau în grup?

Care este nivelul lui de cunoaștere în relație cu ceea ce ai tu de oferit?
Ce fel de experiență are în relație cu ceea ce oferi tu?
Caută într-un mod constant informații despre oferta ta?
Unde caută el informații cu privire la ceea ce oferi tu?

Checklist

Acum că îți cunoști clientul ideal, ține minte particularitățile ei/lui atunci când:

1.Îți faci design-ul brand-ului	
2. Alegi imaginile pentru social media.	
3. Scrii descrieri pentru postările tale.	
4. Te decizi asupra prețurilor tale.	
5. Scrii texte pentru website sau orice ofertă.	
6. Faci live-uri sau stories pe social media	
7. Scrii e-mailuri.	

Înțelege cu adevărat clientul tău ideal!

Când vine vorba de a înțelege cine e clientul tău ideal, e mai mult decât unde locuiește și care e meseria lui.

CARE ESTE PERSONALITATEA CLIENTULUI TĂU IDEAL?

Perfecționistul: Acest client este meticulos și caută mereu cea mai bună soluție pentru nevoile sale. Este atent la detalii și valorizează calitatea și profesionalismul în tot ceea ce face.

Inovatorul: Clientul ideal este un pionier în domeniul său și este mereu în căutare de soluții noi și revoluționare. Este deschis la idei inovatoare și tehnologii de vârf care îi pot îmbunătăți afacerea sau viața personală.

Comunicativul: Acest client este extrem de sociabil și comunicativ. Apreciază interacțiunile umane și caută mereu să stabilească conexiuni autentice cu ceilalți. Este dispus să asculte și să ofere feedback, fiind un partener valoros în orice colaborare.

Eco-conștientul: Clientul ideal este preocupat de impactul său asupra mediului înconjurător și caută mereu soluții și produse sustenabile. Este dispus să plătească mai mult pentru produse și servicii care respectă mediul înconjurător și valorizează practicile ecologice.

Pragmaticul: Acest client este orientat către rezultate și eficiență. Apreciind timpul și resursele, caută soluții practice și economice care să îi aducă beneficii imediate și să îi rezolve problemele cu minim de efort.

Acestea sunt doar câteva exemple de personalități ale clientului ideal. Este important să îți cunoști și să îți înțelegi publicul țintă pentru a putea oferi produse și servicii care să răspundă nevoilor și preferințelor lor.

CARE ESTE REZULTATUL DORIT? CARE E TRANSFORMAREA CARE O OFERI TU?

De multe ori, mesajele se pierd între rânduri. Claritatea mesajului tău nu e așa de puternică, pentru că uneori, în timp, aproape că ai uitat care e **misiunea ta.** Și anume, care e transformarea care o vinzi. Care este defapt rezultatul și transformarea de care clientul ideal are nevoie si cum poti tu să ajuti la asta.

Gândeste-te la această întrebare si pentru tine! Si continuă mai adânc cu:

LA CE SE GÂNDESTE? CARE E DIALOGUL INTERIOR?

Acele gânduri care le are clientul când se trezește dimineața, care e dialogul interior care îl poartă despre situația lor, despre afacerea lor sau familia lor - orice ar fi, care e talentul tău, care e magia ta cu care ajuți oamenii? Și fă legătura de acolo.

ex: Clienții care sunt pierduți în social media, nu știu ce să posteze, nu postează consecvent, se compară cu alții care au mai multe vânzări și nu știu ce fac greșit. Care ar fi soluția aici? Claritate!

Gândește-te la cât mai multe situații diferite despre cum gândește clientul tău ideal! Pune-te pe tine în situație și găsește o rezolvare.

Pentru multe afaceri, TU ești clientul tău ideal din trecut, din acest motiv ești în domeniul în care profesezi acum - ca să ajuți oameni care sunt ca tine din trecut, care erai cândva și ai reușit să îți depășești situația. La ce te gândeai tu atunci? Care erau gândurile interioare și de ce te loveai atunci? La ce visai, ce întrebări aveai atunci?

