

1. RELAZIONE TRA CLIENTE E OFFERTA

Quadranti 1-2

Qui troviamo strumenti o beni di prima necessità oltre alla soluzione a problemi.

La vendita è **RAZIONALE**

È COINVOLTO E VUOLE INFORMAZIONI DI TIPO INFORMATIVO, VISIVO O MISTE

Quadranti 3-4

Qui troviamo giocattoli e passioni o miglioramenti di status sociale o delle condizioni di vita.

La vendita è **EMOZIONALE**

FUNZIONALE

TRASFORMAZIONALE

In questa area puoi lavorare solo con ripetizione di messaggio molto semplice.

NON È COINVOLTO E NON VUOLE INFORMAZIONI

COSA CHIEDONO?

IDEE EMERSE

2. CONSAPEVOLEZZA DEL POTENZIALE CLIENTE

Che cosa sa già il cliente della tua offerta?
A quale elemento è sensibile?

Immagina di avere davanti a te 4 potenziali clienti, quanti...

SONO MOSSI DAL **PREZZO** O DALLE CONDIZIONI

Significa che hanno già definito l'esatto prodotto o servizio di cui hanno bisogno, non scelgono cosa acquistare, ma «da chi».

--	--	--	--

HANNO TROVATO LA **SOLUZIONE**, CERCANO CONFERME

Significa che stanno ancora valutando la soluzione è più adatta a loro, ma hanno già identificato qual è e vogliono conferme.

--	--	--	--

HANNO IDENTIFICATO LA **CATEGORIA** DI SOLUZIONI

Significa che hanno appena identificato la categoria di prodotti o offerte che risolve il loro problema, ma non conoscono la tua.

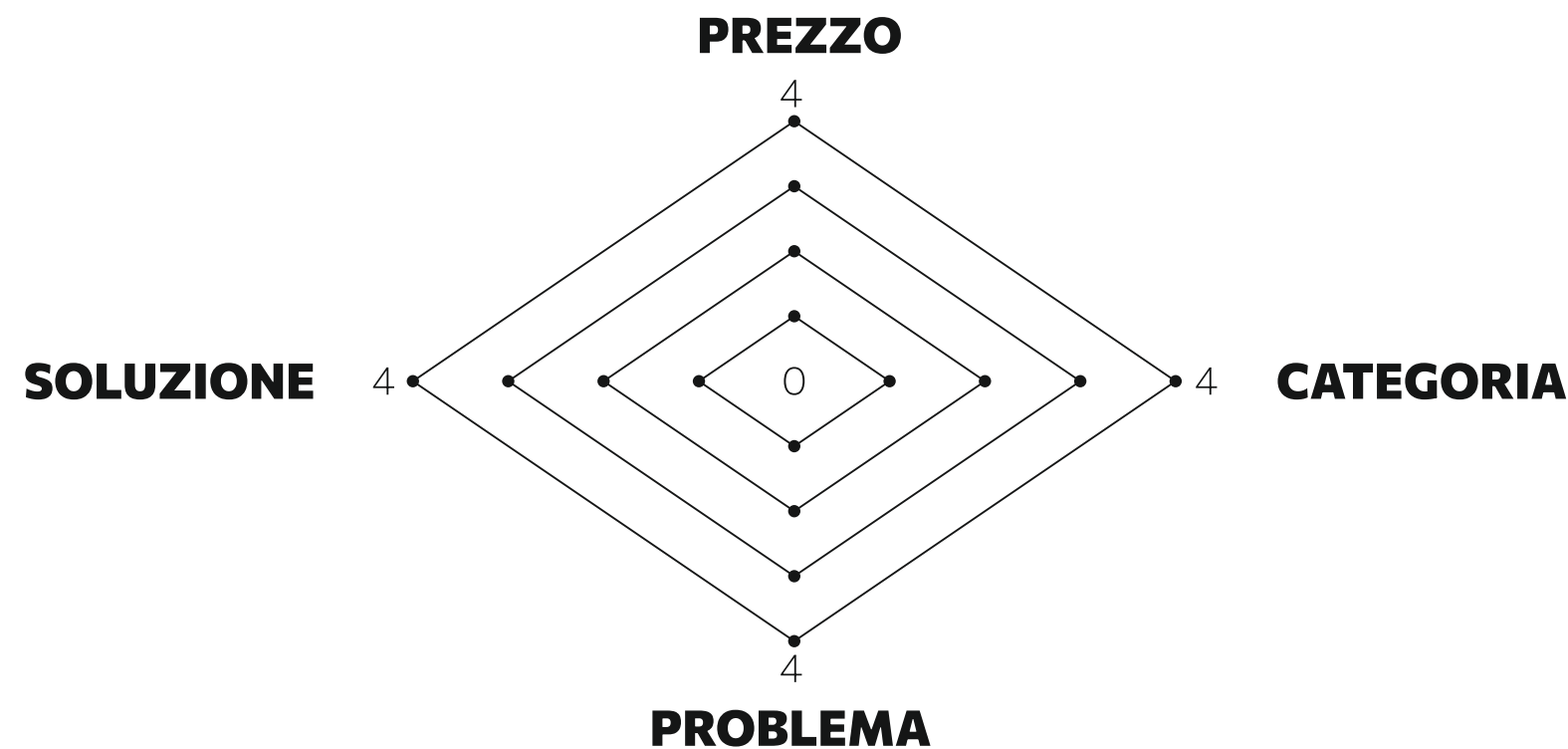
--	--	--	--

HANNO IDENTIFICATO **PROBLEMA / DESIDERIO / OPPORTUNITÀ**

Non hanno identificato ancora bene cosa devono fare ma sanno che hanno un problema, avvertono un desiderio o possono essere mossi da un'opportunità che si apre nel mercato.

