

# Profilul CLIENTULUI IDEAL

Ghid Practic

- ✓ Background
- ✓ Interese
- ✓ Finanțe
- ✓ Comportament de cumpărare

Definește clientul tău perfect

PRINTABIL | EDITABIL

[www.DigitalFairy.ro](http://www.DigitalFairy.ro)



*Bine ai venit!*

## HELLO, I'M YOUR DIGITAL FAIRY

Am creat un brand autentic și diferit. Cum am reușit? Am făcut o mare schimbare în gândirea mea.

Apoi am preluat controlul și am început să construiesc percepția despre mine ca persoană, ca brand.



Acum, am combinat cei peste 10 ani de experiență și cunoștințele de specialitate în psihologie și felul în care oamenii formează relații în formula mea semnată Digital Fairy™, astfel încât să te ajut să poți progresa și să construiești un brand irezistibil.

Noi, echipa Digital Fairy, suntem încântați să începem să lucrăm cu tine! În continuare sunt câteva întrebări pentru a te ajuta să înțelegi mai bine direcția în care ai dori să îți îndrepti brandul să evolueze.

Te rugăm să fii cât mai detaliat pe cât posibil cu răspunsurile tale! Acest lucru te va ajuta să creezi un aspect general care să vorbească pentru publicul tău și să reflecte cu exactitate stilul afacerii tale.

Să începem!

CRISTINA DOBRI  
BRAND STRATEGIST & CREATIVE DIRECTOR





GIFT VOUCHER

COD: FAIRY

**-10% OFF**

LA URMĂTOAREA TA ACHIZIȚIE

NECUMULABIL CU ALTE OFERTE SAU REDUCERI

DIGITALFAIRY.RO

Cum poți folosi voucher-ul:

- Accesează site-ul *DigitalFairy.ro* la secțiunea "Formular de contact" sau dând clic **AICI >>>**
- Programează automat un apel GRATUIT folosind calendarul online.
- Toate serviciile care ți se potrivesc și te hotărăști să le achiziționezi în urma apelului vor avea o reducere de 10% dacă menționezi codul "FAIRY"

Servicii disponibile:

- Realizare site-uri unice ca design
- Branding - Transformă imaginea afacerii tale
- Marketing - Reclame care vând
- Postări social media - aspect profesional, create spre conversie
- Accesează Magazinul cu template-uri de postări **AICI >>>**

# CLIENTUL IDEAL

*Cum să definești clientul ideal (4 întrebări pe care trebuie să le adresezi:*

Răspunsurile la aceste întrebări despre profilul clienților de la începutul și apoi în timpul creșterii afacerii tale te ajuta să economisești timp încercând la nesfârșit să fii un brand pentru toți oamenii.

## *1. Cum arată?*

Definirea clientului ideal începe cu lucruri precum:

- date demografice
- psihografie
- provocări sau probleme.

Acestea sunt tipurile de lucruri cu care începi, dar trebuie să le definești în mod restrâns sau vei urmări doar orice client parțial definit care are o carte de vizită pe piața ta țintă.

### *Date demografice*

- Business2Business (B2B) pot fi tipul de industrie, titlul postului respectiv, anii în care o companie a lucrat și/sau nivelurile de venituri.
- Business2Consumer (B2C) datele demografice pot fi vârsta, sexul, boala, venitul și o anumită zonă a orașului.

*Psihografie* — Înțelege unde se întâlnesc, ce citesc, ce ascultă, ce caută online, ce îi face să fie interesați, ce îi determină să caute o soluție

*Provocări sau probleme* — Marketingul se referă la rezolvarea problemelor clienților, indiferent dacă acestea sunt probleme cu care se confruntă clienții în prezent sau probleme cu care se vor confrunța pe măsură ce viața lor evoluează și nevoile lor se schimbă.

## 2. Care sunt problemele lor?

Indiferent ce vinzi – un produs, un serviciu, un abonament etc. – vinzi o soluție pentru o problemă... iar oamenii caută să-și rezolve problemele.

Proprietarul de afaceri care poate înțelege cel mai bine problema este cel mai probabil cel care va avea succes. În aproape toate cazurile, actul de a rezolva probleme ar trebui să fie punctul principal al oricărei interacțiuni cu un potențial client.

Un sondaj recent a constatat că 80% dintre cumpărători **NU** cred că vânzătorii cu care au de-a face își înțeleg afacerea.

74% dintre cumpărătorii B2B aleg agentul de vânzări care a fost primul care a adăugat valoare și perspectivă în procesul lor de cumpărare.

