**Business Anamnesi**linee guida per creare il tuo marketing avatar

breve frase

OVERVIEW GROUP

# Introduzione

### Business Anamnesi è questionario strategico che abbiamo progettato per:

### Conoscere chi sei, la tua esperienza e chi hai aiutato

### Conoscere la tua Azienda, il tuo mercato, i target da raggiungere e le attività di marketing finora adottate, in maniera approfondita

### Estrarre informazioni di valore, dotandoci degli strumenti strategici utili a creare tutti gli elementi strategici di marketing per il tuo progetto

### Analizzare le macro aree della tua azienda dal punto di vista di brand, prodotto, mercato, media, offerta, pubblico e clienti.

### Renderci autonomi nella stesura dei testi per adv, landing pages, sito e tutti gli altri supporti al marketing che adotteremo nella tua strategia

### Capire le potenzialità del tuo business e avere gli elementi per discutere col nostro team durante la strategic session

# 

# 

# Istruzioni per la compilazione

Prima di procedere nella compilazione di questo Materiale Operativo assicurati di aver letto e compreso le Istruzioni per la Compilazione.

1. Il Materiale Operativo va compilato in ogni sua parte, senza tralasciare nessuna domanda e seguendo gli step nel loro ordine.
2. Le domande del materiale operativo sono in grassetto, mentre dovrai inserire nell’apposito riquadro nero le risposte.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

In verde chiaro sono degli esempi per aiutarti a comprendere meglio come rispondere.

1. Una volta completato, il materiale operativo verrà revisionato dal team interno.
2. Le parti revisionate da modificare saranno evidenziate in giallo chiaro e le indicazioni per la modifica saranno visibili nei commenti al lato in corrispondenza della sottolineatura.
3. Nel momento in cui andrai a modificare quella singola parte, NON ELIMINARE IL COMMENTO e NON MODIFICARE IL TESTO ORIGINALE, ma semplicemente riscrivi quella parte di testo immediatamente sotto la parte originale utilizzando il colore rosso.

Esempio

Testo Originale non approvato

Nuovo testo modificato dopo la revisione

1. Nel momento in cui la parte revisionata e modificata viene approvata il commento verrà eliminato dal team interno.
2. Quando un materiale operativo viene approvato nella sua totalità, il titolo del materiale operativo presenterà un commento in cui viene scritto che è stato approvato.

# Chi sei

**1) PRESENTATI:**

Presenta te stesso. Raccontaci chi sei!

Esempio:

Sono Mario Rossi, ho 39 anni ed abito in Italia. Attualmente lavoro nel campo dell’informatica e telefonia, i quali sono anche i miei hobby. Oltre a questo, mi piace molto il calcio, ci gioco da 33 anni ed attualmente gioco in una squadra di amatori.

|  |
| --- |
|  |

**2) ESPERIENZA:**

Quanti anni di esperienza hai nel tuo campo? Che traguardi personali hai raggiunto?

Esempio:

Sono nel campo dell’informatica da circa otto anni. Ho fatto diverse scuole che mi hanno permesso di cresce personalmente. Circa 2 anni fa ho preso un diploma.

|  |
| --- |
|  |

**3) TESTIMONIANZE:**

Sei riuscito ad aiutare qualcuno? Se sì, che traguardi gli hai fatto raggiungere?

Esempio:

Ho aiutato diverse persone a raggiungere la libertà finanziaria. Grazie al mio percorso, Antonio è riuscito a guadagnare 10'000€ solo il primo mese.

|  |
| --- |
|  |

# Azienda

**1) ELEVATOR PITCH:**  
Presenta la tua azienda in modo conciso. Devi metterci al massimo 30 secondi. Fai finta di essere in ascensore, hai pochi piani per finire!  
Esempio:  
Abbiamo creato la prima linea di skincare Made in Italy, dedicata alle donne che fanno attività fisica. Formule esclusive: naturali, vegan e Cruelty free, per :  
- prevenire e riparare i danni causati dall’allenamento  
- accelerare il raggiungimento dei “body goals”   
- migliorare l’aspetto della pelle giorno dopo giorno.   
Il nostro punto di forza? Grazie a Instagram, abbiamo creato una solida fan/client base 100% organica, con un buon engagement e ottimi tassi di conversione e riacquisto.

|  |
| --- |
|  |

**2) LA MISSION DELLA TUA AZIENDA:**  
Qual è il motivo per cui la tua azienda esiste? Cosa la contraddistingue da tutte le altre.

