

Checklist Για Αγορά

1) Μέγεθος.

- A) Είναι αρκετά μεγάλη για να εξυπηρετήσει τους σκοπούς σου; Μήπως είναι πιο μεγάλη από όσο χρειάζεται;
- B) Πόσοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες;
- Γ) Πόσοι από αυτούς είναι ιδανικοί;

2) Προσέγγιση.

- A) Έχει κάποιος προσεγγίσει την αγορά αυτή πριν από σένα;
- B) Είναι ήδη οργανωμένοι σε γκρουπ; (οργανισμοί, clubs, κλπ)
- Γ) Τι έντυπα μέσα διαβάζουν;
- Δ) Τι άλλα μέσα τους αγγίζουν; (ραδιόφωνο, websites κλπ)
- E) Μπορείς να βρεις λίστες;
- ΣΤ) Υπάρχει κάποιος που επηρεάζει την αγορά και με τον οποίο μπορείς να συνεργαστείς;
- Z) Υπάρχει κάποιος άλλος που μπορείς να ακολουθήσεις; Δεν χρειάζεται να ανακαλύψεις ξανά τον τροχό.
- Η) Υπάρχει κάποιος που πουλάει στην συγκεκριμένη αγορά και δεν είναι ανταγωνιστής;
- Θ) Μπορείς να προσεγγίσεις την αγορά αυτή σε λογικό κόστος;
- I) Ποιος είναι ο ανταγωνισμός; Ποιο είναι το USP τους; Γιατί είσαι διαφορετικός;

3) Ανταπόκριση.

- A) Ξοδεύονται χρήματα σε αυτή την αγορά;
- B) Αγοράζουν στην κατηγορία στην οποία είσαι;
- Γ) Έχουν χρήματα για να αγοράσουν;
- Δ) Μπορούν να αγοράσουν στα επίπεδα και στο ύψος των τιμών που θέλεις;

4) Ανάγκες – Επιθυμίες.

- A) Έχεις κάποιο λόγο για να είσαι σε αυτή την αγορά;
- B) Ποιο είναι το πρόβλημα, ο πόνος, η αγανάκτηση στην οποία μπορείς να φέρεις μία ανώτερη λύση;

Γ) Ποια είναι η προσδοκία, ελπίδα, επιθυμία την οποία μπορείς να ικανοποιήσεις καλύτερα από οποιονδήποτε άλλο;

Δ) Μπορείς να δημιουργήσεις μία USP με βάση τα παραπάνω;

5) Σχέση – συμπάθεια – συνάφεια.

A) Γιατί οι υποψήφιοι πελάτες να θέλουν να αγοράσουν από σένα;

B) Είσαι ένας από αυτούς; Ποια είναι η σύνδεση που μπορεί να γίνει; (κοινές αξίες, προβλήματα κλπ)

6) Niches

A) Μπορείς να χωρίσεις τους υποψήφιους πελάτες σε κατηγορίες;

B) Υπάρχουν κατηγορίες κλειδιά στις οποίες θα πρέπει να μιλήσεις διαφορετικά από τους υπόλοιπους;

7) Δημογραφικά, ψυχογραφικά κριτήρια

A) Έχει νόημα η αγορά; (πχ οι πελάτες είναι κοντά στην σύνταξη)

B) Πως νιώθουν για αυτό που πουλάς; Μπορείς να συνδεθείς με αυτά τα συναισθήματα;

8) Τιμολόγηση

A) Υπάρχει κάποια τιμολογιακή ευκαιρία;

B) Ποια είναι η τιμολογιακή σου πολιτική;

Γ) Εκτός της τιμής τι άλλο μπορείς να προσθέσεις σαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα; (bonuses, εγγύηση)