În mod clar, o perspectivă asupra problemelor pe care le întâmpină clienții este esențială, deoarece foarte puțini oameni își doresc ceea ce vinzi. Asta nu este o lovitură pentru tine sau afacerea ta sau soluțiile tale. Sunt sigur că toate sunt remarcabile. Oamenii vor ceea ce cred că vor obține pe baza cumpărării a ceea ce vinzi.

De exemplu, mulți clienți potențiali ai firmei mele ar putea spune lucruri precum — vreau doar să-mi sune telefonul, vreau să am postări frumoase și inteligente, vreau mai multe recomandări, vreau mai puține dureri de cap cu marketing-ul, vreau ca site-ul meu să genereze venit, simt că pierd bani pe marketing ineficient etc.

Deci firma mea nu vinde marketing strategic sau planuri de marketing sau chiar consultanță - tot ce trebuie să știe clienții mei ideali despre ceea ce facem este:

Facem telefonul să sune – sfârșitul poveștii.

Facem postări frumoase și inteligente - sfârșitul poveștii.

Facem mai multe recomandări – sfârșitul poveștii.

Facem durerile de cap de marketing să dispară – sfârșitul poveștii.

Facem ca site-ul web să genereze clienți potențiali – sfârșitul poveștii.

Facem ca banii din marketing să genereze venit – sfârșitul poveștii.

Un alt exemplu, un salon de masaj: ar putea avea cele mai bune mese, uleiuri și terapeutul cel mai înalt calificat, dar tot ce le pasă clienților lor este ca durerea și disconfortul lor să dispară.

Deci, aceasta este promisiunea de care au nevoie pentru a o comunica și a o promova. Restul sunt detalii care nu e necesar să îl convingă pe client.

### *3. Cum vor să fie serviți?*

Ceea ce îți cer cu adevărat aici este să înțelegi mai întâi cerințele și așteptările pe care le are un client ideal și apoi să descoperi modalități de a le aborda prin interacțiunile pe care le au cu afacerea ta.

Clienții ideali merg imediat și cumpără sau sunt mereu în căutarea unei oferte de probă(mostră)? Apreciază livrarea informațiilor pe cale electronică sau preferă metode tradiționale? Se bucură de comunicare frecventă sau de comunicare trimestrială?

Acest proces începe cu vizualizarea afacerii tale în 5 etape și descoperirea modului în care îți vei trece clienții potențiali de la cunoașterea afacerii/soluției tale pentru a-i educa cu privire la beneficiile/problemele pe care le rezolvi, pentru a proba expertiza/soluția ta, pentru a-ți achiziționa oferta care li se potrivește și a trimiteși pe alții către afacerea ta.

Nimic nu contează mai mult pentru o afacere decât modul în care interacționează și deservește un client în timpul experienței sale cu acel brand. Modul în care se simte clientul va determina dacă afacerea supraviețuiește sau se scufundă. Secretele creșterii organice a fiecărei afaceri sunt experiențele grozave ale clienților, nu marketingul făcut.

#### **4. Ce cred ei că este valoarea?**

„Valoarea este în ochii privitorului”, ca să spunem așa. Partea dificilă a acestei întrebări este să-ți amintești că **privitorul nu ești tu**. Este clientul tău ideal. Trebuie să ajungi să înțelegi cum gândesc clienții ideali și să determini ce este valoarea.

Dacă dorești să reușești în afaceri, trebuie să găsești o modalitate de a prezenta o diferențiere într-un mod pe care clienții ideali îl doresc și îl prețuiesc. Destul de des, clienții tăi prețuiesc lucrurile mici pe care le faci și care sunt speciale.

Intervievarea clienților este o modalitate excelentă de a obține o perspectivă asupra a ceea ce cred ei că este valoarea.

Ce fel de întrebare ar trebui să le adresezi clienților? Începe cu acesta:

Care este singurul lucru pe care nu ar trebui să ne oprim niciodată să îl facem?

Află ce prețuiesc cu adevărat clienții tăi la tine, serviciile/produsele și compania ta. Această întrebare îți permite să descoperi adevăratul tău atu. Este vorba despre personalul prietenos, felul în care obțin rezultate, abordarea, capacitatea de răspuns 24 de ore din 24, etc?

Dacă încerci să fii pe placul tuturor clienților, sigur nu vei reuși. Cea mai mare luptă pe care o văd la proprietarii de mici afaceri este să decidă cine contează. Trebuie să petreci timp definind îndeaproape cum arată clientul tău ideal înainte de a propune orice tactică menită să crească vânzările.

