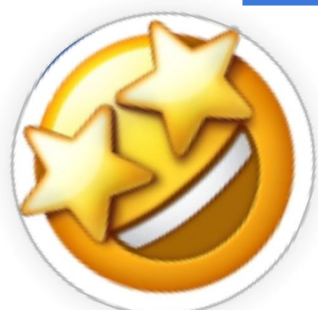


# SMM 360

# Аватар клиента

GeniusAcademy  
By GeniusMarketing





Основы продающего текста

SMM 360

# Аватар клиента: зачем и как?



**Евгения Глизер**  
Стратег по жизни



Представим  
покупателя туши...  
А машины...

## АВАТАР КЛИЕНТА

Имя клиента:

### ЦЕЛИ И ЦЕННОСТИ

Чего он хочет:

Что для него важно:


Возраст:

Пол:

Семейное положение:

Дети:

Место жительства:



### ТРУДНОСТИ И БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ

Чего он хочет избежать:

Чего он боится:

### ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Книги:

Журналы:

Блоги/Веб-сайты:

События:

Наставники:

Дополнительно:

Цитата:

Чем занимается:

Должность:

Доход:


Образование:

Дополнительно:

### ВОЗРАЖЕНИЯ И РОЛЬ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПКИ

Что мешает ему купить:

Кто решает, покупать или нет:

