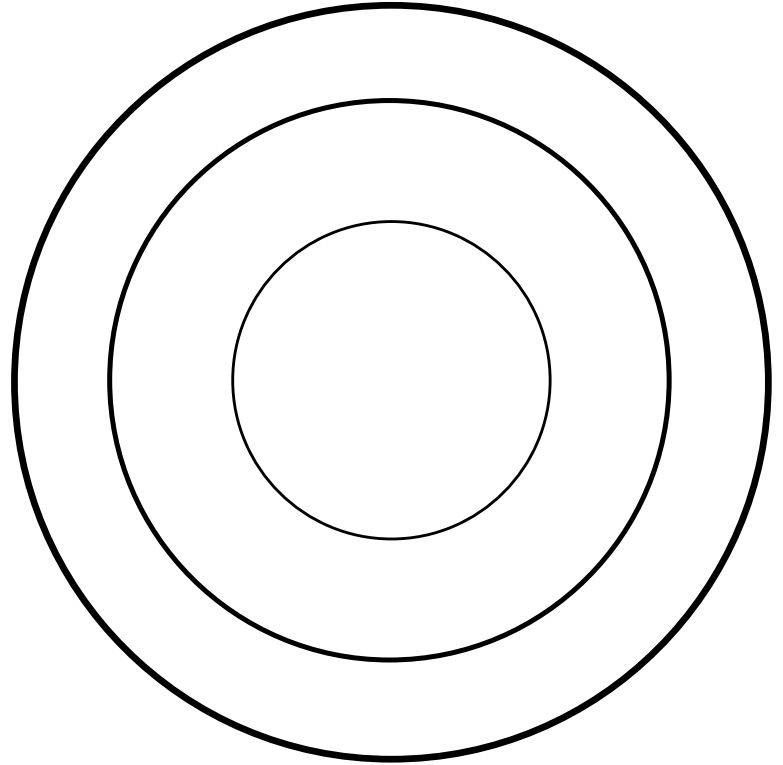


Matertera

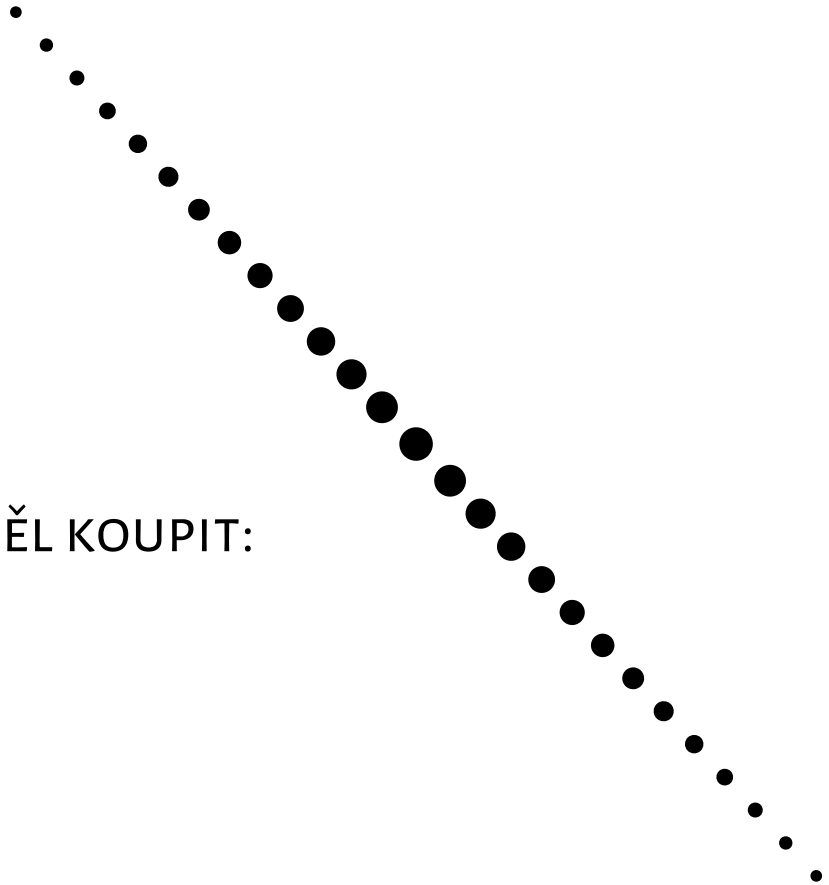
KDO JE MŮJ ZÁKAZNÍK

CO PRODÁVÁM :