Cu cât ești mai specific și cu cât dai mai multe detalii și exemple - cu atât vei reusi să întelegi si să ai puterea asupra clientului tău ideal.

CUM SE SIMT ACUM? ACTUAL? CUM ÎȘI DORESC SĂ SE SIMTĂ?

Ce ar dori ei să simtă? Cu cât mergi mai mult în mintea clientului tău, cu atât vei știi cum să oferi rezolvarea - care ar fi noile sentimente pe care le simt după ce oferi tu transformarea?

După ce beneficiază de transformarea oferită de afacerea ta, clienții ideali își doresc să simtă o gamă variată de emoții și sentimente pozitive. Ei vor să se simtă împliniti, linistiti, inspirati, în siguranță, recunoscători și eliberati.

Atunci când interacționezi cu clienții tăi și îți oferi produsele sau serviciile, este esențial să te pui în mintea lor și să înțelegi profund ce emoții își doresc să experimenteze. Fiecare etapă a experienței lor cu afacerea ta trebuie să contribuie la inducerea acestor sentimente dorite.

Atunci când îți înțelegi profund clientul ideal și îi oferi soluții care să îi satisfacă nevoile emoționale, vei construi o relație puternică și de încredere cu aceștia, ceea ce va conduce la loialitate și recomandări pozitive.

DE CE SUNT FRUSTRAȚI?

Cu cât găsești mai multe exemple cu atât reușești să îi înțelegi mai bine (scriele acestea). Ce frustrări au, și de ce? Cum poate transformarea ta, talentul tău, ceea ce tu predai - să ia frustrarea și să o schimbe în ceva pozitiv? Cum poți să oferi un rezultat diferit?

Frustrările clienților pot fi diverse și pot fi cauzate de diferite aspecte din viața lor personală sau profesională. Este important să identifici aceste frustrări și să înțelegi motivul din spatele lor pentru a putea oferi o transformare sau o solutie eficientă.

- Frustrarea: Lipsa de timp: Mulți clienți se simt copleșiți de agitația zilnică și de lipsa timpului pentru a-și gestiona eficient activitățile și responsabilitătile.
- Transformarea: Oferind produse sau servicii care economisesc timpul clienților, cum ar fi soluții automate sau servicii de planificare și organizare, poți ajuta clienții să se simtă mai puțin stresați și mai în control asupra timpului lor.

CARE ACȚIUNI NU ÎI AJUTĂ SĂ ÎȘI ÎMPLINEASCĂ SCOPUL?

Ce fac ei zilnic și nu realizează că le oprește progresul? Sau ei cred că îi ajută - când tu știi sigur că acele acțiuni nu îi duc la îndeplinirea scopului lor.

Este important să identifici aceste aspecte și să le oferi clienților o perspectivă clară asupra modului în care aceste obiceiuri pot afecta negativ progresul lor si să le propui alternative mai eficiente.

- Perfecționismul excesiv: Unii clienți pot fi blocați în căutarea perfecțiunii și pot petrece prea mult timp și energie încercând să obțină rezultate impecabile în fiecare aspect al vieții lor, ceea ce îi poate încetini în luarea deciziilor sau în avansarea în carieră.
- Soluția: Ajută-i pe clienți să înțeleagă că uneori "perfectul" poate fi dușmanul progresului și încurajează-i să se concentreze pe obținerea rezultatelor bune, în loc să se blocheze în căutarea perfecțiunii. Îndrumă-i să stabilească priorități și să acționeze în mod decisiv în direcția obiectivelor lor.

Ca să înțelegi cum să convertești consumatorii în clienți, trebuie să ai în minte acțiuni specifice cu exemple practice. Astfel crearea ta de conținut va fi țintită exact unde tu dorești.

Acest pas este foarte important și trebuie să treci prin el o dată la câteva luni, astfel te va ajuta să nu deraiezi, si să mergi înainte tintit la clientul tău ideal!

