

Портрет целевого клиента

Профиль бизнеса:

Общие детали о бизнесе клиента – отрасль, предлагаемая продукция, размер компании, количество сотрудников, географическое распределение, структура, уровни менеджмента, и т.п.

Портрет целевого клиента

История клиента:

Как давно на рынке, какой был путь за это время, какие товары и продукцию внедрили, какие задачи решали, какие были кадровые перестановки, какие новые подразделения открыты, с какими сложностями сталкивались, с кем из наших конкурентов работали, и т.п.

Портрет целевого клиента

SWOT анализ бизнеса целевого клиента

Сильные стороны компании

Уникальные умения, продукция, навыки сотрудников, менеджмента. Ресурсы, выстроенные процессы, структура, позиция на рынке, бренд, высокий спрос на продукцию, и т.д.

Слабые стороны компании

Разрывы в ресурсах, навыках, внутренних технологиях, специалистах. В чем слабее конкурентов. Незащищенность перед внутренними рисками. И т.д.

Возможности

Возможности к развитию вовне – благоприятные условия отрасли, новые рынки, новые клиенты, новые подходы к обслуживанию клиентов

Угрозы

Внешние условия, ухудшающие состояние – рост конкуренции, новые продукты, новое правовое регулирование, новые тенденции, ухудшение позиций, ухудшение восприятие бренда

Портрет целевого клиента

SWOT анализ задач целевого клиента

Внутренние задачи на основе сильных сторон

Какие задачи и вызовы по эффективному использованию своих сильных сторон стоят перед компанией, какова их внутренняя политика и стратегия развития: в отношении процессов, персонала, развития продукта, построению технологий, и т.д.

Внутренние задачи на основе существующих внутренних проблем

Какие задачи стоят перед компанией в отношении улучшения ситуации внутри компании для преодоления разрывов в ресурсах, навыках, внутренних технологиях, специалистах и т.д.

Задачи от внешнего мира

Какие задачи и вызовы стоят перед компанией с связи с существующими благоприятными условиями, какова их стратегия, какие планы по развитию компании и позиционированию на новых рынках, для новых клиентов, новых товаров. Что они делают для усиления своего бизнеса. Что они делают, когда развиваются свой бизнес.

Задачи, вызванные угрозами от внешнего мира

Какие задачи стоят перед компанией для нейтрализации рисков и угроз от внешнего мира. Каковы их планы, стратегия, какие меры они предпринимают, чтобы удержать позиции на рынке. Кто их конкуренты. О чём они беспокоятся.

Портрет целевого клиента

Портрет целевого клиента

Стратегия клиента:

Что мы знаем о стратегии и приоритетах клиента? Каким стратегическим поведением он отвечает на вызовы и угрозы?

1. Стратегический план развития
2. Годовой план
3. Оперативные задачи

Карта решений под клиента

Карта решений - 1:

Совмещаем клиентские потребности с нашими решениями и возможностями.

Стратегия клиента/область развития/важные проблемы/цели	Какие наши решения, знания, возможности и каким образом могут помочь клиенту в его задачах
Задача 1.	
Задача 2.	
Задача 3.	
Задача 4.	
Задача 5.	
Задача 6.	

Карта решений под клиента

Карта решений - 2:

Совмещаем клиентские потребности с нашими решениями и возможностями.

Стратегия клиента/область развития/важные проблемы/цели	Какие наши решения, знания, возможности и каким образом могут помочь клиенту в его задачах	Предположительный статус проблемы/задачи до нашего участия	Предполагаемый статус-результат проблемы/задачи после нашего участия
Задача 1.			
Задача 2.			
Задача 3.			

Карта решений под клиента

Стратегия клиента/область развития/важные проблемы/цели	Какие наши решения, знания, возможности и каким образом могут помочь клиенту в его задачах	Предположительный статус проблемы/задачи до нашего участия	Предполагаемый статус-результат проблемы/задачи после нашего участия
Задача 4.			
Задача 5.			
Задача 6.			

Карта информации под путь покупателя

Карта информации - 1:

Совмещаем клиентские потребности с нашими решениями и возможностями.

Какие наши решения, знания, возможности помочь клиенту в на его пути для принятия решения в нашу пользу. Что даем/дарим бесплатно для передачи знания и создании положительных эмоций, создания отношений с клиентом задолго до покупки.

Знания, информация, возможности	В какой форме можем дать
Например: Описание продукта	Видео, брошюра, консультация специалиста
Например: Инструкция по эксплуатации	Видео, техническая информация, интерактивный софт, раздел FAQ

Карта информации под путь покупателя

Карта информации - 2:

Совмещаем клиентские потребности в информации на каждом этапе пути с нашими решениями и возможностями.
Какие наши решения, знания, возможности помочь клиенту в на его пути для принятия решения в нашу пользу.

