

# GRUPA DOCELOWA, A NISZA

---

Aldona Danielska

Zeszyt ćwiczeń



## GRUPA DOCELOWA, A NISZA

Jednym z najważniejszych kroków na drodze do sukcesu w MLM jest precyzyjne zdefiniowanie, do kogo kierujesz swoje produkty i ofertę współpracy. Aby skutecznie dotrzeć do odpowiednich osób, musisz dokładnie poznać swoją grupę docelową oraz stworzyć tzw. personę – szczegółowy profil idealnego klienta lub partnera biznesowego.

Dlaczego to takie ważne? Kiedy wiesz, do kogo dokładnie kierujesz swoje działania, możesz lepiej dopasować swoją ofertę, komunikację i strategię sprzedaży. Zamiast próbować sprzedawać wszystkim, skupisz się na tych osobach, które najbardziej potrzebują Twoich produktów i będą najchętniej z Tobą współpracować. To oszczędzi Ci czas i energię, a jednocześnie przyniesie lepsze rezultaty.

W tym zeszycie ćwiczeń przeprowadzimy Cię krok po kroku przez proces określania grupy docelowej i tworzenia niszy. Zaczniemy od kilku pytań, które pomogą Ci lepiej zrozumieć, kim są Twoi idealni klienci i partnerzy.

Zachęcam Cię do poświęcenia czasu na dokładne odpowiedzenie na każde pytanie. Im lepiej zrozumiesz swoją grupę docelową i personę, tym bardziej skuteczne będą Twoje działania w MLM. Pamiętaj, że ta inwestycja w analizę i planowanie zwróci się w postaci większej sprzedaży i silniejszych relacji z klientami oraz partnerami.

Powodzenia!

*Aldona Danielska*

## GRUPA DOCELOWA, A NISZA

Twoja komunikacja marketingowa powinna opierać się na zrozumieniu sytuacji potencjalnego partnera biznesowego. Najczęstszym błędem ludzi działających w MLM jest to, że skupiają się oni w swoim przekazie na nich samych: ich propozycji, ich produkcie, tym, jacy są wspaniali i jak wiele potrafią. Czyli: „Kup ode mnie, bo jestem wspaniały”. Ja. Ja. Ja. Zamiast na kliencie i jego perspektywie oraz na jego problemie. „Kup, bo rozumiem Twój problem i dokładnie wiem, jak Ci pomóc – bo skutecznie robię to dla osób takich jak Ty”.

Jeśli Ty także masz wyzwanie z pracą, zarabianiem, dołącz do mojego zespołu, nauczę Cię, jak zarabiać, nie wychodząc z domu. Mów językiem klienta i mów o jego potrzebach oraz jego problemie. Twój marketing stanie się ostrym niczym nóż i skuteczny niczym gole Ronaldo! Gdy pokażesz klientowi, że dogłębnie rozumiesz jego problem i opiszesz go, czasem nawet lepiej niż on sam, Twój przekaz będzie niesamowicie perswazyjny! A klient ogromnie zainteresowany! Wejdź na chwilę w buty swojego klienta. Wyobraź sobie życie jego oczami... Jak to jest mieć ten problem?

### CZYM RÓŻNI SIĘ GRUPA DOCELOWA OD NISZY?

Wyobraź sobie, że zajmujesz się network marketingiem i sprzedajesz suplementy diety oraz kosmetyki, jak również model biznesowy. Twoim zadaniem jest znaleźć osoby, które będą chciały je kupić lub współpracować z Tobą w rozwijaniu tego biznesu lub sprzedaży tych produktów.

#### Grupa docelowa

To wszyscy ludzie, którzy mogą być w jakikolwiek sposób zainteresowani tym, co oferujesz. To jak mówić: "Hej, sprzedaję suplementy i kosmetyki, kto jest zainteresowany?"

Przykład: Mogą to być osoby w wieku 25-55 lat, które dbają o zdrowie,

szukają sposobów na dodatkowy zarobek lub chcą wyglądać i czuć się lepiej. To jest szeroka grupa ludzi.

## Nisza

Nisza to znacznie węższa grupa, która ma bardzo konkretne potrzeby lub problemy, które Twoje produkty mogą rozwiązać. To jak mówić: "Hej, mam coś idealnego właśnie dla Ciebie!"

Przykład: Zamiast mówić do wszystkich, wybierasz np. młode mamy, które chcą pracować z domu i jednocześnie dbać o swoje zdrowie. Skupiasz się na osobach, które potrzebują elastycznej pracy, ale też zależy im na zdrowiu swoim i swojej rodziny. Dzięki temu możesz lepiej dopasować swoją ofertę i przekonać te osoby, że Twoje produkty są dla nich idealne.

## Podsumowanie:

- Grupa docelowa to szeroki krąg osób, które mogą być zainteresowane Twoją ofertą (np. wszyscy, którzy dbają o zdrowie).
- Nisza to mniejsza, bardziej konkretna grupa ludzi, którzy mają specyficzne potrzeby (np. młode mamy, które chcą zarabiać z domu i dbać o zdrowie).

Skupiając się na niszy, masz większe szanse na skuteczną sprzedaż, bo oferujesz coś, co dokładnie odpowiada potrzebom tych osób.

Skupiając się na niszy, oferujesz produkt, który jest bardziej trafiony dla tej grupy ludzi, budujesz zaufanie, masz mniej konkurencji i tworzysz silniejsze relacje z klientami. Wszystko to zwiększa Twoje szanse na sukces w sprzedaży i budowaniu zespołu w branży MLM.

