Immagine che contiene screenshot

Descrizione generata automaticamente

## Problema o esigenza per la quale viene creato questo identikit del cliente ideale:

*(Descrivi brevemente quale tipo di problema il tuo prodotto può risolvere o quale esigenza può soddisfare)*

## Cliente “TIPO”

*Ricorda: questa guida-questionario ha valenza generale, quindi alcune domande potrebbero essere inappropriate nel tuo caso. Poi tranquillamente saltarle e soffermarti su quelle più adatte al tuo business. Questo è una guida base che deve essere adattata ad ogni caso particolare.*

**Chi *non* vorresti che fosse un tuo cliente?**

Descrivi brevemente con chi assolutamente non desideri lavorare e perché. È importante sapere esattamente quale tipo di clienti devi evitare e per quale motivo.

**Chi vorresti che fosse un tuo cliente?**

# Dati demografici

* 1. Dai un nome al tuo avatar:
  2. Descrivi l’età, il sesso e il luogo dove risiede:
  3. Descrivi il suo lavoro, lo stato sociale e quanto guadagna:
  4. Descrivi il suo nucleo familiare e gli amici:

# Abitudini e passioni

* 1. Dove passa di solito il tempo libero? (fuori città, bar, in viaggio…)
  2. Dove e con chi mangia? (A casa o fuori? Da solo, con amici o collaboratori? Pranzo, cena, weekend…)
  3. Quale hobby potrebbe avere?
  4. Cosa apprezza di più nella sua vita? (ferie regolari, viaggi, amici, solitudine, crescita personale…):
  5. Quali ricerche fa su Google?
  6. Di quali gruppi Facebook fa parte?

* 1. Quali giornali, quotidiani o blog legge?

* 1. Quali social network usa e cosa o chi segue?

* 1. Dove fa la spesa di solito? (centro commerciale, piccolo negozio di paese, online…)

# Esperienze

* 1. Quali sono i suoi pensieri ricorrenti?
  2. Quali cambiamenti importanti può avere nella sua vita?
  3. Cosa attende più di ogni altra cosa? Quali sono i suoi sogni (in generale)?
  4. Quali speranze potrebbe avere sui tuoi prodotti?
  5. Qual è secondo lui la migliore soluzione del suo problema?
  6. Come cambierà la sua vita dopo aver risolto il problema o soddisfatto l’esigenza?
  7. Quali soluzioni ha già provato e perché non sono andate bene o non hanno risolto il suo problema?
  8. Come prende le decisioni? Quali criteri lo guidano durante l’acquisto?
  9. Chi influisce sulle sue decisioni? (madre, famiglia, amici, parenti, coniuge…)

* 1. Esiste un dialetto, linguaggio o modo di parlare particolare con il tuo cliente?
  2. Quali prodotti **simili** sta già acquistando? Dove li acquista? Perché?

* 1. Quali prodotti **complementari** sta già acquistando? Dove? Perché?

*(prodotti che non fanno concorrenza ai tuoi ma che completano la sua esigenza. Ad esempio, se vendi serrature, i prodotti complementari possono essere porte, vernici per imbiancare la casa, elementi di arredo eccetera)*

* 1. Come ha conosciuto i prodotti dei tuoi concorrenti?
  2. Cosa gli piace dei tuoi concorrenti?
  3. Cosa non gli piace dei tuoi concorrenti?
  4. Cosa potrebbe ostacolare l’acquisto dei tuoi prodotti?
  5. Quali canali e quali tipi di pagamento preferisce?
  6. Qual è il suo livello di utilizzo di PC e smartphone?

# Punti deboli

* 1. È insonne? Cosa lo disturba?
  2. Cosa secondo lui gli provoca tutti questi problemi?
  3. Di cosa ha paura?
  4. Quali problemi, anche se di poca rilevanza, possono sorgere dopo aver acquistato i tuoi prodotti?
  5. Chi può criticarlo e per cosa?
  6. Di cosa ha paura?
  7. Elenca 10 dubbi o obiezioni principali che il tuo cliente solleverebbe prima dell’acquisto.

## !!!BONUS!!!

## Questo è il mio segreto personale che permette di fare un’analisi psicologica

# Punto “G” del tuo cliente

*(Il punto “G” è il* ***PRINCIPALE FATTORE EMOTIVO*** *per quale il cliente compra un prodotto piuttosto che un altro. Ricorda: quando un cliente compra un trapano, non è perché ha bisogno del trapano, lo fa perché ha bisogno di fare un buco nel muro, anzi, ancora più in profondità, ha bisogno dell’****emozione*** *che prova dopo aver “appeso il quadro” o “dopo aver finito il lavoro”)*

* 1. Quale esigenza diretta ed EMOZIONALE del tuo cliente sarà soddisfatta se acquista i tuoi prodotti o prodotti analoghi?

## Ogni persona ha 4 bisogni principali nella vita. Se riesci a soddisfarli, trasformerai i tuoi clienti in veri *TRUE FAN*

**Importanza**

*(Ogni persona ha bisogno di sentirsi importante ed essere riconosciuta come tale)*

* 1. In che modo il tuo cliente reclama la propria importanza nel tuo settore?
  2. In che modo il tuo prodotto o servizio soddisfa questo bisogno di sentirsi importante?
  3. Di cosa il tuo cliente può vantarsi dopo l’acquisto del tuo prodotto o servizio?
  4. Dal lato opposto, quale critica o valutazione negativa potrebbe ricevere il tuo cliente, e da parte di chi, se acquista il tuo prodotto o servizio?

**Determinazione, certezza, stabilità**

*(Ogni persona ha bisogno di stabilità e certezza; tutti hanno paura di rischiare e di avere una vita instabile)*

* 1. In che modo il tuo cliente esprime il bisogno della determinazione nel tuo settore?
  2. In che modo il tuo prodotto o servizio soddisfa il bisogno di certezza e stabilità?
  3. In che modo acquistare da te gli garantirebbe stabilità e assenza di rischi?
  4. Quali rischi potrebbe correre acquistando il tuo prodotto? Di cosa ha paura?

**Relazione con gli altri**

*(Ogni persona ha bisogno di sentirsi utile, d’essere rispettata, amata e di essere socialmente integrata)*

* 1. In che modo il tuo cliente esprime il bisogno di avere una relazione, una comunicazione nel tuo settore?
  2. In che modo il tuo prodotto o servizio soddisfa il bisogno di relazione, di comunicazione, di affetto?
  3. Cosa permette al tuo cliente di sentirsi utile, amato, socialmente integrato acquistando da te?

**Contributo personale, creatività, individualità**

* 1. In che modo il tuo cliente esprime il bisogno di creatività e individualità nel tuo settore?
  2. In che modo il tuo prodotto o servizio aiuta il tuo cliente a dare il proprio contributo personale o esprimere la propria creatività e individualità?
  3. In cosa potrebbe contribuire il tuo cliente acquistando da te?
  4. In che modo il tuo prodotto o servizio protegge il tuo cliente dal fallimento o l’insuccesso, se lui contribuisce personalmente? In che modo lo libera dalle responsabilità?