Fiecare bucată de text pe care o creezi, fiecare postare și reel trebuie să rezoneze exact cu aceștia. Fii specific!

Cu cât îți dorești să vorbești tuturor, cu atât ajungi să vorbești nimănui! De aceea nișa ta trebuie să îți fie clară! Așa vei ajunge să vorbești unui singur client ideal cu care ai vrea să lucrezi - și de aici începe progresul!

Fixează-ți mentalitatea în jurul conținutului digital

Când vine vorba de a înțelege cine e clientul tău ideal, e mai mult decât unde locuiește și care e meseria lui.

ÎȚI TORNI INIMA ȘI SUFLETUL ÎN CONȚINUTUL TĂU?

De multe ori, dăm scroll și verificăm ceea ce competiția a postat, și reformulăm mesajul și îl postăm ca al nostru. Deși cercetarea pieței este un element important, ca să vezi ceea ce se mai discută, subiectele atinse, a copia continutul altei persoane NU este cu sigurantă varianta potrivită.

Pentru ca tu să te evidențiezi în calitate de autoritate, să fii văzut ca model de urmat, un exemplu, trebuie să vină totul de la tine, să blochezi exteriorul: să pui inimă - pentru că la urma urmei, e munca ta, experiența ta, opiniile tale, ceea ce tu crezi - și asta îi va da un plus mare conținutului tău, oamenii vor vedea autenticitatea ta.

CREZI CĂ ESTI SINGURA OPTIUNE PENTRU CLIENTUL TĂU?

Mulți oameni se confruntă cu îndoiala de sine, cu lipsa de încredere în ei. Cum reușești să depășești aceste sentimente prin crearea conținutului tău? Când creezi conținut trebuie să ai pasiune, un scop bine definit și sentimentul că acea bucată de text este una dintre cele mai bune de până acum. Și asta reiese din faptul că tu servești, dai valoare, și te gândești întodeauna la cum poți să fii mai valoros și să servești mai bine audiența ta.

Oamenii greșesc atunci când mentalitatea lor în jurul conținutului este aceea de a SPERA că POATE conținutul lor le va aduce vânzari. Și atunci trebuie să ne uităm dintr-un unghi foarte diferit: TOT ceea ce postăm să dea VALOARE! Aceasta să fie intenția: de a servi audiența, de a împărtăși cunoștințele tale!

Și peste tot auzim același lucru ce trebuie să îl punem în practică: VALOARE!

ÎȚI PERMIȚI SĂ FII COMPLET ÎN ZONA TA DE GENIU?

Mindsetul trebuie să fie: "CHIAR DACĂ oamenii nu vor cumpăra niciodată de la mine, această bucată de content (text, mesaj, email, etc) poate să ii schimbe!" Atunci când vei crede ca ești singura opțiune pentru clientul tău, ești în zona ta de geniu și ai ce să oferi.

Nu te compari, nu copiezi, ci ceea ce vine din inima și sufletul tău reflectă conținutul care inspiră autenticitate, autoritate și care servește prin valoare și educare. Astfel, vânzarile tale vor crește! Pentru că vine dintr-un loc autentic, pentru că vei conduce și îti vei servi audienta!

Atunci când știi că tu ești singura opțiune și crezi că îți poți ajuta cu adevărat audiența, conținutul tău va fi mult mai puternic pentru că va rezona cu ei și îți va aduce vânzări.

FOLOSEȘTI TOATE TIPURILE DE CONȚINUT ÎN MOD CONSTANT?

Sunt mulți oameni care postează doar content educațional. Acesta are un rol foarte important în strategia de conținut. Dar nu poate fi singurul în strategia ta. Ai nevoie de conținut care inspiră, care activează oamenii, care să îi conștientizeze de o problemă care nici nu știu că o au. Storytelling-ul construiește încredere și conectează .

Atunci care e imaginea de ansamblu și strategia potrivită? Mixez felul de conținut ca să completez ciclu de la vizualizare la vânzare?

SIMȚI CĂ A CREA CONȚINUT E O SARCINĂ OBLIGATORIE DIN LISTA TA? O CORVOADĂ?