--	--	--	--

Colora il grafico secondo i punteggi



SONO GIÀ STATI CLIENTI DI CONCORRENTI CHE HANNO OFFERTE PIÙ O MENO SIMILI?

SI

NO

Come valutano l'esserci già passati?

Lo considerano normale

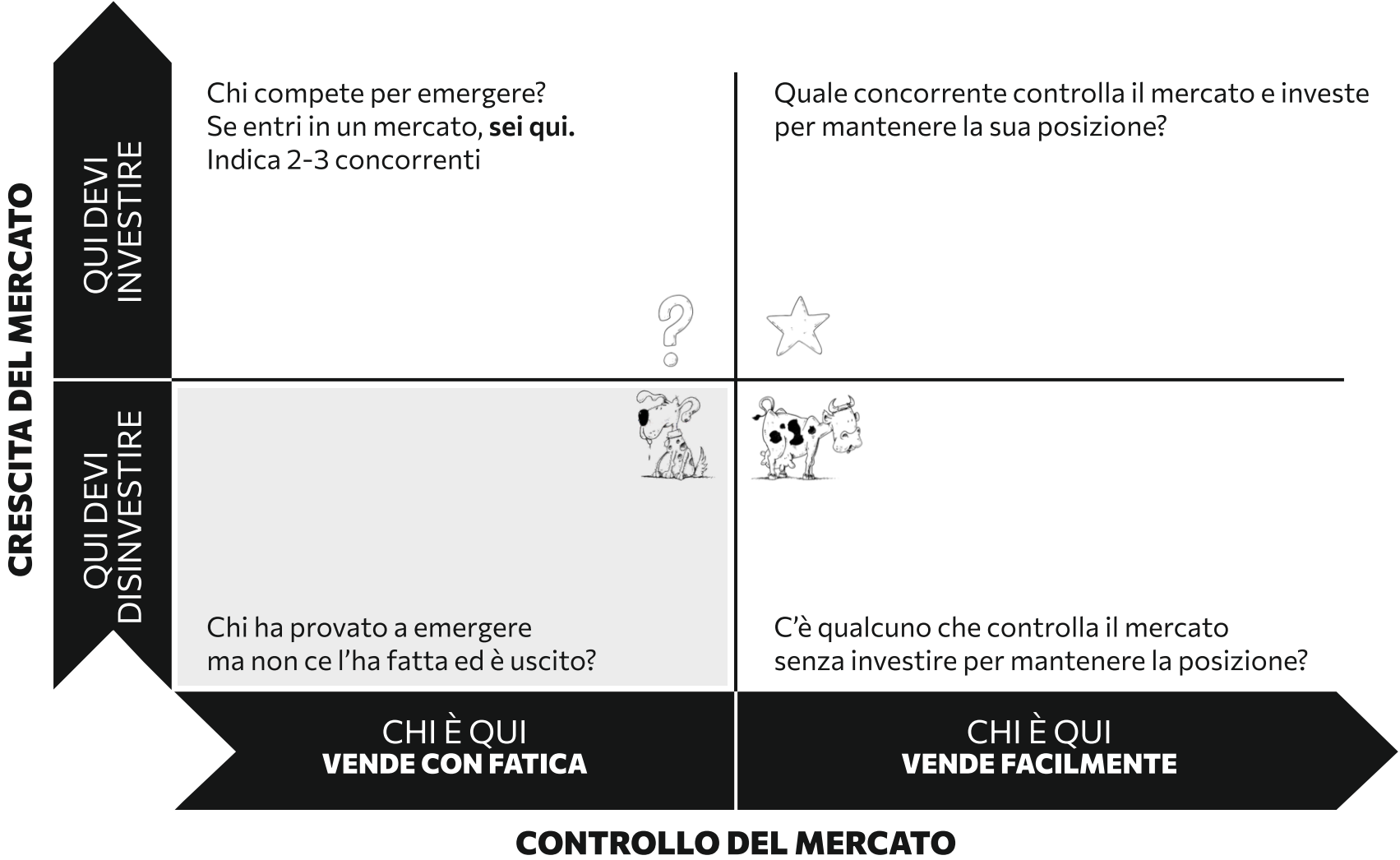
Sono frustrati e diffidenti

NOTE IMPORTANTI

IDEE EMERSE

3. FOTOGRAFIA DEL MERCATO OGGI

Posiziona i tuoi 3 concorrenti principali nella griglia. Chi è nel quadrante DOG non ci interessa.



NOTE IMPORTANTI

4. BUDGET

ELEMENTI POSITIVI DEL BUDGET

Quanto puoi investire per lo start-up? E per la promozione?

Puoi reperire testimonianze di clienti soddisfatti?

Quante ore dedichi al marketing alla settimana?

Puoi produrre contenuti? Quanti a settimana?

ELEMENTI NEGATIVI DEL BUDGET

- Limiti imposti dalla legge
- Limiti imposti da un Ordine professionale
- Limiti imposti da linguaggio corporativo
- Limiti nella credibilità della promessa
- Esistono siti aggregatori di domanda-offerta
- Esistono intermediari che intercettano l'offerta
- È difficile intercettare il pubblico su Facebook
- È difficile intercettare il pubblico su Google
- Non possiamo parlare dei clienti che seguiamo
- Non possiamo ottenere feedback dai clienti
- Problemi pregressi di reputazione online
- Target è immobile o impermeabile al cambiamento