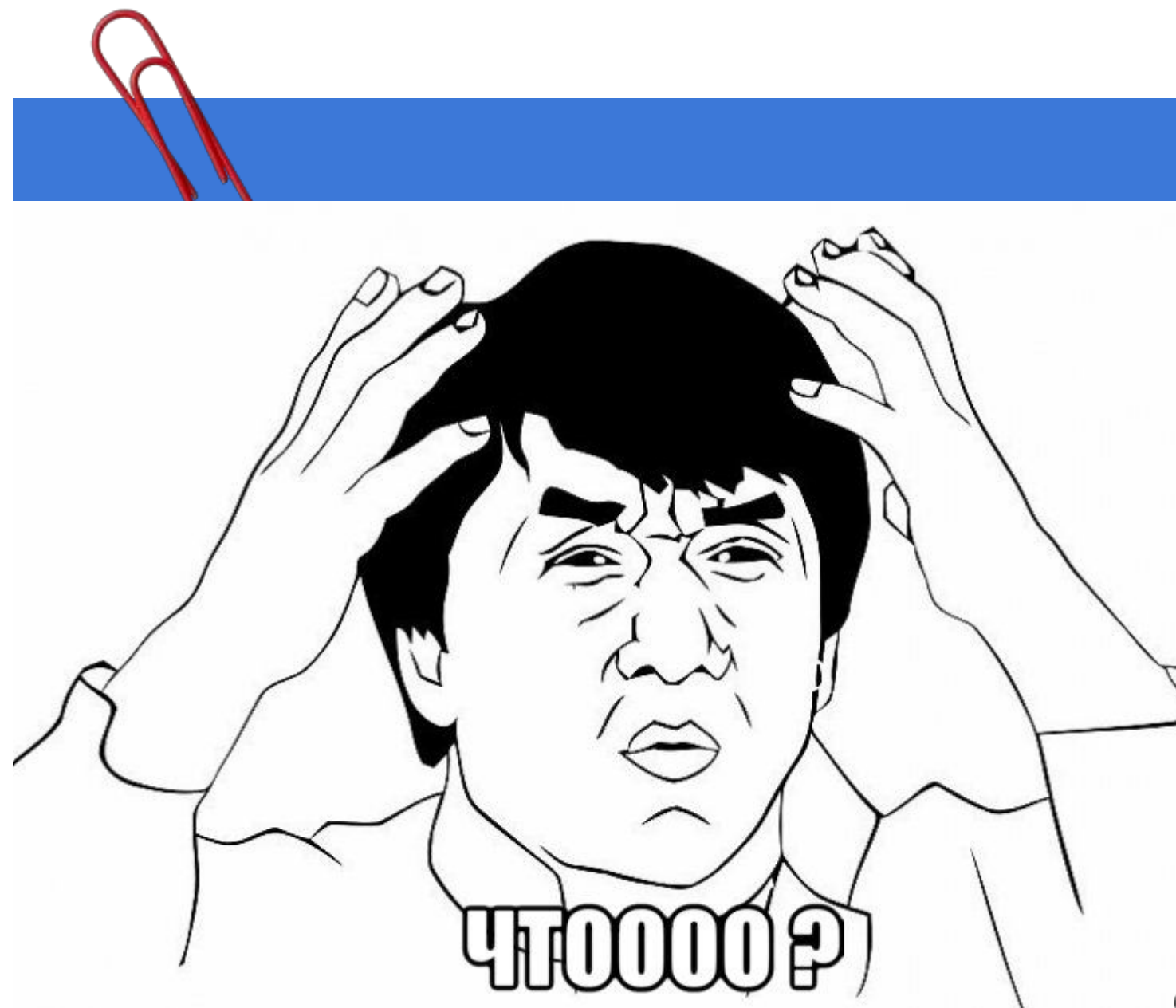


**GENIUSMARKETING**  
Сообщество Интернет-Предпринимателей



# **Внимание!**

# **Умное слово**



# Анагноризм

*В драматическом произведении это момент, когда тайное становится явным и главный герой понимает суть происходящего вокруг.*



Розмістіть рекламу в Google.

[Почніть сьогодні](#)

З бонусом 900 грн.\*

Google Ads

[Купити рекламу](#)

#СЕКСУАЛЬНИЙПОДАСТ

Це норм – говорити про менопаузу

“Почему он сработал? Потому что это название — ментальный СТА. Человек автоматически начинает продумывать свое отношение к этому факту еще до того, как читать материал. Например, «а у меня есть высшее образование» или «а у меня нету, и я считаю, что зря его не получил». Уже есть эмоциональная реакция и ситуация узнавания.”

Trust in

YOU

# МЫ ОДЕВАЕМ НА АУДИТОРИЮ СТЕРЕОТИПЫ

**85% женщин  
НЕ УЗНАЮТ СЕБЯ  
в рекламе!**

(С) Стефани Бушеми, СМО Salesforce



# Персонализация - выбор вашей аудитории

63%

Очень раздражены  
общими рекламными  
объявлениями

80%

Предпочитают компании  
с персонализированным  
решением + опытом

7%

Боится персонализацию

# Вы должны помочь ответить пользователю на такие вопросы:

Как решить проблему?

Надолго хватит?

Чем решить проблему?

Как действует?

Это точно безопасно?

Есть ли побочка?

Что будет потом?

И так далее.....

