



## PDF Profilarea clienților

*În acest material găsești întrebările de calificare și clarificare pentru afacerea ta. Întrebările au scopul de a descoperi problemele clienților tăi și de a identifica profilul de client cu potențialul cel mai mare de cumpărare pentru afacerea ta.*

---

\* Acest material PDF are titlu informativ și este GRATUIT, cu caracter orientativ și pot avea efecte diferite în anumite condiții sau circumstanțe. NU reproduce. NU vinde acest document. NU schimbă textul sau conținutul.

\* Reproducerea, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, sau punerea la dispoziția publică cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului, reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

\* **Toate drepturile rezervate @ SebastianBala.ro & Start4Business.ro 2023**

## De ce este important si util să facem Profilul clienților?

- **Ne cunoaștem clienții** mai bine și știm cum să îi abordăm.
- Știm **cum să le vindem** prin înțelegerea modului în care ei cumpără.
- Pentru a stabili **o relație cu clienții** pe termen lung sau a nu căuta o relație.
- Pentru a crește eficiența campaniilor de marketing: **reducerea costurilor de marketing**, reducerea efortului echipei de vânzări.
- Ne putem adresa unui număr mai mic de clienți însa cu o **rată de răspuns mai bună** la campaniile de promovare, conversie mai bună.
- Știm **cum să ne adresăm clienților**, le cunoaștem comportamentele de cumpărare, cum putem **să-i servim cât mai bine**.
- Le cunoaștem limbajul, ideile și dorințele clienților - le putem **trimite reclame cât mai bune** și asta va face ca persoana să fie încântată să cumpere de la noi.

## Profil de clienti vs Avatar de client

*Afla diferența dintre **Profil de clienti** și **Avatar de client**, precum și care sunt întrebările prin care conturăm profilul de client.*

### Ce înseamnă Avatar de client?

Din punctul nostru de vedere și al unor marketeri, **avatar de client** se referă la acel client țintă, pentru care a fost construit un produs sau un serviciu, un client imaginar. In termeni de specialitate se mai regăsește și sub numele de : persona, client ideal, client țintă.

Este acel client care are cea mai mare capacitate de cumpărare de la tine, un client model, căruia îi satisfaci cel mai bine nevoile cu produsele și serviciile tale. Este acel client căruia i se potrivesc cel mai bine produsele tale, chiar mai mult, este în sinergie cu afacerea și cu valorile companiei. Este o machetă, o persoană, nu neapărat că ar exista și în realitate.

### Ce înseamnă Profil de clienți?

Acei clienți pe care afacerea ta îl servește cel mai bine, definit prin acei clienți care au **caracteristici comune** precum: vârsta, localitate, ocupație, venituri etc.

Termenul se mai poate traduce și ca segment de clienți sau segment de piață, însă preferăm denumirea de **Profil de client**, dată fiind potrivirea cu uneltele de marketing online: Google Ads, Facebook Ads etc; mixate cu ceea ce oferim ca produs și tipologie de clienți, dornici să cumpere de la noi.

Pentru a ne clarifica, un **profil de clienți** (segment de piață) mai restrâns și concentra, este util prin faptul că ne **concentrăm reclamele să ajungă cu randament ridicat**, țintim acei clienții cu cel mai ridicat interes să cumpere.

Profilarea clienților înseamnă : mai puțin efort din partea echipei de marketing și de vânzări, costuri de marketing mai mici, procent de conversie mai bun, clienți care primesc mai ușor și mai bine produsele care li se potrivesc, interes mai ridicat față de colaborare, timp mai mic în procesul de comandă / vânzare.

### Cum putem determina / contura Profilul de clienți?

Pentru a contura profilul de clienți putem folosi mai multe metode. Relevanța metodelor este determinată de cunoașterea utilizării lor, de prelucrarea informațiilor cât și de acuratețea informațiilor care se preiau în această profilare.

Pentru a valida un profil de client sau un MVP, **îți recomand să te adresezi la un eșantion de 100 clienți sau posibili clienți** ( 100 de interogări ).

Fie că faci o cercetarea online, fie prin email cu un formular de întrebări, la baza ta de date sau pe grupuri de Facebook, **IMPORTANT** este să-ți faci o idee cât mai apropiată de realitate.

