

# 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 развивают 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 чем 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-лафн 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 VIP 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 компанией
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, лендинг 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 готовит 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.