Esempio:  
Aiutare le persone a risparmiare le tasse

|  |
| --- |
|  |

**3) LA VISION DELLA TUA AZIENDA:**  
Qual quali sono i tuoi obiettivi di medio/lungo periodo  
Esempio:  
Diventare “NIKE” dell’Active Beauty

|  |
| --- |
|  |

**4) BRAND POSITIONING STATEMENT:**  
Definisci i vantaggi concreti che un Cliente può avere se si rivolge alla tua azienda. Elenca le ragioni del perché sei credibile nel tuo mercato.  
  
Esempio:  
Vegan, clean, cruelty-free skincare to support Fitness/Sports Lovers, motivate them and protect their unique beauty. We believe in Fitness as a means to break free from society-imposed roles and stereotypes, gaining self-confidence and strength for life. Il nostro mantra = Keep moving, be bold: wonderful things are going to happen.

|  |
| --- |
|  |

**5) CHI SONO I TUOI PUNTI DI RIFERIMENTO E LE TUE FONTI DI ISPIRAZIONE NEL TUO SETTORE?**

|  |
| --- |
|  |

**6) CHI SONO I TUOI PRINCIPALI COMPETITOR?**

|  |
| --- |
|  |

Mercato di riferimento

**1) CHI SONO I GRANDI UTILIZZATORI DEL TUO PRODOTTO/SERVIZIO? SEI NELLA SITUAZIONE IN CUI IL 20% DEI CLIENTI GENERA L’80% DEL TUO FATTURATO?**

|  |
| --- |
|  |

**2) ANALIZZANDO IL PROCESSO DI SCELTA DEL TUO PRODOTTO/SERVIZIO, CHI INFLUENZA L’ACQUISTO?:**  
Indica quelli che ritieni essere i decisori nel macrosistema dei tuoi potenziali clienti  
  
Esempio:  
familiari, direttori marketing, direttore vendite ecc.

|  |
| --- |
|  |

**3) QUALI SONO I FATTORI SOCIO-DEMOGRAFICI PRINCIPALI DEL TUO MERCATO OBIETTIVO?**Indica se età, sesso, livello di istruzione o reddito influiscono nel percorso di acquisto del tuo cliente spiegandoci come  
  
Esempio:  
il mio prodotto si rivolge a una fascia di età di quarantenni in carriera con un reddito elevato a causa del prezzo

|  |
| --- |
|  |

**4) QUALI SONO I PRINCIPALI TIMORI E LE OBIEZIONI DEI TUOI POTENZIALI CLIENTI IN FASE DI ACQUISTO O IN GENERALE RISPETTO AL TUO PRODOTTO/SERVIZIO? COME RISPONDI A TALI OBIEZIONI?**

|  |
| --- |
|  |

**5) IL TUO CLIENTE POTENZIALE, TRAMITE IL TUO PRODOTTO PUO’ SCONFIGGERE QUALCHE “NEMICO”? COME IL TUO PRODOTTO PUO’ AIUTARLI A SCONFIGGERLO?:**  
Indicaci i principali timori, bisogni insoddisfatti, mancanza di successo che il tuo cliente subisce per il motivo che non si è dotato del tuo prodotto/servizio

|  |
| --- |
|  |

**6) QUALI SONO I PREGIUDIZI PIÙ’ GRANDI LEGATI AL TUO PRODOTTO O SERVIZIO?**  
Scrivine tutto quello che ritieni pertinente anche dal punto di vista emotivo del tuo cliente.

|  |
| --- |
|  |

**6B) QUALI SONO GLI ELEMENTI MOTIVATORI CHE POTREBBERO PORTARE A SUPERARE TALI PREGIUDIZI E CHE SIANO IN GRADO DI GENERARE:**

|  |  |
| --- | --- |
| **RICONOSCIMENTO E ATTESTAZIONE** | Inserisci qui la tua risposta |
| **RILASSAMENTO** | Inserisci qui la tua risposta |
| **SOLLIEVO** | Inserisci qui la tua risposta |
| **REMUNERAZIONE** | Inserisci qui la tua risposta |
| **RISULTATI** | Inserisci qui la tua risposta |
| **RIVALSA** | Inserisci qui la tua risposta |

**NB: Scrivi tutto quello che ritieni pertinente anche dal punto di vista emotivo del tuo cliente.**

**7) QUALI SONO I MERCATI O LE NICCHIE DI MERCATO NON ANCORA SFRUTTATE?**  
Indica se esistono dei mercati in cui vorresti ampliarti?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**8) QUALI SONO LE PAROLE, I MODI DI DIRE O LE FRASI COLORITE CHE SI USANO NEL TUO MERCATO?**  
Esiste uno slang legato al tuo prodotto o servizio?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**9) SE DOVESSI CONSIGLIARE DEI LIBRI O DEI CORSI PER APPROFONDIRE LA CONOSCENZA DEL TUO PRODOTTO O SERVIZIO, O DEL TUO MERCATO, QUALI SAREBBERO?:**  
Indicaci degli strumenti formativi che ritieni validi sul tuo prodotto/servizio, e se non li hai acquistati fallo!

