

# ПРИМЕР СТРУКТУРЫ ПОРТРЕТА КЛИЕНТА С КОММЕНТАРИЯМИ

\* в комментариях описан одна из многих целевых аудиторий интернет-магазина, продающего БАДы — аудитория, которой можно продать БАДы для повышения мужской силы.

Для подготовки к консультации по интернет маркетингу (<https://meta-psy.ru/consulting/>)

ОБЩИЙ ОБЗОР	ЧЕРТЫ ХАРАКТЕРА	ЕГО ХОББИ И ИНТЕРЕСЫ
<p><b>Имя:</b> _____ <i>Например, упрямый Фрэнк</i></p> <p><b>Возраст:</b> _____</p> <p><b>Занятость:</b> _____ <i>Например, пенсионер, работал менеджером на автомобильном заводе</i></p> <p><b>Доход:</b> _____</p> <p><b>Где живет:</b> _____</p> <p><b>Доп. информация, помогающая понять клиента:</b> _____ <i>Например, ездит на стареньком форд фокусе, религиозен, закупается в «пятерочке», так как это дешево</i></p>	<p><b>Главная черта и расшифровка:</b> _____ <i>Например, «Самоуверенный циник». Фрэнк знает, что он всегда прав и не изменен в своем мнении. Он до боли правдив — всегда говорит в лоб. Он саркастичен. Он хочет быть уверенным, что все работает как полагается. Франк любит, чтобы все было под контролем.</i></p> <p><b>Привычки, привычная жизнь:</b> _____ <i>Он откладывает пару тысяч в месяц своим внукам. Любит разговаривать с телевизором. Человек старого образца. Знает, что Бог где-то есть, но в церковь не ходит. Фрэнк расстроен, что его тело чувствует себя хуже, чем его мозг/его внутренняя энергия.</i></p> <p><b>ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРИВЫЧКИ</b></p> <p><b>Что обычно покупает:</b> _____ <i>Например, Фрэнк покупает витамины Ult Pro, Ult Male, книги об определенных болезнях, следит за такими-то новостными рассылками и т.д.</i></p>	<p><b>Хобби:</b> _____ <i>Например, Фрэнк обожает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Спорить</li><li>- Чинить разные вещи, возиться в гараже</li><li>- Рыбалку</li><li>- Покер</li><li>- Охоту. Когда-то была охотничья собака, но сейчас ее больше нет</li><li>- Обожает высказывать свое мнение другим</li><li>- Докапываться до сути</li><li>- Любит выпить пиво в конце дня. Доктор говорил ему, что пора завязывать, но Фрэнк его не слушает.</li><li>- Слушать авторadio в гараже</li><li>- Смотреть правильные политические новости</li><li>- Покупать семена для сада и рыболовные приманки через Интернет</li><li>- Зависать на блогах и форумах, где может выразить свое мнение, поспорить</li><li>- Читать бумажные газеты местного городского издания</li></ul>
<b>НЕОЗВУЧЕННЫЕ ВОПРОСЫ</b>		
<p><b>Какие вопросы «вертятся» в голове клиента (что надо учесть при написании текстов):</b> _____ <i>Например, «Почему я должен вам верить». Фрэнк циник и ему нужна реальная причина, чтобы поверить чему-либо (в т.ч. в продукт).</i></p>		

## КАКОВЫ ЕГО НУЖДЫ / ПРОБЛЕМЫ / ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ

Проблемы/нужды клиента (относящиеся к вашему продукту): \_\_\_\_\_

Например:

- Принимает таблетки от давления последние 10-15 лет
- Есть несколько грыж
- Не хочет меняться, не ходит к доктору, поэтому заказывает медикаменты напрямую
- Будет слушать друзей, мотать на ус, но никогда с ними не согласится
- У него «простата размером с апельсин»
- Жена может покупать ему лекарства от простатита, и он сам покупает онлайн разные БАДы для повышения сексуального тонуса
- Проблемы с сердцем, частые ангины
- Очень сосредоточен на своем сексуальном тонусе (любит внимание молодых девушек-парикмахеров)
- Он бросил курить (жена вынесла ему мозг), но он продолжает иногда курить сигары
- Фрэнк обожает, когда его точка зрения подтверждается, так как это дает ему еще больше сил для отстаивания своей позиции (в т.ч. и в сфере ненужности верить врачам)