# PROFILUL CLIENTULUI

Demografia este importantă, dar este doar vârful aisbergului. Cu toate acestea, atât de multe mărci își descriu cumpărătorul ideal ca fiind: femeie, între 25 și 34 de ani, care locuiește în România.

Este o descriere foarte superficială, care este mult prea vagă și nu te va ajuta să creezi un brand care este irezistibil pentru clienții tăi.

Vei simți că vorbești în gol și te vei întreba de ce, în ciuda a mult trafic, nu obții prea multe vânzări. De aceea, vreau să sapi mai adânc și să înțelegi cu adevărat ce este în capul clientului tău.

Crearea unui profil de cumpărător te va ajuta să înțelegi ce trebuie să știe, să simtă și să înțeleagă cumpărătorul tău înainte de a-și manifesta interesul pentru produsele sau serviciile tale. De asemenea, este mai ușor să îți imaginezi această persoană ca pe o persoană reală, nu doar ca pe un concept.

Să creăm un detaliat profil al cumpărătorului. Ne vom scufunda adânc în obiceiurile, convingerile, situația și trăsăturile de caracter ale clientului tău ideal, astfel încât să le înțelegem la bază și să știm ce va rezona cu ele.

Poți avea câteva profiluri de persoane ideale pentru clienți. Mergi cât de adânc poți și concentrează-te întotdeauna asupra modului în care se simt și a ceea ce își doresc.

Pe pagina următoare vei găsi un exemplu de profil pe care l-am creat pentru unul dintre clienții noștri. Utilizează acest exemplu pentru a îți crea propriul profil de client.

## PRO TIP

Agață profilurile clienților pe peretele din biroului tău, ca o amintire constantă a persoanei căreia te adresezi.

Împărtășește-le și cu echipa ta!

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS



Aici poți defini tipurile de clienți pe care brandul tău caută să îi ajute. Explică cine sunt clienții tăi și cum poate firma ta să le rezolve problemele. Având personalitatea clienților tăi, te va ajuta să ai o imagine mai bună despre cine sunt clienții tăi, despre valorile și caracteristicile acestora.

### 1. Cum arată?

- .....
- .....
- .....

### 2. Care sunt problemele lor?

- .....
- .....
- .....

### 3. Cum vor să fie serviți?

- .....
- .....
- .....

### 4. Ce cred ei că este valoarea?

- .....
- .....
- .....

Pentru a te ajuta să construiești profilul detaliat al clientului tău, răspunde la următoarele întrebări, pe o scară de la 1(cel mai puțin) la 10 (cel mai mult) :

### 1. Clientul face cumpărături online

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### 2. Costul produsului/serviciului influențează decizia clientului de a cumpăra

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### 3. Locația firmei mele contează în decizia de cumpărare

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### 4. Clientul este familiarizat cu tipul de produs/serviciu pe care îl promovez

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

Accesibilitatea este conceptul conform căruia un produs sau un serviciu poate fi folosit de toată lumea, indiferent cum îl întâlnesc. Există legi de accesibilitate pentru a ajuta persoanele cu dizabilități, dar oricum designerii ar trebui să încerce să se adapteze tuturor potențialilor utilizatori în multe contexte de utilizare.

1. Poate orice persoană fi interesată de produsul sau serviciul tău?

Da

Nu

Poate

2. Produsul se adresează predominant unei anumite categorii de vârstă?

Da

Nu

Poate

3. Produsul se adresează predominant unei anumite categorii sociale?

Da

Nu

Poate

4. Produsul se adresează predominant unui anumite gen(feminin/masculin/altceva)?

Da

Nu

Poate

5. Oricine își poate permite produsul indiferent de venit?

Da

Nu

Poate

6. Produsul este livrat digital

Da

Nu

7. Produsul este livrat fizic

Da

Nu

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

## ANDREEA - Femeie, 32 ani, CORPORATISTĂ

- Dimineața se trezește devreme, nopțile stă până târziu, zilele aglomerate, deci nu are suficient timp pentru ea
- Se grăbește să se îmbrace dimineața și se schimbă rapid în după-amiaza să se bucure de serile ei în oraș
- Face cursuri de formare profesională. Vrea să învețe lucruri noi.
- Ea depune mult efort să își stabilească un brand
- Weekend-urile și serile târzii sunt singurele momente când ea are timp liber

### BACKGROUND

Angajat full time

Locuiește la oraș

Singură

### TRĂSĂTURI DE PERSONALITATE

Extrovertită, încrezătoare

Îi place să fie în preajma oamenilor

Performanță ridicată, ambițioasă

### PUTERE DE CUMPĂRARE

Poate cheltui cu ușurință 500 RON ca impuls

Dacă vrea să cheltuiască mai mult, face cercetări pentru a vedea dacă produsul se potrivește cu descriere, când are încredere poate cheltui mai multe de 500 RON.