Dacă faci rapid un video unei păduri și pui un text peste, în speranța că vei avea rezulate ... nu va funcționa pe termen lung. Când crearea de conținut vine dintro sarcină pe listă: trebuie să postez ceva online, nu va funcționa. Aceasta trebuie să fie distractivă și autentică.

Căt de minunat este că reușim să construim afaceri cu mai multe zerouri din crearea de conținut? Această metodă e o revoluție pentru bunicii noștri, și ei chiar nu înteleg că avem afaceri prin creearea de reels-uri, prin filmarea de video-uri pe social media și acestea chiar pot să ne aducă un venit.

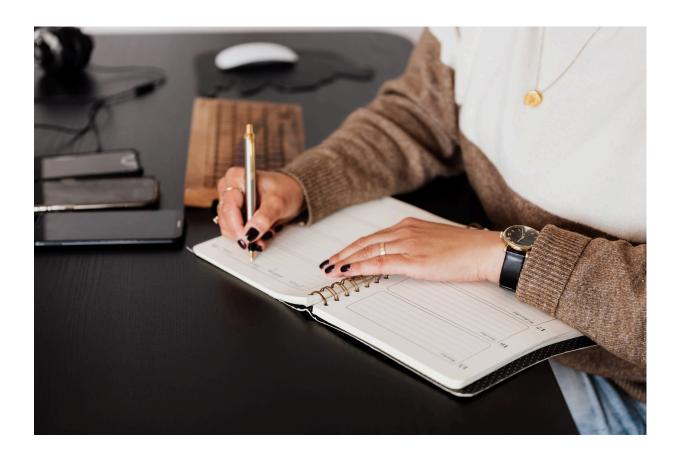
Așa că dacă simți că e o corvoadă să creezi conținut, amintește-ți că acesta trebuie să fie distractiv, să vină dintr-un mindset fericit!

OFERI O IMAGINE DE ANSAMBLU CLIENTULUI TĂU?

Nu în cele din urmă, oferi o imagine și o viziune mai mare clientului tău? Hai să construim împreună ceva gigant, hai să le arătăm oamenilor cum se face, să fim 1% din cei 1%!

Reușeși să vinzi un vis real? Să aibă afacerea, banii, timpul liber și libertatea? să ai totul?!

Vreau să te gândești care e viziunea care o oferi clientului tău - și asta să curgă în conținutul tău.



Stăpânește ciclul de la vizualizare la vânzare

Trebuie să înveți să devii un expert din a transforma potențialii clienți - în clienți, iar asta se face printr-un ciclu, deoarece tu ar trebui să îți dorești să faci vânzări la aceași clienți ai tăi. Aceștia ar trebui să știe de ce ar vrea să investească în continuare, pentru că tu vinzi transfomarea!

CUM ÎMPACI SI LOGICA SI EMOTIA?

Sunt oameni care au nevoie să știe clar când, cine, ce și cum, dar alții vor să cunoască transformarea nu dintr-un loc al logicii, ci din spectrul emoțional.

Stăpânind această conversie dintre vizualizare și vânzare, trebuie să vorbești oricărui tip de cumpărător, oriunde ar fi în călătoria sa.

lată cum poți aborda această conversie între vizualizare și vânzare pentru a comunica cu diferite tipuri de cumpărători:

- 1. Comunicare clară și detaliată: Pentru cei care au nevoie de claritate și informații precise, furnizează detalii specifice despre produsele sau serviciile tale, oferind răspunsuri la întrebările lor despre cine, ce, când și cum. Asigură-te că mesajul tău este concis și usor de înțeles.
- **2. Povești și emoție**: Pentru cei care răspund mai bine la emoție și povestire, folosește povești și exemple care să provoace sentimente și să creeze conexiuni emoționale. Arată-le cum produsul sau serviciul tău poate transforma viețile oamenilor și le poate rezolva problemele într-un mod autentic și inspirațional.
- **3. Personalizare și empatie:** Indiferent de tipul de cumpărător, este esențial să fii atent la nevoile și preocupările lor individuale. Abordează-le cu empatie și înțelegere, demonstrând că îți pasă de experiența lor și că ești acolo pentru a-i ajuta să își atingă obiectivele.
- **4. Flexibilitate și adaptabilitate:** Fiecare cumpărător are propriul său drum și preferințe în ceea ce privește procesul de cumpărare. Fii pregătit să te adaptezi diferitelor stiluri de comunicare și să personalizezi mesajele și strategiile tale în funcție de nevoile și preferințele fiecărui cumpărător.

