

Poznejte lépe svou cílovou skupinu

Cílovou skupinu si můžete pro lepší pochopení rozdělit na ucelenější skupiny zákazníků (tzv. segmentace) např. na základě jejich psychografických faktorů, nákupního chování atd.

Jak a proč můj produkt / službu využívají?

Jaké mají zájmy?

Co mají opravdu rádi?

Co naopak rádi nemají?

Co odsuzují? Čím pohrdají?

Jaké jsou jejich koníčky?

O jaká společenská témata se zajímají?

Jak tráví pátek večer?

Jak vypadá jejich ideální den?

Jak vypadá jejich ideální dovolená?

Jaké řeší problémy zrovna teď?

Na jaká úskalí naráží dlouhodobě?

Jaký problém jim pomáhá řešit můj produkt / služba?

Co je u nich aktuálně trendy?

Kde se pohybují online?

Jaké hodnoty vyznávají?

Čemu při nákupu věnují největší pozornost?

O čem sní?

Čeho se v životě bojí?

V čem se neshodnout s většinovou populací?

V čem se odlišují od většinové populace?

Jak o sebe pečují?

Jaký přístup mají k penězům?

Kdo jim nabízel podobnou službu/produkt jako já a proč neuspěl?