### INTERESE

Promovare online

Dezvoltare personală

Stil sănătos de viață

### FINANȚE

Venituri de peste 50.000 RON pe an

Conștientă de cheltuielile sale, dar îi place să se răsfete uneori

Preferă să folosească cardul

### SOCIAL MEDIA FAVORITĂ

Facebook

Instagram

Youtube

## NOTE

### COMPORTAMENT ONLINE

- Petrece mult timp pe telefonul ei mai ales seara în mod constant
- Face scroll pe Instagram căutând inspirație
- Adună lucruri care îi plac pe Pinterest
- Caută lucruri frumoase de care să cumpere pe Facebook
- Urmărește bloggeri precum X, Y și Z

### BARIERE ÎN ACHIZIȚII

- Copleșită de nr alegerilor
- Nu este încrezătoare în brand, în calitatea produsului
- Neștiind care este direcția ei în carieră și dacă produsul o va reprezenta
- Experiență slabă la cumpărături
- Lipsa mementourilor pentru a finaliza achiziția când a uitat că e plin coșul și a continuat să răsfoiască
- Lipsa de inspirație, produse potrivite

### PROVOCĂRI

- Lipsa timpului
- Adesea simte lipsă de încredere
- Simte o dorință profundă de a se putea conecta mai ușor cu ceilalți,
- Și-ar dori să aibă propriul ei stil unic care ar fi la fel de îndrăzneț și carismatici ca influenți pe care îi urmărește, dar ea nu vrea doar să îi copieze ci să dezvolte stilul ei de coaching/mentorat/cursuri/predat.

### COMPORTAMENT DE CUMPĂRARE

- Face clic pe site-ul brandului și află mai multe despre produse
- Dacă îi place, îl adaugă în coș, dar de multe ori continuă să navigheze și uită să plătească
- Salvează la favorite astfel încât să se poată întoarce cu ușurință pentru a lua decizii atunci când are timp
- Este conștientă de cheltuielile ei, din când în când, dacă se conectează cu brandul și produsul -> achiziționează.

### OBIECTIVE

- Să se simtă îngrijită, prețuită,
- Să aibă grijă de ea însăși, cumpărând ceva dragut
- Crește-i încrederea, arată-i personalitate brandului
- Sentiment de eleganță și profesionalism
- Descoperă stilul ei personal și unicitatea

### SOLUȚII OFERITE

- Oferă-i inspirație
- Ajut-o să-și descopere stilul brandului
- Oferă o experiență ușoară de cumpărături
- Amintește-i de întâlnirile importante și facilitează să își stabilească brandul
- Ajut-o să se simtă importantă, pregătită
- Pregătește tutoriale pentru a-i fi ușor să utilizeze serviciile/produsele.

# PERSOANA #1

## BACKGROUND

## TRĂSĂTURI PERSONALITATE

## PUTERE DE CUMPĂRARE

## INTERESE

## FINANȚE

## SOCIAL MEDIA FAVORITĂ

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

NOTE

COMPORTAMENT ONLINE

COMPORTAMENT DE CUMPĂRARE

BARIERE ÎN ACHZIȚII

OBIECTIVE

PROVOCĂRI

SOLUȚII OFERITE

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

## PERSOANA #2

### BACKGROUND

### TRĂSĂTURI PERSONALITATE

### PUTERE DE CUMPĂRARE

### INTERESE

### FINANȚE

### SOCIAL MEDIA FAVORITĂ

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS



NOTE

COMPORTAMENT ONLINE

COMPORTAMENT DE CUMPĂRARE

BARIERE ÎN ACHZIȚII

OBIECTIVE

PROVOCĂRI

SOLUȚII OFERITE

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

## PERSOANA #3

### BACKGROUND

### TRĂSĂTURI PERSONALITATE

### PUTERE DE CUMPĂRARE

### INTERESE

### FINANȚE

### SOCIAL MEDIA FAVORITĂ

NOTE

COMPORTAMENT ONLINE

COMPORTAMENT DE CUMPĂRARE

BARIERE ÎN ACHZIȚII

OBIECTIVE

PROVOCĂRI

SOLUȚII OFERITE

---

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

# Recenzii clienți



## Andrada Alexandra Giurgea

"Site-ul LAtelierBeauty.ro este tot ceea ce mi-am dorit și mai mult. Cristina a reușit să îmi citească efectiv gândurile. procesul foarte eficient și rapid"



## George Bodea

"Strategia și designul ambalajelor și postărilor realizate pentru pagina noastră de instagram @Berryvibes.ro ne-a format o imagine profesională"



## Simona Toboșaru

Logo-ul și template-urile de postări împreună cu fonturile alese și paleta de culori reflectă perfect energia brandului meu.