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**10) QUALI SONO GLI ARTICOLI ONLINE MIGLIORI SUL TUO PRODOTTO/SERVIZIO O MERCATO?**  
Indica i siti che ne parlano

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**11) QUALI SONO LE PAROLE CHIAVE CHE USERESTI SU UN MOTORE DI RICERCA PER TROVARE CONTENUTI PERTINENTI COL TUO BUSINESS?**  
Scrivine almeno 10

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

# Conosci i tuoi Clienti?

**1) QUANTO VALE UN TUO CLIENTE?**  
Considera valore dell’acquisto medio, numero di acquisti su base mensile e annuale, e se il tuo cliente è in grado di generare un passaparola che ti porta ulteriore fatturato

Esempio:   
Ristorante  
  
Scontrino Medio 40 €   
Numero di persone che vengono col cliente 3   
Numero di volte che un cliente viene a cena in un mese 3  
Alcuni ospiti del cliente torneranno a loro volta con altri amici o con il partner   
(ipotizziamo che un solo ospite del cliente A (1 persona) venga 1 volta al mese con un amico)  
  
> In questo scenario un nuovo cliente vale 480€ al mese + l’indotto di 80€ generato da ciascun cliente che venga al ristorante col proprio partner

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**2) QUAL È LA PRINCIPALE MOTIVAZIONE DI RIMBORSO/RESO/INSODDISFAZIONE DA PARTE DEL TUO CLIENTE**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**3) QUANTI CLIENTI EFFETTUANO ACQUISTI RICORRENTI E CON QUALE FREQUENZA?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**4) QUALI PRODOTTI O SERVIZI CONTINUATIVI POTREBBERO INTERESSARE I TUOI CLIENTI?**  
Esempio:  
Customer care h24.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**5) COS’HANNO IN COMUNE I TUOI CLIENTI MIGLIORI?**Dal punto di vista demografico(età sesso ecc.), psicografico (reddito, residenza, inclinazione politica), emozionale (speranze, sogni, paure, dolore)

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**6) SE NON HAI TALI INFORMAZIONI, COME PUOI OTTENERLE?**Sondaggio o Ipotesi in base alle tue conoscenze ecc.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**7) QUALI SONO I PROBLEMI CHIAVE CHE ASSILLANO I TUOI CLIENTI O I LORO BISOGNI?**Rispondi come se fossi un tuo cliente, in relazione al tuo prodotto o servizio   
   
Se solo potessi … non avere più mal di schiena   
Se solo potessi … pagare meno tasse   
Se solo potessi … trovare uno studio di tatuaggi che mi guidasse nella scelta dello stile migliore

|  |  |
| --- | --- |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |

**7B) QUALI SONO I MOTIVI PER CUI NON RIESCONO A RISOLVERE TALI PROBLEMI O BISOGNI?**Rispondi come se fossi un tuo cliente

|  |  |
| --- | --- |
| Problema Cliente | Ma non riesco perchè: |
| Se solo potessi |  |
| Se solo potessi acquistare quella casa | Non posso acquistare quella casa perchè ho solo il 20 percento dell’importo |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta |

**7C) SFIDE ASSOCIATE: COME RISOLVERESTI TALI PROBLEMI CHIAVE CHE ASSILLANO I TUOI CLIENTI O I LORO BISOGNI? QUALI RITIENI SIANO PROBLEMI IMMAGINARI? QUALI LE OBIEZIONI**Rispondi cosa dovresti fare   
   
Se solo potessi … non avere più mal di schiena > Con la nostra crema puoi  
Se solo potessi … pagare meno tasse > Col nostro programma di consulenza ...  
Se solo potessi … trovare uno studio di tatuaggi che mi guidasse nella scelta dello stile migliore > Il nostro studio ha 5 tatuatori (uno per stile) e il nostro staff ti guiderà verso la migliore interpretazione del soggetto che vuoi tatuare