# Формула написания контента:

**AIDA = Attention + Interest + Desire + Action**

**Attention** – привлекаем внимание читателя

**Interest** – вызываем интерес

**Desire** – заставляем желать товар или услугу

**Action** – призываем к конкретному действию



**Ваши клиенты -  
это не ваша ЦА**

Непрямая аудитория

Внешне без нужды

Потенциальная ЦА

Признаки  
заинтересованности

ЦА

Явная заинтересованность

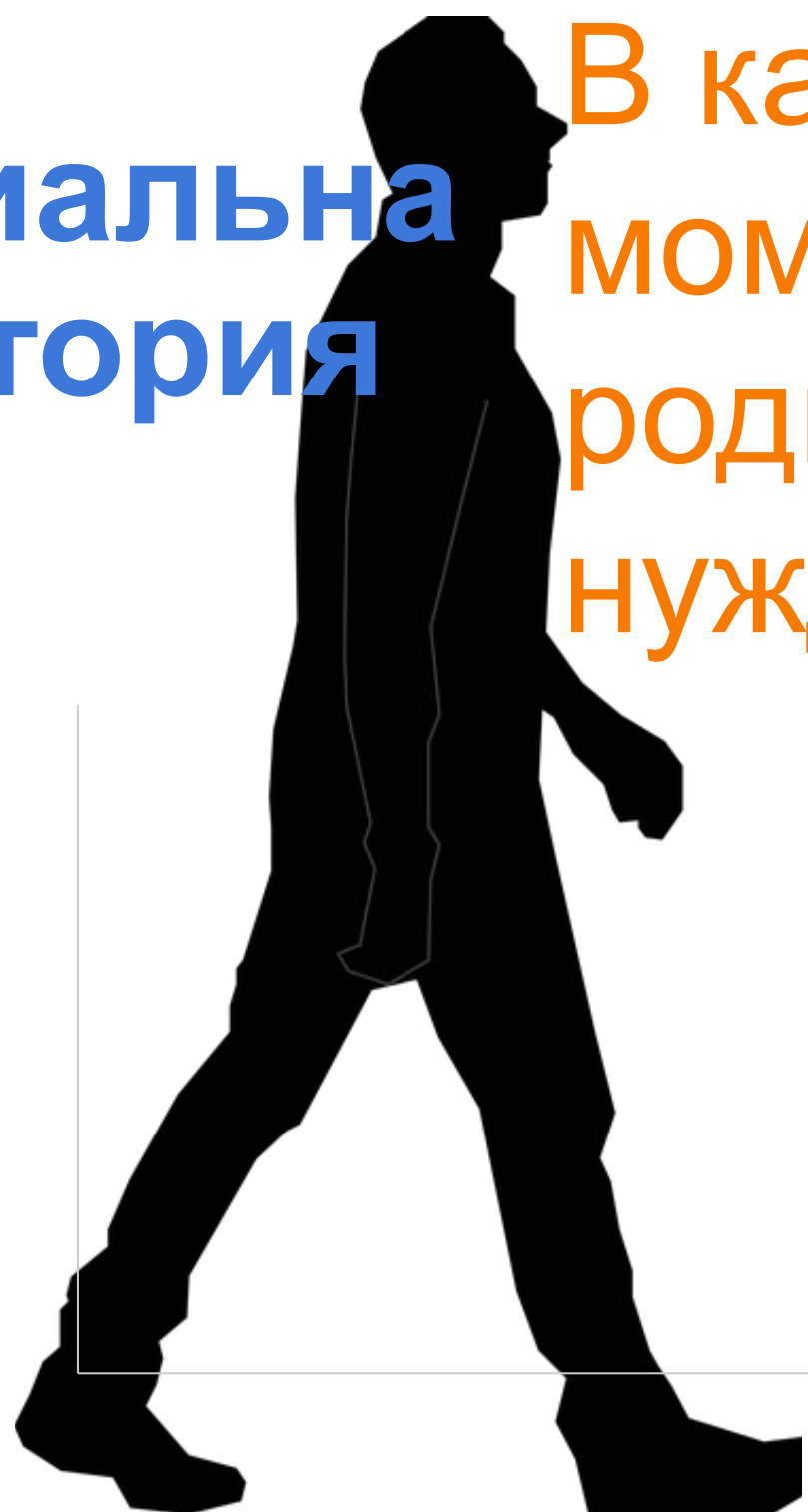


## Непрямая аудитория

## Кто они были раньше ?

1. Что делали наши клиенты до покупки (1/ 3 /5 года назад)?
1. Кем были наши клиенты до того, как стали нашей ЦА?
1. На что обращали внимание наши клиенты?

