****

**Villám Vevőszerző Program ideális vásárlói**

**A kezdő / indításon gondolkozó vállalkozó avatarja:**

* név: Kezdő Károly / Rajtoló Róbert
* életkor: 25-45
* lakhely: bárhol az országban
* családi állapot: kapcsolatban él vagy házas
* gyerekek száma, életkora: sokszor még gyermektelen, de gyakran már van 1-2 gyermek, jellemzően kicsik még
* foglalkozás: irodai, számítógépes munka, saját maga főnöke
* munkahely kategóriája: saját frissen indult (jellemzően most kezdi vagy max 2-3 éves) vállalkozása van, gyakran otthonról dolgozik (nappali vagy háló), néha közösségi irodákba jár
* teljes havi átlag jövedelme: kezdéskor még éppen csak éldegél a vállalkozás, így pár százezer (max 300e, de inkább kevesebb) forint a személyes kassza, jellemzően kevésnek érzi (főleg családdal) és rendesen be kell osztani a vállalkozás költségeivel együtt
* tanulmányai: sokszor van diploma, de nem egyértelműen jellemző, sokaknak csak középfokú tanulmányuk van
* kiben és miben bízik, akár termék, akár véleményvezér szinten?
	+ újságok, könyvek amiket olvas:
		- magyar tanácsadók könyvei: Marketing Biblia, Lévai Ricsi könyvei, Mészáros Robi, Gál Kristóf könyve – ezek közül azért még nem olvasta mindegyiket, hiszen most kezdte és fokozatosan ismerkedik csak meg ezekkel a nevekkel
	+ rendezvények, amiket látogat:
		- Marketing Expo, Ecommerce Expo, Marketing Fesztivál – mivel most kezdte, még nem volt mindegyiken, csak fokozatosan ismerkedik velük, talán már volt 1-2 rendezvényen
	+ termékek, amiket használ:
		- esetünkben ezek szoftverek
		- SalesAutopilot, Optimonk, Webgalamb, Listamester, WordPress, Avada-Divi – szintén nem ismeri még mindet, nagyon örül egy-egy jó DIY szoftvernek, hisz még csak most indult
	+ véleményvezérek, akiket követ és akiknek ad a szavára: Marketing Commando, Marketingszöveg.com, Gazdagmami, Lévai Ricsi, Gál Kristóf, PJA, SalesAutopilot, Shoprenter / Optimonk / Zajdó Csaba, Mészáros Robi (BrandBirds) – szintén, csak lépésenként ismerkedik ezekkel a cégekkel
* közösségei
	+ tanácsadó cégek zárt csoportjai
		- gotomarketing (Marketing Commando)
		- Marketingszöveg.com-előfizetők
		- Vállalkozóból vállalkozás (Gál Kristóf)
		- BrandBirds Club (Mészáros Robi)
		- Gazdagmami Fb csoport
		- Imádok Vállalkozni csoport
		- nem tagja mindnek, mert nem is biztos, hogy még mindet ismeri