JAKÝ JE MŮJ PRODUKT:

PROČ BY SI HO ZÁKAZNÍK MĚL KOUPIIT:

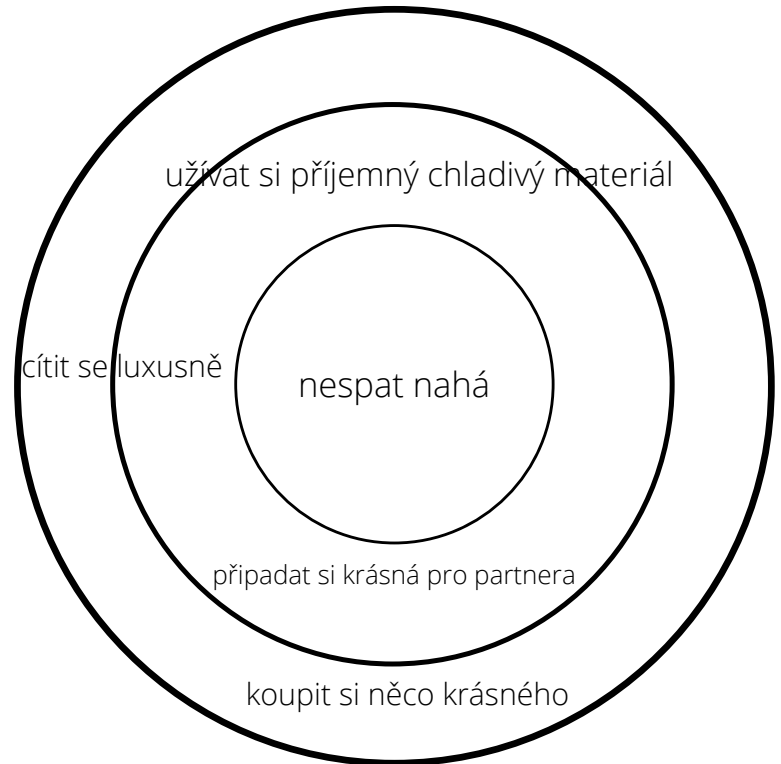




CO PRODÁVÁM :

Napište, co konkrétního prodáváte -
Odpověď by měla být co nejjednodušší
(kosmetické přípravky, daňové
poradenství, tlumočení apod)

Do středu kruhu napište, jaký hlavní problém/potřebu konkrétně váš produkt řeší. Např. noční košile řeší potřebu nespát nahá. **Do vedlejších kruhů** poté pište, jaké další potřeby váš konkrétní produkt naplňuje. Nočních košilek jsou tisíce, ale je potřeba zjistit, jaké potřebuji naplňuje ta vaše. Např. v případě saténové noční košilky s krajkami to může být: připadat si krásná pro partnera, cítit se luxusně, užívat si příjemný chladivý materiál.



JAKÝ JE MŮJ PRODUKT:

Popište, jaké vlastnosti má váš produkt a co by ho na trhu mohlo odlišit od konkurence. Např. u uměleckých stříbrných šperků ze země vašeho původu to může být: tradiční design, kvalitní materiál, vyšší cena, řemeslná výroba, fair trade, originální, jediný svého druhu v ČR atp - v tomto případě poté budete cílit na jinou klientelu než kdybyste přeprodávali levnou bižuterii z Indie

PROČ BY SI HO ZÁKAZNÍK MĚL KOUPIT:

Zde opět popisujte vaši konkurenční výhodu. Proč by si měl zákazník koupit službu či produkt právě u vás. Např. v případě tlumočení to může být: rodilá mluvčí, 8 let praxe, certifikát soudního tlumočnicka, skvělé reference od desítek klientů, zkušenosti s tlumočením na konferencích, flexibilita, cena odpovídající kvalitě = tímto ukazujete svoji profesionálnost, kterou je poté potřeba zúročit při propagaci svých služeb + zároveň víte, že vaším klientem nebude někdo, kdo bude chtít hodně práce za malou cenu