**Потенциальная аудитория**

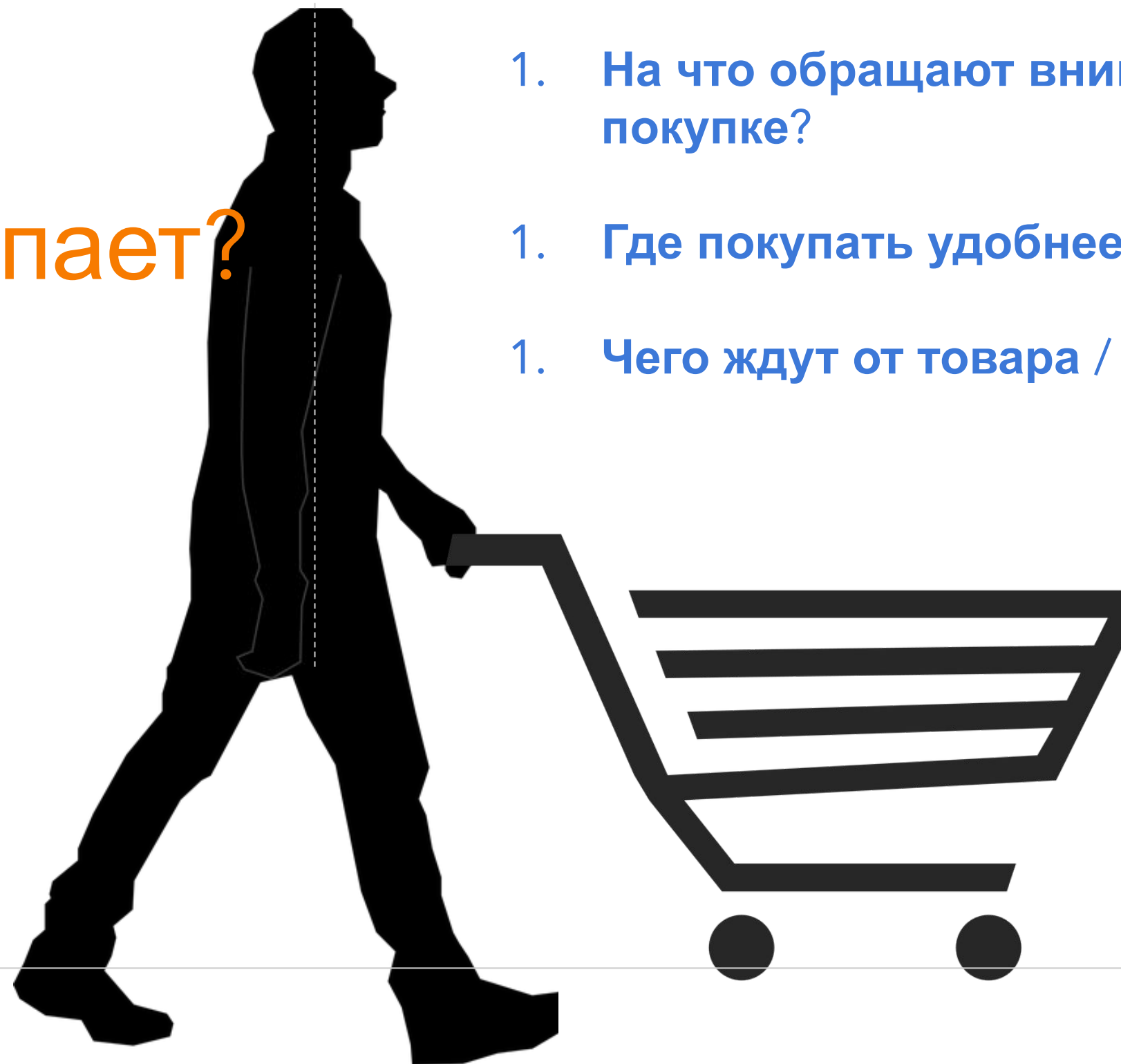


**В какой момент родилась нужда?**

1. Какие первые “симптомы” нужды у вашей аудитории?
1. Как потребитель начинает искать решение проблемы?
1. Срочное ли решение надо?

**Целевая  
аудитория**

**Как покупает?**



1. На что обращают внимание при покупке?
1. Где покупать удобнее?
1. Чего ждут от товара / услуги?