**WYOBRAŹ SOBIE TERAZ TĄ JEDNĄ OSOBĘ, DO KTÓREJ CHCESZ DOTRZEĆ ZE SWOIM PRZEKAZEM - MOŻE JEST TO ZNAJOMA, OSOBA Z RODZINY, LUB TWÓJ WYMARZONY PARTNER BIZNESOWY.**

## ĆWICZENIE - PRODUKT MODEL BIZNESOWY (SPOSÓB NA ZARABIANIE PIENIĘDZY)

- 
- This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting or typing. There are no margins, text, or other markings on the page.



## ĆWICZENIE - PRODUKT MODEL BIZNESOWY (SPOSÓB NA ZARABIANIE PIENIĘDZY)

1. Jakie osoby **najczęściej** dołączają do Twojego zespołu lub Twojej firmy i chcą działać biznesowo? (np. mamy na macierzyńskim, które nie chcą wracać do pracy, osoby pracujące w korporacjach, które doświadczyły szklanego sufitu, osoby na emigracji, które marzą o powrocie do kraju).
2. Rozwiązania jakich problemów szukają te osoby?

[illegible]





## ĆWICZENIE - PRODUKT MODEL BIZNESOWY (SPOSÓB NA ZARABIANIE PIENIĘDZY)

1. Z którą z tych grup najbardziej się utożsamiasz? Problemy której grupy są Ci najbliższe?

2. O rozwiązaniu problemów której z tych grup mógłbyś/ abyś mówić bez oporów? Dlaczego?

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines, typical of primary school writing paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

## NISZA BIZNESOWA - OSOBY, SZUKAJĄCE ZMIANY ZAWODOWEJ LUB FINANSOWEJ

To kobieta czy mężczyzna? .....

Nadaj jej/jemu imię.....

Ile ma lat?.....

Stan cywilny? .....

Czy ma dzieci? W jakim wieku? .....

Jakie ma wykształcenie?.....

Czym zajmuje się zawodowo? Prowadzi biznes czy pracuje na etacie? A może jest nieaktywna zawodowo?

.....  
.....

Czy lubi to, co robi? Czy spełnia się w tym, czym się zajmuje? Dlaczego?

.....  
.....  
.....

Co chciałby/ aby zmienić, ulepszyć, poprawić w życiu zawodowym?

.....  
.....  
.....  
.....

**Jakie ma PROBLEMY (wyzwania) w swoim życiu prywatnym i zawodowym, które chce rozwiązać? Co jest jego/jej największą potrzebą i bolączką?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Co go/ją frustruje i denerwuje?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Czym się martwi? Czego się boi?**

.....

.....

.....

.....

.....

**Czego najbardziej pragnie, o czym marzy?**

.....

.....

.....

.....

.....

**Czego najbardziej potrzebuje?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Co lubi robić w wolnym czasie?**

---

---

---

---

---

**Na co brakuje jej czasu?**

---

---

---

---

---

**Gdzie przebywa online? W jakich mediach? Czego tam szuka?**

**Do jakich grup na FB należy? Jakiego obserwuje online i dlaczego? Kto albo co jego/ ją inspiruje?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**ĆWICZENIE - PRODUKT (GRUPA PRODUKTÓW) KTÓRY MA W OFERCIE TWOJA FIRMA**

- [illegible]



**ĆWICZENIE - PRODUKT (GRUPA PRODUKTÓW) KTÓRY MA W OFERCIE TWOJA FIRMA**

- 
- This image shows a full page of white space with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings present.





**ĆWICZENIE - PRODUKT (GRUPA PRODUKTÓW) KTÓRY MA W OFERCIE TWOJA FIRMA**

1. Kim są osoby, które najczęściej kupują te produkty? (np. kobiety po ciąży, kobiety 40+ które w końcu postanowiły zadbać o siebie)
2. Które problemy z którymi borykają się te osoby są Ci najbliższe? O rozwiązaniu których problemów mógłbyś/ abys mówić bez oporów? Dlaczego?

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines, typical of primary school writing paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



**NISZA PRODUKTOWA - OSOBY, SZUKAJĄCE ZMIANY ZWIĄZANEJ Z WYGLĄDEM,  
SAMOPOCZUCIEM, ROZWIĄZANIEM PROBLEMÓW NA KTÓRE MASZ ODPOWIEDŹ  
W ZASTOSOWANIU PRODUKTU.**

**To kobieta czy mężczyzna?**.....

**Nadaj jej/jemu imię**.....

**Ile ma lat?**.....

**Stan cywilny?** .....

**Czy ma dzieci? W jakim wieku?** .....

**Czym zajmuje się zawodowo? Prowadzi biznes czy pracuje na etacie?**

.....

.....

**Jakie ma PROBLEMY (wyzwania) i PRZESZKODY na które odpowiedzią jest Twój produkt?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Co jest jej/ jego największą bolączką?**

---

---

---

---

**Co go/ją frustruje i denerwuje?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Czym się martwi? Czego się boi?**

---

---

---

---

---

---

**Jak się z tym czuje?**

---

---

---

---

---

**Czego najbardziej pragnie, o czym marzy?**

---

---

---

---

---

**Czego najbardziej potrzebuje?**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Co chciałaby/ powinna robić, ale tego nie robi?**

---

---

---

---

---

**Gdzie przebywa online? W jakich mediach? Czego tam szuka?  
Do jakich grup na FB należy? Jakie osoby obserwuje online i dlaczego? Kto albo  
co jego/ ją inspiruje?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# ZOSTAŃMY W KONTAKCIE



@AldonaDanielskaLiderMultilevel



@aldona.danielska