

*"Co musisz wiedzieć o kliencie
i produkcie by go sprzedać?"*



37 pytań

MARKETINGOWYCH

BRIEF Copywriterski Dariusza Puzyrkiewicz



ZESTAW PYTAŃ

KTÓRY POMOŻE W PRZYGOTOWANIU
NAJSKUTECZNIJSZYCH TEKSTÓW



KLIENCI

- 1.** Moi klienci najczęściej marzą o...
- 2.** Moi klienci w najbliższym czasie chcą osiągnąć:
- 3.** Moi klienci obawiają się, że nie wiedzą wystarczająco dużo na temat:
- 4.** Moich klientów najbardziej frustruje (3 najważniejsze problemy):
- 5.** Moi klienci najczęściej poszukują w Google fraz/słów takich, jak:
- 6.** Moi klienci nie znoszą robić takich rzeczy, jak:
- 7.** Moi klienci są w stanie zapłacić duże pieniądze za:

- 8.** Kroki, które moi klienci mogą najczęściej pomijać w dążeniu do swojego celu, to:

- 9.** Typowe błędy, jakie popełniają moi klienci, to:

- 10.** Przydatne informacje, które chciałabym przekazywać swoim klientom, aby mogli poprawić swoje życie, zawierałyby strategię pokazującą, jak:





OFERTA

- 1.** Co ma sprzedać tekst, do czego to służy?
Dokładnie opisz wszystkie cechy produktu i fakty na jego temat.
- 2.** Jaka jest jednostkowa cena produktu i dotychczasowa sprzedaż?
Jakiej sprzedaży oczekujemy?
- 3.** W jaki sposób produkt ma być sprzedawany?
- 4.** Do kogo kierujemy ofertę i kto będzie decydował o odpowiedzi?
- 5.** Jakiej bezpośredniej akcji oczekujemy?
Co chcemy by zrobił w drugiej kolejności (zamiast)?
- 6.** Jaki jest profil klienta, którego najbardziej zainteresuje ta oferta?

- 7.** Czego szuka klient? Na czym najbardziej mu zależy?
Jak produkt zaspokaja te pragnienie/potrzebę?

- 8.** 3 rzeczy, których klient najbardziej się obawia w momencie, gdy czyta ofertę?

- 9.** Czego prawdopodobnie spodziewa się klient po skorzystaniu z tej (lub podobnej) oferty?

- 10.** Jak często i za ile (jednorazowy zakup) klienci kupują produkty Twoje i podobne do sprzedawanego? Gdzie i jak je najczęściej kupują?

- 11.** Czym możemy go mocno zainteresować?

- 12.** Jaka jest absolutnie najważniejsza korzyść z zakupu produktu?
Co produkt dla/za klienta robi? Co dzięki niemu ważnego osiągnie?
Jakie efekty/rezultaty obiecujemy?

- 13.** Po jakim czasie klient zobaczy efekt (ewentualnie pierwsze efekty)?
Jak to wygląda na tle konkurencji?
- 14.** Jaką wartość możemy nadać głównej korzyści? Ile daje/oszczędza (czas, pieniądze, materiały, inne)? Dlaczego i jakie to ma znaczenie?
Jakie jeszcze wymierne konkrety możemy podać?
- 15.** Wylicz wszystkie inne ważne z punktu widzenia klienta korzyści.
Skonkretyzuj je wartościami liczbowymi (np. ile zysku w miesiącu przynosi lokata).
- 16.** Jak ma się produkt do głównych czynników motywujących konsumentów do zakupu: chęci zysku i obawy przed stratą. Czyli: Co klient ZYSKA i przed jaką STRATĄ go to uchroni?
- 17.** Jaki problem klienta rozwiązujemy? Jak produkt rozwiązuje ten problem?

- 18.** Dlaczego właśnie teraz klient od razu powinien zdecydować się na podjęcie sugerowanego działania? Jakie są skutki nieskorzystania z oferty?
- 19.** Co nietypowego/nowego, innego niż konkurencja oferujemy?
- 20.** Czego brakuje konkurencyjnym produktom/usługom, co daje Twój produkt?
- 21.** Jak mogę poprawić postrzeganie mojego produktu przez klientów?
(świadomość, wiarygodność oferty, jakość, wartość).
Jak to możemy ciekawie zademonstrować?
- 22.** Jak możemy zwiększyć wiarygodność sprzedawcy i producenta produktu?
Kim jest i dlaczego klient może mu zaufać?
- 23.** Jakie przeszkody i wątpliwości może wymyślić konsument, aby opóźnić decyzję o nabyciu, lub nie podjąć jej wcale?

- 24.** Jak mogę przedstawić odpowiedź na każdą z tych wątpliwości?
- 25.** Jaka gwarancję mogę dać klientowi?
- 26.** Jakie dodatki/bonusy możemy dać klientowi?
- 27.** Czy jest jakaś specjalna promocja dla osób, które skorzystają z tej oferty?



Dynanet.pl Dariusz Puzyrkiewicz
Copywriting w Internecie. Słowo daję, zyski rosną!
www: <http://dynanet.pl>
e-mail: darek@dynanet.pl
tel.: 501 161 491