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ma non riesco perchè | Soluzione proposta | Non è un vero problema |
|  |  |  |
| Non posso acquistare quella casa perchè ho solo il 20 percento dell’importo |  | Non è un vero problema perchè col nostro prodotto finanziario puoi avere il mutuo dell’85% della cifra che ti serve |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta | Inserisci qui la tua risposta |
| Se solo potessi | Inserisci qui la tua risposta | Inserisci qui la tua risposta |

**8) LA TRASFORMAZIONE DEFINITIVA: DESCRIVI COME DIVENTERANNO I TUOI CLIENTI DOTANDOSI DEL TUO PRODOTTO O SERVIZIO.**Devi far percepire lo scenario che si delineerà facendoglielo: Vedere, Sentire, Toccare, Gustare, Sperimentare, Annusare. Porta il tuo Cliente dal “cosa voglio” al “come posso averlo”

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

Esempio:  
Per chi vuole uscire dai debiti:

Col nostro programma di pianificazione finanziaria i tuoi risparmi aumenteranno e non avrai più problemi a pagare le bollette e le spese perchè avrai il denaro che ti serve.

Potrai finalmente dormire sonni tranquilli e assaporare il gusto di una vita fatta di tranquillità e perchè no, nel tempo di agi.

Prodotti e Servizi  
  
**1) I TUOI PRODOTTI O SERVIZI COME SONO NATI? CHE BISOGNO MIRANO A COLMARE?:**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**2) PERCHÉ QUESTO/I PRODOTTO/I O SERVIZIO/I?:**  
Quando hai aperto la tua azienda perché hai puntato su questo/i prodotto/i o servizi?   
C'è una storia interessante circa la loro nascita e sviluppo, piuttosto che ostacoli che hai dovuto superare? Si tratta di realizzazioni o soluzioni innovative?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**3) IL TUO/I PRODOTTO/I O SERVIZIO/I E LA CONCORRENZA:**  
Qual è l'unicità del prodotto? Come soddisfa un bisogno o un volere del consumatore meglio della concorrenza?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**4) PERCHÈ LO/GLI HAI VOLUTO/I ESATTAMENTE COSI’?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**5) LE CARATTERISTICHE DEL/I PRODOTTO/I O SERVIZIO/I IN CHE MODO FAVORISCONO IL MERCATO?:**  
Indica le caratteristiche di ciascuno, e in che modo si traducono in un beneficio per il consumatore?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**6) QUALI SONO LE VARIANTI / CONFIGURAZIONI DEL TUO PRODOTTO O SERVIZIO?**  
Indica le opzioni del prodotto (materiali diversi, dimensioni, colori, versione deluxe?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**7) QUALI SONO I PUNTI DI DEBOLEZZA DEL PRODOTTO?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**8) QUALI SONO I PUNTI DI FORZA DEL TUO PRODOTTO/SERVIZIO?:**  
Se tu fossi seduto accanto a un potenziale cliente a una cena, come riassumeresti in una frase o in un elenco perchè il tuo prodotto è migliore di qualsiasi altro?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**9) A COSA RINUNCIA CHI NON ACQUISTA IL TUO PRODOTTO O SERVIZIO?**  
Che cosa perderà il tuo potenziale cliente non avendo questo prodotto? denaro, tempo, convenienza, status, esclusività, ecc.?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**10) ESISTONO DEI PRODOTTI O SERVIZI ALTERNATIVI AL TUO? IN COSA DIFFERISCONO?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**11) ESISTE CUSTOMER CARE O ASSISTENZA POST ACQUISTO?**   
Spiega il servizio di supporto abbinato al prodotto?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**12) IL PRODOTTO PUÒ ESSERE UN REGALO APPETIBILE?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**13) IL PRODOTTO/SERVIZIO È SOGGETTO A STAGIONALITÀ?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**14) QUAL È IL PRICING DEL TUO PRODOTTO RISPETTO AL MERCATO?**Se è più alto, più basso o in linea indicaci i motivi

Esempio:  
il prezzo medio del servizio a è 100€ , quello di mercato 80€, ma il mio prodotto è tecnologicamente più avanzato

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**15) OLTRE AL COSTO DEL PRODOTTO ESISTONO ULTERIORI COSTI?**manutenzione, assistenza continuativa ecc.