## **Câteva unelte și metode ajutătoare prin care să conturezi profilul de clienți pentru afacerea ta:**

**1. Google Analytics:** analiză după cuvintele cheie și strategia ta în google. Complementar pentru SEO poti folosi unelte precum: <https://www.semrush.com>, <https://ahrefs.com>

**2. Google Trends:** ai o estimare cu privire la cât de mari sunt căutarile din Google pe anumie topic-uri. Ai filtre de selectie precum: perioada, activitatea, regiunea, sursa de cautare.

Vezi site-ul oficial: [trends.google.com/trends](https://trends.google.com/trends) sau optional: [www.thinkwithgoogle.com](http://www.thinkwithgoogle.com)

**3. Chestionare sau formulare pe care le testezi pe un grup eșantion.** Grupul țintă (ales în raportul cu cercetarea) poate sa fie trecători pe stradă, între clienții actuali sau un public ales special pentru testarea produselor.

**4. Chestionar (în Google Form):** pe care îl poți posta în grupurile de pe Facebook sau să-l trimiți prin email la baza actuală de clienți.

**5. Faci o estimare aproximativă a profilului de client.** Află cât mai multe informații despre clienții tăi actuali prin: întrebări directe, aduni informații de pe profilul lor sau estimezi profilul după informațiile pe care le ai deja în CRM-ul de vânzări. Obiectivul este să găsești caracteristici pe care clientii tăi le au în comun.

**6. Colectezi informații** de la instituții sau organizații deja specializate: Institutul National de Statistica [www.insse.ro/cms](http://www.insse.ro/cms), [www.topfirme.com](http://www.topfirme.com) etc.

**7. Software specializate precum:** Cognitive SEO, Verfacto, Oracle CX Marketing, Adobe Analytics Elite.

**8. Metoda de brainstorming** între echipa de vânzări și marketing, folosind un model de întrebări la care să răspunzi cât mai în detaliu.

Ca și prim pas, poți începe prin a-ți pune câteva întrebări, cu scopul de a determina profilele principale, apoi să intri în detalii. Întrebările prin care conturezi segmentul de client sau avatarul de client sunt asemănătoare. Diferența este dată de faptul că atunci când ne **raportăm la un avatar**, este o singură persoană, când ne **raportăm la un segment**, este o plajă de clienți cu anumite caracteristici.

Dacă faci un **avatar de client**, dă-i un nume și te raportezi la o singură persoană. Dacă deja te gândești la **două tipuri de clienți diferiți**, consider că mai degrabă este un segment de clienți și iată mai jos câteva întrebări pe care să le folosești ca și ghidare.

**Mai jos găsești câteva întrebări utile de ghidare.**

Punctul A: întrebări de clarificare a problemelor și soluțiilor pentru publicul tău țintă.

B: întrebări de clarificare pentru publicul țintă.

## A. Identificarea problemelor și nevoilor din piață.

1. Care e piața pe care activezi? Cât de mare este piața pe care activezi?

.....  
.....

3. Unde se află clienții tăi în cea mai mare cantitate?

.....  
.....

4. Ce îi face pe clienți să cumpere serviciile voastre?

.....  
.....

5. Care este natura problemei clienților?

.....  
.....

6. Care sunt momentele în care clientul target experimentează problema?

.....  
.....

7. Cât de des vine în compania ta? În cât timp ia decizia de a apela la tine?

.....  
.....

8. Cât timp caută înainte să ia decizia? Cât timp pierde cu găsirea soluției?

.....  
.....

9. În ce alte arii ale vieții această problemă îl afectează?

.....  
.....

10. Care este efectul de domino?

.....  
.....

## *Profilarea clienților*

11. De ce nu pot să îmi rezolve singur problema?

.....  
.....

12. De ce li se întâmplă lor și altor oameni nu?

.....  
.....

13. Cum au încercat ei deja să rezolve problema în trecut?

.....  
.....

14. Cum ar fi viața lor dacă ar reuși să rezolve problema?

.....  
.....

15. Pentru ce anume vrei să fii ținut minte de clienții tăi?

.....  
.....

16. Unde și cum începe relația cu clienții tăi?

.....  
.....