## Alexandru Buruiană

Servicii de branding foarte bune. De asemenea, comunicarea a fost eficienta pe tot parcursul proiectului.

**PROGRAMEAZĂ APEL GRATUIT** 

DIGITAL FAIRY

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS

Sunt foarte încântată că ai decis să faci acest pas important pentru a îți crea propriul brand!

Numele meu este Cristina, fondatoarea **DigitalFairy.ro**. Am creat inițial aceste ghiduri practice pentru mine, pentru a le folosi în afacerea mea. Cu toate acestea, după multe solicitări din partea clienților mei, am decis să le împărtășesc lumii. Sunt foarte bucuroasă că pot ajuta alți antreprenori ca mine, deoarece știu cât de complicate pot fi lucrurile.

Notă:

Dacă ai întrebări te rog să mă contactezi la:

[hello@digitalfairy.ro](mailto:hello@digitalfairy.ro)

**DIGITAL FAIRY**

BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS



*Contact*



[DIGITALFAIRY.RO](https://www.digitalfairy.ro)



[DIGITALFAIRY.RO](https://www.digitalfairy.ro)



[HELLO@DIGITALFAIRY.RO](mailto:HELLO@DIGITALFAIRY.RO)



[DIGITAL FAIRY](https://www.tiktok.com/@digitalfairy)

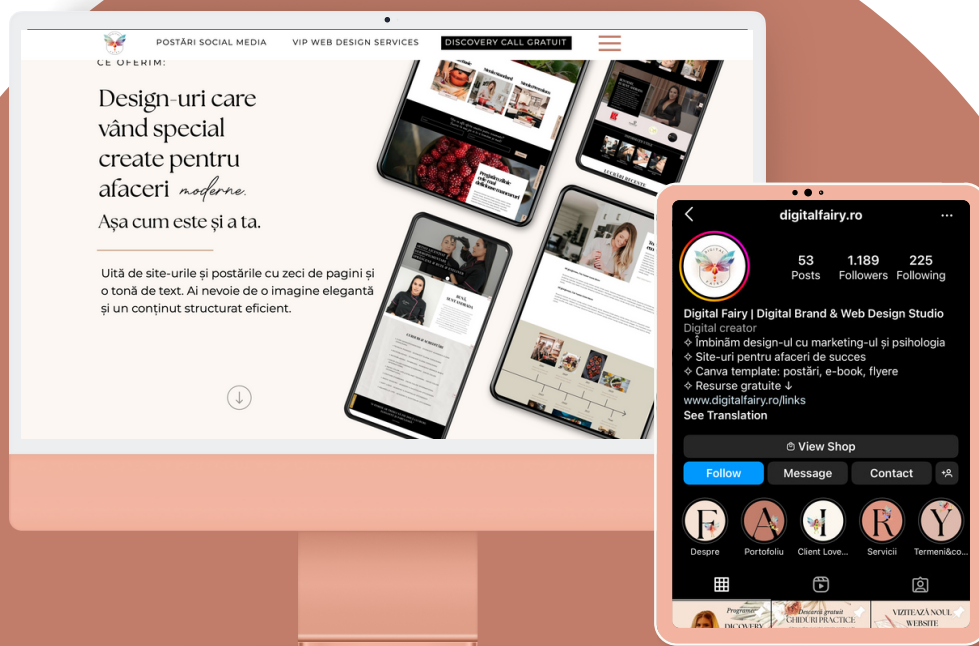


[CRISTINA DOBRI](https://www.youtube.com/c/CristinaDobri)

# NU UITA SĂ NI TE ALĂTURI PE SOCIAL MEDIA

Scopul nostru la DIGITAL FAIRY este să îți oferim cele mai bune instrumente și suport pentru a construi brandul visurilor tale. Acest ghid practic în mod specific este realizat pentru a te ajuta pe tot parcursul procesului creativ.

Dacă ți-a plăcut să folosești oricare dintre sfaturile noastre, te rugăm să ne etichetezi pe Instagram! Ne-ar plăcea să îți dăm un share.



hello@digitalfairy.ro



@digitalfairy.ro



@digitalfairy.ro



0755-99-22-01

*Mult succes!*

WWW.DIGITALFAIRY.RO



BRINGING MAGIC INTO YOUR BUSINESS