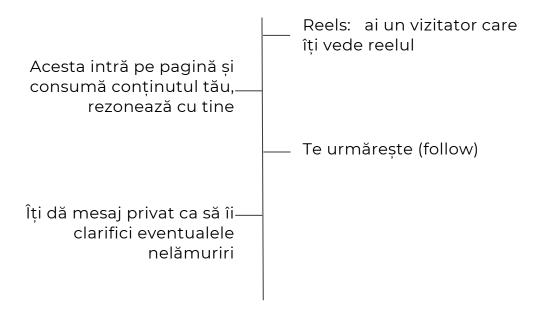
FOLOSEȘTI FORMATE DE CONȚINUT DIFERITE PENTRU REZULTATE MAXIME?

Știi cum să aduci noi urmăritori, care sâ îi transformi în vizibilitate, și cum să folosesti diferitele formate de conținut ca să maximezi rezultatele?

REELS - sunt pentru vizibilitate

CARUSELURI - sunt pentru creșterea audienței, pentru storytelling și pentru pozitionarea ca expert în domeniu, ca autoritate.

Doar înțelegând cei patru pași ai ciclului "de la vizualizare la vânzare" te va face să câștigi vizibilitate nouă constant și continuu.



Stăpânind acest ciclu, reuești să faci un *Flow,* un flux continuu, care poate să se traducă prin: "ok - dacă folosesc acest tip de reel, voi reuși să am mai multe vizualizări, să îmi ofere vizibilitate" și clienții vin pe profilul tău, dar ca să îi facă să cumpere, au nevoie de mai mult, iar pasul următor este să îi activezi, să îi inspiri oferindu-le viziunea și transformarea pe care o doresc!

Stâpânind transformarea din vizualizări în potențiali clienți - te poziționează ca singura opțiune, singurul răspuns. Acei clienți care vin pe profilul tău, nu mai sunt interesați să lucreze cu altcineva decât cu tine, pentru că rezonează cu tine și povestea ta, mesajele tale se conectează toate. Reușești să inspiri, să îi ajuți, să motivezi și să îi ajuți să vadă imaginea de ansamblu, și rezultatul la toate aceste căsute bifate este că TU ESTI RĂSPUNSUL!

Vreau să îți închizi ochii pentru un minut și să îți imaginezi o lume în care să creezi conținut este ușor, ești entuziasmat să postezi pentru că știi exact ce trebuie să scrii ca să aduci clienții tăi ideali și vânzări constante. Imaginează-ți plină căsuța de mesaje cu confirmări de vânzări. Clienții care îți cer link-ul produsului din magazinul tău, în schimbul a "o să mă mai gândesc la asta". Fără sentimente de frustrare. Un plan clar și concis. O strategie clară!

Pentru că dacă ai înțeles cei trei pași și îi aplici, vei avea acest rezultat. O lume unde creația de conținut e distractivă și tu știi cu încredere că acest procest aduce vânzări

- 1.Înțelege cu adevărat clientul tău ideal
- 2. Fixează-ți mentalitatea în jurul conținutului
- 3. Stăpânește ciclul de la vizualizare la vânzare

Cu toții începem ca începători... Dar important e că AM ÎNCEPUT!

În creația de conținut care vinde:

- trebuie să ai o strategie potrivită
- trebuie să lucrezi mai mult

Dar ești aici, și citești asta! Ai făcut primul pas. Conținutul pe social media poate să îți schimbe afacerea într-un mod radical! Să ai impact, vânzări și vizualizări: trebuie să fii curajos si să începi!