17. Cum mențineți legătura cu clienții?

.....  
.....

18. Cât timp petrece clientul tau în compania ta?

.....  
.....

19. Ce întrebări își pune potențialul client/ clientul actual?

.....  
.....

## Profilarea clienților

20. Care sunt tendințele de cumpărare ale clientului tău? Există factori de influență?

.....  
.....

21. Cât cheltuie în medie un client în compania ta?

.....  
.....

22. Care este serviciul cel mai cerut de către clienții tăi?

.....  
.....

23. În ce măsură clienții tăi actuali te recomandă la alți clienți? Pentru ce te recomandă?

.....  
.....

24. Cum știți că un client este satisfăcut?

.....  
.....

25. Cum ajungi cu informația/ marketingul la clienți?

.....  
.....

26. Care sunt acele elemente pe care clientul le valorizează când cumpără de la voi? De ce cumpără clientul vostru de la voi?

.....  
.....  
.....  
.....

\* Fă o listă cu 5 beneficii pe care clientul tău le are când cumpără de la tine.

27. Care este serviciul cel mai cerut de către clienții tăi?

.....  
.....

28. Te rog să scrii primele 20 de cuvinte care îți vin în minte când te gândești la clienții tăi actuali.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**B. PPOFILUL DE CLIENTI.**

Care este segmentul de clienți pe care îl servește compania ta?

.....  
.....  
.....  
.....

1. Câți ani are? Poti afla de pe Facebook sau din rapoarte.

.....  
.....

2. Este barbat, femeie sau copil? Cine ia decizia de cumpărare?

.....  
.....

3. Locație? Este în oraș sau in mediul rural? Câți locuitori au orașele din care provine?

.....  
.....

4. Job sau afacere? Ce poziție are în firma unde lucrează?

.....  
.....

5. Ce activități recreative face: preferă un film sau un spectacol, joacă fotbal sau se uită la TV?

.....  
.....

6. Ce canale media folosește?

.....  
.....

7. Ce cărți sau reviste citește?

.....  
.....

8. Unde călătorește? Cu cine mai călătorește?

.....  
.....

9. Pe cine cunoaște sau cine îl cunoaște? Poți obține o recomandare indirectă?

.....  
.....

10. Ce mașină are, ce alte produse folosește?

.....  
.....

11. Folosește laptop sau telefon mai mult? Ce model folosește?

.....  
.....

12. Câți bani câștigă?

.....  
.....

13. Ce studii sau nivel de studii are? Liceale, universitare sau post universitare.  
Cu cine a fost coleg?

.....  
.....

14. Ce cursuri sau evenimente de networking frecventează?

.....  
.....

15. Ce hobby-uri are?

.....  
.....

16. Unde se afla / stă în cea mai mare parte a timpului?

.....  
.....

17. Care îi sunt valorile?

.....  
.....

**Ai nevoie să-ți pui 3 întrebări esențiale în zona de prospectare.**

A. Care este profilul de clienți pentru afacerea/ produsul/ serviciul meu?

.....  
.....

B. Unde se află/ îl găsesc în cea mai mare cantitate?

.....  
.....

C. Cum pot ajunge la ei mai ușor, mai repede?

.....  
.....

---

\* Acest material PDF are titlu informativ și este GRATUIT, cu caracter orientativ și pot avea efecte diferite în anumite condiții sau circumstanțe. NU reproduce. NU vinde acest document. NU schimbă textul sau conținutul.

\* Reproducerea, multiplicarea prin orice mijloace și sub orice formă, sau punerea la dispoziția publică cu scop comercial sau gratuit, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului, reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

\* Toate drepturile rezervate @ SebastianBala.ro & Start4Business.ro 2023

## Testează ACUM serviciile Start4Business

**Servicii de training & consultanță pentru afaceri performante.**

Trimite ACUM email / sms cu textul **"CUPON100"** și primești o **ședința CADOU** în valoare de **100€** din serviciile Start4Business.ro



**GARANTIA Start4Business 200%. Nu îți place sau nu e pentru tine?**

**NU PLĂTEȘTI NIMIC.**

**[contact@start4business.ro](mailto:contact@start4business.ro) / +40724.55.77.42**