Esempio:   
il prezzo del prodotto è 100€ , ma è necessario stipulare un contratto di assistenza da x al mese.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

# Attività di Marketing già messe in atto

**1) QUAL È LA PROMESSA CHE FAI AI TUOI CLIENTI POTENZIALI?**

Esempio:   
Acquistando il mio servizio ridurrai i costi di produzione del 30%

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**2) HAI PRECEDENTEMENTE SVOLTO ALTRE ATTIVITÀ DI MARKETING RIGUARDANTI I TUOI PRODOTTI O SERVIZI? PARLANE IN MANIERA MOLTO APPROFONDITA, CON ESEMPI, LINK E TUTTO CIO’ CHE RITIENI INTERESSANTE**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**3) NELLE PRECEDENTI CAMPAGNE MARKETING COSA HA FUNZIONATO MEGLIO E COSA NON HA PORTATO I RISULTATI SPERATI?:**Cerca di fornire un mix fra canale e strategia in maniera schematica

Esempio:   
Adwords > Annunci > No risultato alta spesa ecc

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**4) QUALE RITIENI ESSERE IL MIX CANALE - MESSAGGIO PUBBLICITARIO MIGLIORE PER IL TUO PRODOTTO O SERVIZIO:**Indica anche eventuali case history di successo di tuoi clienti

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**5) QUALE CAMPAGNA/ANNUNCIO PUBBLICITARIO HA PORTATO I MIGLIORI RISULTATI ALLA TUA AZIENDA?**Dacci tutte le informazioni che ritieni necessarie

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**6) NEL TEMPO HAI DOVUTO CAMBIARE STRATEGIA?:**E in caso di risposta affermativa quali sono i motivi? Ritieni che si potrebbero ri-elaborare tali strategie?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**7) QUALI SONO STATI, NEL TEMPO, I MIGLIORI MEZZI PER VENDERE IL TUO PRODOTTO E COME MISURAVI LE PERFORMANCE? SAI INDICARE UN PERIODO TEMPORALE IN CUI FUNZIONAVANO MEGLIO?  
Sii molto specifico**Esempio:   
Rete commerciale > Report,   
pubblicazioni su riviste di settore > Contatti che facevano riferimento al contenuto della pubblicazione  
telemarketing > appuntamenti fissati  
annunci facebook > statistiche  
ecc.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**8) I TUOI COMPETITOR USANO O USAVANO MEZZI DIVERSI? SECONDO TE PERCHÈ**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**9) QUALI MEDIA RITIENI INFRUTTUOSI E PERCHÈ? COME TI PIACEREBBE SFRUTTARLI?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**10) COSA FUNZIONA MEGLIO PER I TUOI COMPETITOR?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

Offerte, promozioni e angoli d’attacco legati al prodotto o al servizio **1) QUALI SONO LE OFFERTE DI MAGGIOR SUCCESSO LEGATE AL TUO PRODOTTO O SERVIZIO NEL TUO MERCATO?**Esempio:  
 i miei competitor fanno uno sconto del 20% per un contratto bi-ennale  
Io ho deciso di non far pagare l’assistenza per un anno a fronte di un pagamento anticipato.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**2) FRA LE OFFERTE CHE HAI PROPOSTO, QUALE È STATA QUELLA DI MAGGIOR SUCCESSO?**Esempio:   
i miei competitor fanno uno sconto del 20% per un contratto bi-ennale

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

Io ho deciso di non far pagare l’assistenza per un anno a fronte di un pagamento anticipato.  
  
**3) QUALI SONO IN GENERALE LE CONDIZIONI DI PAGAMENTO CHE APPLICHI AL TUO CLIENTE?**Esempio:   
Anticipo 20%, Saldo alla consegna ecc.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**4) COME SI PUÒ’ ORDINARE/ACQUISTARE IL TUO PRODOTTO/SERVIZIO**Esempio:   
Ordine online + carta di credito, Acquisto presso punto vendita, Appuntamento telefonico e pagamento in sede ecc.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**5) VORRESTI TESTARE/POTENZIARE DELLE ALTERNATIVE IN TERMINI DI ORDINE/ACQUISTO DEL TUO SERVIZIO?**Esempio:   
Ordine online + carta di credito perchè non l’hai mai fatto

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**6) VORRESTI TESTARE UN’OFFERTA PROMOZIONALE IN TERMINI DI ORDINE/ACQUISTO DEL TUO SERVIZIO?**Esempio:   
Prezzo inferiore a fronte di diverse condizioni. Prezzo superiore ecc.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**7) IL TUO PRODOTTO/SERVIZIO PUÒ’ ESSERE CONFIGURATO IN FUNZIONE DI SERVIZI AGGIUNTIVI O ADD ONS?**