Знания, информация, возможности	Когда (стадии пути покупателя, см. след. Страницу)	Максимально эффективная форма	Где
Например: Описание продукта	1, 2, 3 стадии пути покупателя	Видео, презентации с картинками	Сайт, канал на YouTube
Инструкция по эксплуатации	4, 5, 6, 7 стадии пути покупателя	Технические материалы, мануалы, видео	Сайт, шоу-рум, «Пакет покупателю»
Примеры лучших решений	4, 5, 6, 7 стадии пути покупателя	Видео, презентации	Сайт, рассылка, офф-лайн мероприятия
Исследование конкурентов	2, 3, 4 стадии пути покупателя	Аналитические статьи, презентации с картинками	Статьи, офф-лаун мероприятия, рассылка
Подсказки по применению	3, 4, 5, 6, 7 стадии пути покупателя	Вебинары, спец-выпуски корпоративного журнала, презентации, персональные консультации	Вебинары, офф-лайн мероприятия, менеджер по работе с клиентами
Информационные базы данных	6, 7 стадии пути покупателя	Информационные листы, закрытый доступ на сайте	Рассылки ВИП клиентам, закрытый доступ на сайте

Карта информации под путь покупателя



Карта информации под путь покупателя

Карта информации – 3.

Конкретный перечень информационных пакетов / материалов для покупателя.

Знания, информация, возможности	Конкретные названия информационных пакетов / материалов, предоставляемых вашей компании
Он-лайн, офф-лайн сообщества, поддержка от лидера отрасли	
Он-лайн, офф-лайн мероприятия	
Литература, информационные листы	
Диалог с представителями продавца, рекламные материалы, помощь в выборе продукта, презентации, дискуссии, встречи	
Исследования, Статьи	
Обучение, инструкции, мануалы	
Электронные книги, рассылки	
Коммерческие предложения	
Инструкции по внедрению	
Интерактивные каналы вещания – Pod/Web cast	
Новая информация по продукту, предупреждения об обнаруженных ошибках	
Вебинары	

Карта информации под путь покупателя

Бесплатное тестирование	
Бизнес-кейсы, Success Story	
Демонстрация продукта	
Инструкции по эксплуатации, советы по применению, кейсы по решению проблем	
Сайт компании, лэндинг страницы	
Аналитика рынка, информация по конкурентам	
Мобильный доступ – телефон, планшеты / Обучение, варианты комплектации	
Интерактивная поддержка, чаты, видео, телефон, доступ к базам данных	
Материалы для партнеров, круглые столы	
Материалы по конкурентам / интерактив с существующими клиентами	
Построение бренда лидера отрасли	

Карта исполнителей

Карта исполнителей:

Какие наши отделы, кто из наших сотрудников готовят и предоставляет необходимую покупателю информацию.

Какие процессы, алгоритмы, системы, технологии, структуры надо создать в нашей компании для обеспечения предоставления информации и созданию отношений с покупателем. Какие дополнительные ресурсы надо привлечь.

Материалы	Кто готовит	Кто предоставляет покупателю	Какие технологии и алгоритмы обеспечивают передачу информации покупателю	Какие дополнительные ресурсы необходимы
Например: Видео «Описание продукта»	Отдел продаж, IT отдел	Размещение на сайт отделом IT, рассылка менеджером сопровождения холодных клиентов	Продвижение сайта, база холодных клиентов, менеджер сопровождения холодных клиентов, отслеживание конверсии клиентов, и т.п.	Услуги от студии создания видео, CRM система, бюджет на рекламу, и т.п.
Видео «Инструкция по эксплуатации»	Отдел технического сопровождения, отдел маркетинга, IT отдел	Размещение на сайт, рассылка отделом сопровождения холодных клиентов	Создание канала на YouTube, раздел на сайте с инструкциями, продвижение сайта, и т.п.	Менеджер по ведению канала YouTube, CRM система с блоком холодных клиентов, и т.п.
Презентация «Примеры лучших решений»	Отдел продаж, отдел технического сопровождения	Руководитель отдела продаж на офф-лайн мероприятиях, рассылка отделом продаж своим клиентам	Участие в мероприятиях, отслеживание или создание целевых мероприятий, алгоритм сопровождения клиентов, и т.п.	Бюджет на собственные мероприятия, свободное время руководителя продаж на выездные мероприятия, и т.п.
Статьи «Исследование конкурентов»	Отдел маркетинга	Размещение на сайт отделом IT, рассылка отделом продаж,	Система сбора информации по конкурентам, конкурентная разведка, система сопровождения клиентов, и т.п.	Бюджет на исследования, CRM система, и т.п.
Презентация «Подсказки по применению»	Отдел технического сопровождения	Вебинары от отдела технического сопровождения, размещение на сайт отделом IT	Система технического сопровождения клиентов, продвижение сайте, и т.п.	Бюджет на площадки вебинаров, бюджет на рекламу, блок CRM для технической информации, и т.п.