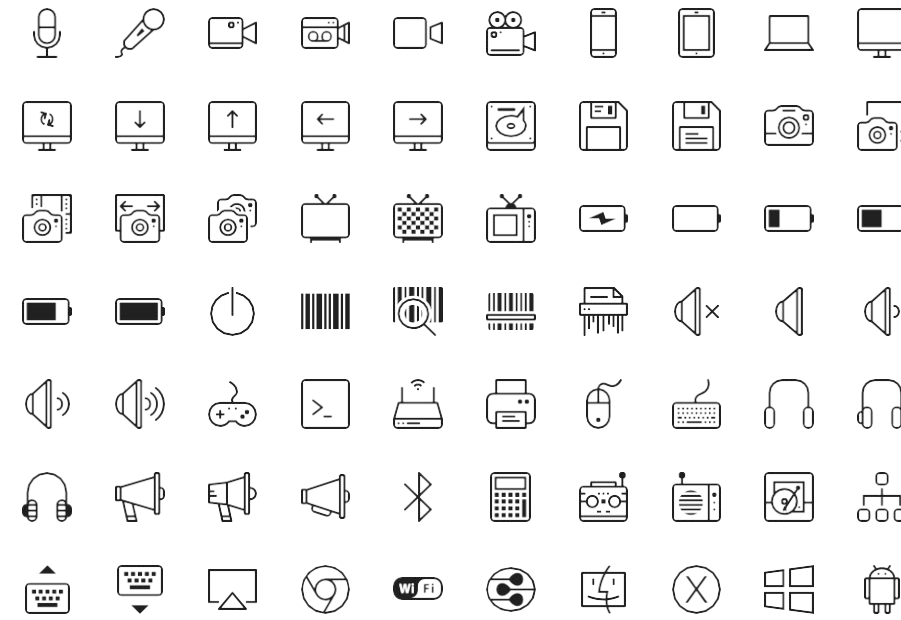


**СПАСИБО.  
ПРИЯТНОГО  
ОБУЧЕНИЯ!**

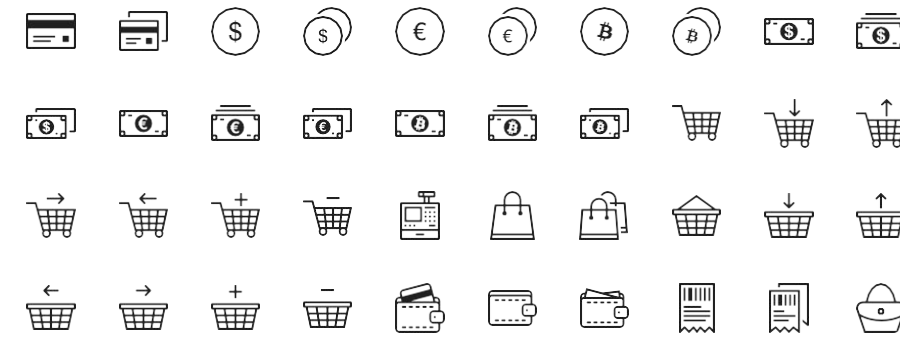
General



Electronics



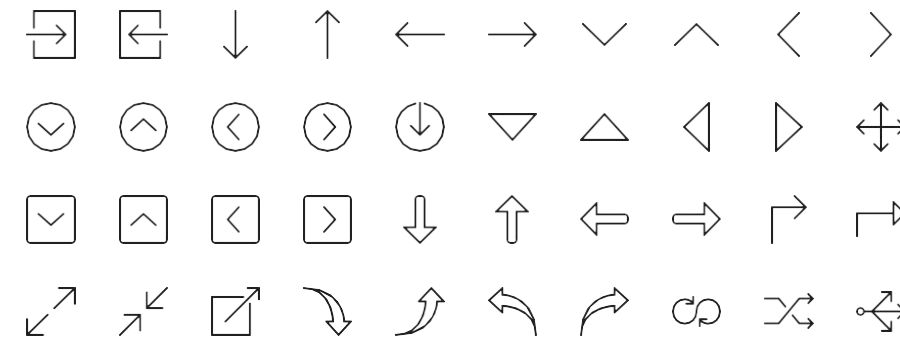
E-Commerce



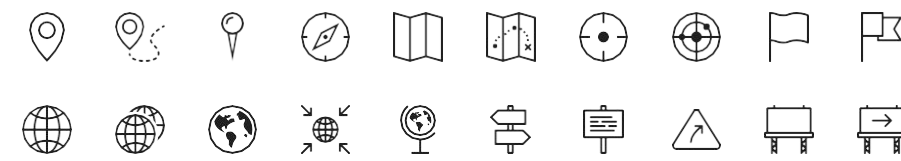
Web



Arrows



Location



Weather