Conținutul este fără îndoială cea mai bună cale să ai vânzări constante și să îți crești afacerea! Crearea de reels fără strategie, doar în speranța că poate vei deveni viral - nu e suficient. Mai multe vizualizări nu înseamnă mai multe vânzări dacă nu reusesti să faci cea mai importantă CONVERSIE!

Aici intervin caruselele, care oferă autoritate și te poziționează ca expert în domeniu, dar și unde reușești să îți îngrijești audiența prin povestea ta de succes.

Si trebuie să le împletești acestea două ca un expert!

MAI MULTE DESPRE CARUSELE

Caruselele Instagram sunt un instrument puternic pentru crearea și distribuirea de conținut captivant și angajant. Integrează-le în strategia ta de conținut pentru a-ți dezvolta brandul, a crește implicarea audienței și a genera mai multe oportunități de interacțiune și conversie.

Narativitate captivantă: Caruselele permit să spui povești mai complexe și mai bogate în detalii. Poți să creezi un arc narativ care să atragă atenția și să mențină interesul publicului tău pe parcursul mai multor slide-uri.

Diversitate și creativitate: Ai libertatea de a experimenta cu diferite formate de conținut în cadrul aceluiași carusel, inclusiv imagini, videoclipuri, grafice și texte.

Creșterea implicării: Caruselele generează adesea un nivel mai mare de implicare și interacțiune din partea publicului decât postările individuale. Fie că este vorba despre glisarea înainte pentru a vedea mai mult conținut sau despre comentarii și distribuiri, caruselele pot stimula angajamentul și interactiunea.

Organizare și structurare: Pentru conținutul mai lung sau mai complex, caruselele oferă o modalitate eficientă de organizare și structurare a informațiilor. Poți să împarți subiectele în slide-uri separate, facilitând înțelegerea și asimilarea conținutului de către audiență.

Promovare și vânzare: Caruselele pot fi folosite pentru a promova produse sau servicii într-un mod mai detaliat și mai convingător. Poți să împărtășești avantajele și caracteristicile, să prezinți studii de caz sau să oferi ghiduri pascu-pas pentru utilizarea produselor.



Mulțumesc că ai ajuns până la final, și sper că vei pune în practică cele învățate aici. Dacă aceste noțiuni rămân la stadiul de teorie și nu dai tot ce poți pentru a înțelege cu adevărat clientul tău ideal, să nu te miri că rezultatele sunt anevoioase și ajungi greu la ele.

Mult succes în ducerea afacerii tale la următorul nivel!



PLR Licența

- Vânzătorul îți acordă ție, cumpărătorului, dreptul de a modifica, distribui și vinde produsul finit ca fiind al tău.
- Cumpărătorul este de acord să nu revândă șablonul original (trebuie să fie editat).
- Editarea obligatorie consta in schimbarea imaginilor, mai ales imaginea coperții
- Cumpărătorul este de acord să nu revendice dreptul de proprietate asupra produsului original sau să folosească marca vânzătorului în versiunea lor modificată.
- Cumpărătorul este responsabil să se asigure că clienții lor înțeleg termenii licenței PLR și sunt de acord cu aceștia.
- Vânzătorul nu este responsabil pentru niciun prejudiciu rezultat din utilizarea produsului de către cumpărător sau clienții lor.
- Acest acord este obligatoriu pentru ambele părți și nu poate fi modificat fără consimțământul scris al ambelor părți.
- Vânzătorul nu garantează nicio revendicare de venit, deoarece acest lucru depinde exclusiv de eforturile cumpărătorului.
- Preţul minim obligatoriu a acestui produs este de 11€ vândut singur [SE ACCEPTĂ SCADEREA PREŢULUI PENTRU PROMOŢII SAU LANSARE (poţi scade cu <MAXIM 4 € > deci să-l vinzi pentru 7 €)]

