

VÄLJ KUNDER SOM UPPSKATTAR DITT VÄRDE

När du prickar din idealkund blir det lättare att vara unik, lösa viktigare problem och få marknadsföringen att träffa. Här är sju kriterier att kontrollera din idealkund mot.

Kort sammanfattning. En bra idealkund finns på en stabil eller växande marknad, går att nå, har pengar och en tydlig smärta. Era värderingar stämmer, du har passion för kunderna och du är kompetent på deras problem. Missar du ett kriterium blir försäljningen tyngre.

I lektionen lär du dig

- Sju kriterier som avgör om du har valt rätt idealkund
- Varför du ska vara huvudvärkstabletten, inte vitaminen
- Tre vanliga misstag när du väljer idealkund

Övning • cirka 30 minuter

1. Skriv ner hur du definierar din idealkund i dag.

2. Kontrollera definitionen mot de sju kriterierna. Vilket saknas?

3. Skriv ner vilken smärta du tar bort för idealkunden. Var konkret.

4. Skriv ner vad du behöver göra för att öka intäkterna från dina idealkunder de kommande tolv månaderna.

5. Välj ett mål för dina idealkunder de kommande tolv månaderna. Ange målgrupp, erbjudande, antal nya affärer och önskad intäkt. Skriv varför målet är viktigt nu och vilken första åtgärd du gör inom sju dagar.

Ditt resultat efter övningen: Du har en tydligare idealkund, ett prioriterat problem och ett mål för de kommande tolv månaderna.

Mitt första steg

Åtgärd	Datum	Vem håller mig ansvarig
--------	-------	-------------------------

Nästa steg

Gå djupare i alla sex skiften i boken: **Köp Vinn större affärer**

Vill du genomföra skiftena med stöd i ditt bolag? **Gör en intresseanmälan till Inner Circle**

Filmerna och hela kursen: **nextstate.se/vinn-storre-affarer-kurs**