**A sikeres vállalkozó avatarja:**

* név: Sikeres Sándor
* életkor: 35-45
* lakhely: bárhol az országban
* családi állapot: kapcsolatban él vagy házas
* gyerekek száma, életkora: jellemzően legalább 1, gyakran 2 db, 18 év alattiak, még otthon élnek
* foglalkozás: irodai, számítógépes munka, saját maga főnöke
* munkahely kategóriája: már futó, sikeres vállalkozása van
* teljes havi átlag jövedelme: jellemzően már jól él, sok százezres vagy akár millió körüli havi magánjövedelemmel és a cége is éves szinten sok-sok százezret, gyakran milliós összeget költ marketinggel kapcsolatos képzésre, fejlesztésre (van egy szűk réteg, akinek pár millió és afölötti a havi jövedelme, de az még nem jellemző)
* tanulmányai: sokszor van diploma, de nem egyértelműen jellemző, sokaknak csak középfokú tanulmányuk van
* kiben és miben bízik?
	+ újságok, könyvek amiket olvas:
		- magyar tanácsadók könyvei: Marketing Biblia, Lévai Ricsi könyvei, Mészáros Robi, Gál Kristóf könyve – ezek közül a legtöbbet ismeri, mert évek óta képzi magát és ez volt a sikerének záloga
	+ rendezvények, amiket látogat:
		- Marketing Expo, Ecommerce Expo, Marketing Fesztivál
		- rendszeresen látogatta ezeket egy ideig, akár még ma is személyesen jár, mert imádja a közösséget, hangulatot. Gyakran előfordul, hogy ma már a marketingese vagy marketinges csapat megy rájuk.
	+ termékek, amiket használ:
		- esetünkben ezek szoftverek
		- SalesAutopilot, Optimonk, Webgalamb, Listamester, WordPress, Avada-Divi
		- a legtöbbet már ismeri, nem saját maga kattintgat azonban, tehát annyira nem izgul rá a szoftverekre. Kivitelezőt vagy belsős csapattársat bíz meg ezekkel és az Ő feladatuk ez.
	+ véleményvezérek, akiket követ és akiknek ad a szavára: Marketing Commando, Marketingszöveg.com, Gazdagmami, Lévai Ricsi, Gál Kristóf, PJA, SalesAutopilot, Shoprenter / Optimonk / Zajdó Csaba, Mészáros Robi (BrandBirds)
		- ezek közül a legtöbbet ismeri, mert évek óta képzi magát és ez volt a sikerének záloga
		- több céget már ki is nőtt: 3-4 évig intenzíven tanult tőlük és már mindent megkapott, amit meglehetett. Ilyenkor sokszor csalódottnak érzi magát, úgy érzi, hogy nem fejlődnek már ezek a tanácsadók és csak a „kezdőkkel foglalkoznak”. Egy idő után ezért néha lepattan a tanácsadókról, újat keres, új területen, ahol megint újat tud tanulni.
* közösségei
	+ tanácsadó cégek zárt csoportjai
		- gotomarketing (Marketing Commando)
		- Marketingszöveg.com-előfizetők
		- Vállalkozóból vállalkozás (Gál Kristóf)
		- BrandBirds Club (Mészáros Robi)
		- Gazdagmami Fb csoport
	+ előfizetéses rendszereknek is sokszor tagja
	+ néha mastermindjai is vannak
	+ néha komoly fizetős programokon is részt vesznek és itt is kialakulnak exkluzív mastermindok
		- PJA Elit Coaching, Marketing Fitnesz Program (Marketing Commando)

**A marketinges avatarja:**

* név: Marketing Miki
* életkor: 25-45
* lakhely: bárhol az országban
* családi állapot: kapcsolatban él vagy házas
* gyerekek száma, életkora: jellemzően legalább 1, gyakran 2 db, 18 év alattiak, még otthon élnek
* foglalkozás: irodai, számítógépes munka, saját maga főnöke
* munkahely kategóriája: már futó, sikeres vállalkozása van
* teljes havi átlag jövedelme: itt lényegtelen a marketingesnek a jövedelme, mert jellemzően a cége biztosítja a vásárlásnak az ellenértékét.
* tanulmányai: jellemzően diplomás marketinges, bár azért van egy határozott szelet, aki „self made” marketinges és nincs ilyen irányú végzettsége
* kiben és miben bízik?
	+ újságok, könyvek amiket olvas:
		- magyar tanácsadók könyvei: Marketing Biblia, Lévai Ricsi könyvei, Mészáros Robi, Gál Kristóf könyve
		- jó részét ismeri
	+ rendezvények, amiket látogat:
		- Marketing Expo, Ecommerce Expo, Marketing Fesztivál
		- volt többféle rendezvényen is
	+ termékek, amiket használ:
		- esetünkben ezek szoftverek
		- SalesAutopilot, Optimonk, Webgalamb, Listamester, WordPress, Avada-Divi
		- aktívan használja a szoftvereket a mindennapi munkájában, örül egy-egy új szoftver javaslatnak
	+ véleményvezérek, akiket követ és akiknek ad a szavára: Marketing Commando, Marketingszöveg.com, Gazdagmami, Lévai Ricsi, Gál Kristóf, PJA, SalesAutopilot, Shoprenter / Optimonk / Zajdó Csaba, Mészáros Robi (BrandBirds)
		- követi a legtöbb ilyen céget, szereti őket, folyamatosan tanul tőlük fenntartások nélkül
* közösségei
	+ tanácsadó cégek zárt csoportjai
		- gotomarketing (Marketing Commando)
		- Marketingszöveg.com-előfizetők
		- Vállalkozóból vállalkozás (Gál Kristóf)
		- BrandBirds Club (Mészáros Robi)
		- Gazdagmami Fb csoport
	+ előfizetéses rendszereknek is sokszor tagja