## КАК САМ КЛИЕНТ ВЫРАЖАЕТ СВОИ НУЖДЫ / ПРОБЛЕМЫ / ВОЗМОЖНОСТИ

Например:

- Я чувствую себя прекрасно для своего возраста, но кое что можно слегка улучшить
- Я хочу больше сексуальной энергии и мужской силы
- Я хочу сам найти решение и полностью контролировать свое здоровье
- Я сам знаю как лучше, не надо меня кормить пустыми обещаниями

## ГДЕ КЛИЕНТ ЧЕРПАЕТ ИНФОРМАЦИЮ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СВОИХ НУЖД

Опишите источники, к которым прислушивается клиент: \_\_\_\_\_

Например:

- Взрослые дети и жена — Фрэнк прислушивается к их советам
- ТВ, газеты, программа Малышевой, которой он доверяет
- Журнал «Здоровье»
- Блоги о рыбалке и охоте
- Он следит за такими-то рассылками

Это даст информацию о том, где и как размещать рекламу или контент, на который отреагирует Фрэнк.

**ВАЖНО.** Если клиент ищет решение своих задач в поисковой строке, опишите тут поисковые фразы, которые он использует.

## ЧТО БУДЕТ МОТИВИРОВАТЬ КЛИНТА КУПИТЬ ИМЕННО ВАШ ПРОДУКТ

Например:

- Он может улучшить свое здоровье, особо ничего не делая (остановить старение, он не хочет, чтобы болезни усилились)
- Он может не идти к врачу
- Побочные эффекты от лекарств в его возрасте вызывают новые болезни, и он хочет что-то без побочных эффектов
- Гарантия возврата денег, даже если он никогда ей не воспользуется
- Он хочет найти собственное решение, которое работает.

Эти идеи будут использоваться в рассылках, на вебинарах, на продающих страницах

<b>ЧЕГО ИЩЕТ САМ КЛИЕНТ?</b>	<b>ЧЕГО НИКАК НЕЛЬЗЯ ПРЕДЛАГАТЬ КЛИЕНТУ?</b>
<p><i>Например:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Четкую информацию без воды, чтобы этому можно было довериться</li> <li>- Свидетельства надежности, кейсы, отзывы</li> <li>- Авторитетный источник, которому можно доверять (голос, такой же надежный как мой)</li> <li>- Логичные доводы</li> <li>- Информация, которой он может легко поделиться (понятная, четкая, короткая)</li> <li>- Обратная связь от людей (оператор на телефоне, которому можно позвонить и поговорить о лекарстве для мужчин)</li> <li>- Улучшения своего мужского здоровья</li> <li>- Общего врага (фармацевтические компании наживаются на нашей крови и т.д.)</li> </ul>	<p><i>Например:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Не пытаемся его изменить, или затащить в «трансформацию себя» — просто соглашаемся с ним, подтверждаем его позицию</li> <li>- Не показываем, что вы знаем больше него, доносим мысль, что он и так уже все знает</li> <li>- Никаких отвлеченных тем</li> <li>- Никаких преувеличений или обещаний хорошего здоровья, которые могут показаться нереалистичными</li> <li>- Никакого поучительного или менторского тона (в письмах, вебинарах, страницах)</li> <li>- Не пытаемся давить, склонять к покупке</li> </ul>
<b>ФРАЗОЧКИ КЛИЕНТА</b>	
<p><b>Опишите фразы, которые созвучны клиенту:</b> _____</p> <p><i>Например, упрямый Френк постоянно употребляет в речи фразы: ты прав, они ничего не знают, вот доказательства, ты же мужчина, мало, кто делает правильно, как ты знаешь, да все это знают, это же очевидно, давай сразу к делу, подкреплено гарантией.</i></p> <p><i>Эти фразы можно использовать в текстах, видео, в рассылке.</i></p>	