

1. WYBIERZ KLIENTA

- Czytelny, konkretny opis grupy docelowej lub modelu reprezentującego grupę.
- Każdemu nie dogodzisz, buduj obraz grup docelowych małymi krokami – zacznij od 1 klienta i postaraj się go szczegółowo opisać.
- Gdzie jest twój klient? Jakimi chodzą drogami? Z jakimi grupami się identyfikuje?

2. ZŁÓŻ OBIETNICĘ

- Obietnica przyciąga uwagę.
- Daj sobie spokój ze zwykłą obietnicą.
- Obietnica musi wyróżniać cię na tle konkurencji.
- Obietnica musi być łatwa do zrozumienia i zmierzenia.
- „tylko dla ciebie”
- Obietnica musi być spełniona – niespełnione obietnice budują negatywny wizerunek.

3. ODRÓŻNIJ SIĘ OD KONKURENCJI

- Bez banałów
- Bądź lepszy!
- Klienci zapłacą więcej za produkty, którą nie są łatwo dostępne.
- Możesz porównywać produkt do konkurencji, ale pamiętaj: nie przesadzaj z krytyką. Lepiej prezentować swoje pozytywne cechy niż negatywne cechy konkurencji.

4. OPOWIEDZ O KORZYŚCIACH

- Opowiedz o tym co klient dostanie za pieniądze, które płaci.
- Bazuj na konkretach.
- Opowiedz o swoich wartościach i czym, się kierowałeś tworząc produkt.
- Korzyść nie jest cechą produktu!

5. OPOWEDZ HISTORIĘ

- Opowiedz historię twojego produktu.
- Klient może zapłacić więcej za produkt z dobrą historią.
- Historia powinna być autentyczna.

6. „OPAKOWANIE”

- Co mieści się w ofercie?
- Co jest dodatkowo płatne?
- Jak wygląda proces zakupu i/lub dostawy?
- Czy jest uwzględniona gwarancja, serwis?
- Spróbuj zredukować lęk klienta przed zakupem.

7. CENA

- Czy jest korzystna dla klienta?
- Czy jest korzystna dla ciebie?
- Czy jest przejrzysta dla klienta?
- Czy są jakieś ukryte koszty?
- Czy uwzględnia możliwość negocjacji?

8. NAZWA

- Dobra nazwa łatwo zapada w pamięć.
- Dobra nazwa przyciąga uwagę klienta.
- Nazwa nie musi być związana bezpośrednio z produktem, ale jest istotnym elementem wizerunku.

9. PREZENTACJA PRODUKTU

- Pierwsze wrażenie jest niezwykle ważne.
- Wyjście poza schemat zwiększa zainteresowanie.
- Możesz spróbować zaskoczenia, historyjek, pytania / pytania retorycznego.
- Stawiaj tezy i popieraj je odpowiednimi przykładami.
- Działaj na emocje.

10.MATERIAŁY PROMOCYJNE

- Po prezentacji wszyscy powinni otrzymać materiały promocyjne (nie tylko zainteresowani).
- Gadżet musi być dobrany do grupy docelowej.
- Gadżet powinien być kreatywny i działać na pamięć.
- Powinien wpisać się w strategię (jeżeli promujemy ochronę środowiska to warto, żeby np. torby były wykonane z ekologicznego materiału).

11. DZIAŁAJ!

- Po analizach, przygotowaniach, planowaniu, czas by owoce Twojej pracy zobaczyć świat.
- Zaprezentuj produkt osobom z najbliższego otoczenia.
- Nie bój się wypuścić produkt, który w twojej opinii odbiega od ideału – spróbuj sprzedać prototyp i rozwijaj go zgodnie z oczekiwaniami klientów.