Nagyjából így néz ki egy kitöltött ideális vásárló dokumentum eddig. ☺

### „Szív és lélek” – így válik élettel telivé, megfoghatóvá az avatarod

**Mi a probléma / vágy? (Amit megold a terméked.)**

Vannak olyan cégek, akiken nem lehet segíteni, mert:

* rendeletileg nem működhetnek tovább
* és nem hajlandóak új terméket, új szolgáltatást csinálni (akár új közönségnek)

Viszont vannak olyanok is, akiken lehet segíteni:

* van eladható cuccuk
* van meglévő követőtáboruk, akikből most gyorsan tudnak profitos bevételt szerezni
* és persze vannak azok is, akiknek nincs követőtáboruk, de azért szeretnének vevőt szerezni, nekik lesz jó a Fb hirdetés mesterkurzus

**Mi az eredmény, mi az érték? (Amivel a vevő már elégedett.)**

Jelenleg a kutatásban résztvevők döntő többsége az azonnali vevőszerzésben kért segítséget.

Ezért szakmai szempontból a leggyorsabb bevételt hozó területekkel kellene foglalkozni:

* alapok, hogy ne egy tucat vállalkozásként jöjjenek le a piacon (ideális vásárló + pozicionálás)
* ajánlat: ne csak egy sima termékük legyen, hanem egy szexisebb ajánlat
* értékesítési oldal: hogy el is tudják adni
* kampányolás: a meglévő követőkből a lehető leggyorsabb bevételre szert tenni, profittal!

Most valószínűleg nincs itt az ideje a teljesen új, hideg vevőszerzésnek, mert az mindig költségesebb és sokan a túlélésért küzdenek.

**Mik a kihívások, félelmek, gátak a témádban? (Ami visszatarthatja a vevőt a vásárlástól.)**

* Nem ismer még engem, nem bízik bennem.
	+ landing oldal hitelességnövelő elemeket használni
	+ történetem bemutatása az értékesítési oldalról kattintható formában
* Úgy érzi, nyerészkedni akarunk és azért csináljuk ezt a mostani nehéz helyzetben
	+ a levelekben részletesen kifejtem, hogy nem igazán keresünk pénzt a programon
	+ lehetne beszélni a befektetett munkaórák számáról
	+ a program eredményességének a 10%-át az EtesdADokit programra fordítjuk
* Nincs pénze
	+ itt beszélhetünk majd arról, hogy miért éri meg a program, miért kap sokkal többet, de valójában akinek nincs erre 30e Ft-ja, az nem lesz jó vevő és nem akarom elszedni a pénzüket
* Már egy csomó tananyagot megvásárolt, ez mitől más?
	+ elsősorban attól, hogy személyesség van benne: kérdezhet a csoportokban, nem pedig csak úgy egy infóterméket vásárol meg
	+ nem tudást árulunk, hanem útontartást, vezetett fókuszt
* Nem tudja, hogy az Ő vállalkozásának jó-e ez a program
	+ értékesítési oldalra kitenni a kinek való részt korábbról
	+ esetleg konkrétabban beszélni arról, hogy kinek való
* Nincs email listája, se követőtábora
	+ Listaépítés bónusz
	+ plusz a kifogáskezelő levelekben beszélni róla