GIRLBOSSKIE.

WORKBOOK

LOGICZNA OFERTA

Ola Gościniak

ZROZUMIENIE LOGIKI KLIENTA

OLA GOŚCINIAK

#1 Przeprowadź wywiad z trzema różnymi klientami (mogą to być koledzy udający klientów, jeśli dostęp do prawdziwych jest ograniczony), aby dowiedzieć się, jakie czynniki decyzyjne są dla nich najważniejsze przy wyborze produktów lub usług, które kupują. Spróbuj zidentyfikować, jakie logiczne wzorce stosują w swoim procesie decyzyjnym.

PRODUKT WARTY KUPIENIA

OLA GOŚCINIAK

#2 Stwórz listę co najmniej pięciu głównych cech swojego produktu/usługi i opracuj dla każdej z nich logiczne uzasadnienie, dlaczego te cechy sprawiają, że produkt jest warty zakupu. Zwróć uwagę na konkretne korzyści, które każda cecha przynosi użytkownikowi końcowemu.

STRATEGIE PREZENTACJI OFERTY

OLA GOŚCINIAK

#3 Przygotuj krótką prezentację swojego produktu/usługi, koncentrując się na klarownym i logicznym przekazie wartości. Następnie przedstaw ją przed małą grupą (np. przed Paczką GirlBossek) i poproś o ich szczery feedback odnośnie do jasności i przekonującego charakteru przekazu.

ZBUDOWANIE ZAUFANIA

OLA GOŚCINIAK

#4 Zidentyfikuj i zgromadź wszystkie dostępne dowody, takie jak badania przypadków, recenzje klientów, wyniki badań i dane, które mogą wesprzeć i wzmocnić wiarygodność Twojego produktu/usługi. Przygotuj dokument, który mógłby służyć jako 'kit zaufania', który można przedstawić potencjalnym klientom.

PRZYGOTOWANIE DO SCENARIUSZY

OLA GOŚCINIAK

#5 Stwórz listę trudnych pytań, które mogą pojawić się podczas prezentacji lub negocjacji z klientami, oraz opracuj przekonujące i dobrze uzasadnione odpowiedzi na te pytania. Przeprowadź symulację z kolegą z pracy lub przyjacielem, gdzie będą zadawane te pytania, a Ty będziesz musiał na nie odpowiedzieć.

PRAKTYCZNE PRZYKŁADY

OLA GOŚCINIAK

#6 Wybierz jedno z udanych projektów, w których brałaś udział, i napisz szczegółowy opis przypadku (case study), w którym przedstawisz, jak zastosowane strategie przyczyniły się do sukcesu. Skup się na elementach, które można powtórzyć w przyszłych projektach. Udokumentuj wnioski, które mogą być pomocne innym członkom zespołu.