Esempio:   
Prodotto/Servizio base a 500€, Prodotto/Servizio base + Customer Care € 800, Prodotto/Servizio deluxe 1300€.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**8) È POSSIBILE FAR PROVARE GRATUITAMENTE IL TUO PRODOTTO/SERVIZIO? ESISTE UN CONCETTO DI SODDISFATTI O RIMBORSATI ABBINABILE O ABBINATO AL PRODOTTO? LO PUOI GARANTIRE? VALUTA ANCHE EVENTUALI PERDITE O COSTI ANTICIPATI**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**9) È POSSIBILE STRUTTURARE UN’OFFERTA A “CUCCIOLO DI CANE”** Si tratta di un’offerta a cui il cliente NON può dire di no.   
  
Esempio:   
Non decidere ora. Porta questo cucciolo a casa e lascialo giocare con i tuoi bambini. Se tu e loro non lo amate domani, semplicemente riportalo indietro e non pagherai un centesimo. Va bene?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**10) QUALI OMAGGI LEGATI AL PRODOTTO/SERVIZIO/MERCATO POTREBBERO ESSERE ASSOLUTAMENTE IRRESISTIBILI?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**11) IL PRODOTTO/SERVIZIO È VISTO COME UN COSTO O COME UN INVESTIMENTO? SPIEGA PERCHÈ DEVE ESSERE VISTO COME UN INVESTIMENTO**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**12) QUALI SONO GLI SVANTAGGI NEL NON DOTARSI DEL TUO PRODOTTO O SERVIZIO?**Dal punto di vista di efficienza, sicurezza, convenienza, piacevolezza, esperienza ecc.

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**13) CONVINCIMI A COMPRARE ORA IL TUO PRODOTTO O SERVIZIO. PERCHÈ DOVREI FARLO?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

# Copywriting e angoli d’attacco

**1) COME INIZIERESTI A SCRIVERE L’ANNUNCIO PUBBLICITARIO O IL MESSAGGIO DI VENDITA PERFETTO PER IL TUO PRODOTTO O SERVIZIO, IN BASE A COME CONOSCI IL MERCATO?**Esempio:   
PAGHI TROPPE TASSE? IL TUO COMMERCIALISTA NON TROVA UN MODO PER FARTI RISPARMIARE?   
Col nostro prodotto potrai ridurre le tasse della tua azienda del 20%  
  
HAI PAURA DI NON POTER PIÙ PAGARE IL MUTUO?  
Il nostro servizio di tutela da eventuali perdite di reddito

SMETTI DI PERDERE CLIENTI  
Il nostro metodo di acquisizione ti consentirà di avere 5 nuovi clienti a settimana

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**2) SCRIVI ALTRI ESEMPI CERCANDO DI FAR LEVA SUI BISOGNI/ESIGENZE/PAURE DEL TUO CLIENTE POTENZIALE. CERCA DI CREARE ALMENO 20 COMBINAZIONI SU MODELLO TITOLO E BREVE SPIEGAZIONE**

Esempio:  
SMETTI DI PERDERE CLIENTI  
Il nostro metodo di acquisizione ti consentirà di avere 5 nuovi clienti a settimana  
  
PENSI CHE UNA CONSULENZA FISCALE SIA TROPPO COSTOSA?  
abbiamo strutturato un’offerta concorrenziale che non puoi ignorare

VUOI FARE UNA CENA ROMANTICA CON LA TUA FIDANZATA?  
Nel nostro ristorante abbiamo creato delle sale private dove vivere un’esperienza indimenticabile

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**3) HAI UN DATABASE CLIENTI CHE PUOI FORNIRCI PER SVOLGERE ATTIVITÀ DI MARKETING?:**Se la risposta è affermativa di quanti nominativi parliamo? Che dati sono in tuo possesso?

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**4) RITIENI CHE NELLA TUA AZIENDA CI SIANO ALTRE FIGURE CHE POSSONO ESSERE INTERVISTATE PER FORNIRE INFORMAZIONI IN MERITO AI TUOI PRODOTTI E SERVIZI:**Forniscici i contatti in modo da somministrare il questionario di Business Anamnesi anche a loro

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |

**5) CONOSCI PORTALI DI SETTORE O FORUM DOVE POSSIAMO APPROFONDIRE ULTERIORMENTE LE NOSTRE COMPETENZE SUI TUOI PRODOTTI?**

|  |
| --- |
| Inserisci qui la tua risposta |