

Ценности и мотивация

Корпоративна философия, мисия, визия и цели

Идентифициране и формулиране на причините, заради които бизнесът и марката съществуват отвъд бизнес развитието и печеленето на пари.

- С какво искате да бъде запомнени?
- Кои са онези ценности, с които асоциирате бранда и себе си?
- Кои са историите, които хората разказват за вас?

Ценности и мотивация

Корпоративна философия, мисия, визия и цели

Идентифициране и формулиране на причините, заради които бизнесът и марката съществуват отвъд бизнес развитието и печеленето на пари.

- С какво искате да бъде запомнени?
- Кои са онези ценности, с които асоциирате бранда и себе си?
- Кои са историите, които хората разказват за вас?

С какво искате да бъдете запомнени?



~2 часа

Извеждането на личната и корпоративната мисия и визия има за цел да синхронизирате посланията, целите и подходите си както спрямо хората вътре в екипа, партньорите и подизпълнителите, така и по отношение на маркетинг и комуникационните стратегии и послания, които споделяте навън.

Отделете си достатъчно време за тази техника. Абсолютно възможно е да се наложи да се връщате към нея отново и отново. Не подценявайте възможността да навлезете в дълбочина и да изследвате своите лични и корпоративни ценности, всичко онова, което ви движи напред и отвъд желанието за печалба и бизнес развитие.

Помислете над въпроси в тази карта и си запишете отговорите – възможно е в две последователни сесии те да бъдат различни..

Как започна всичко? Каква е историята дотук?

Защо бизнесът ви съществува?

Какви потребителски проблеми решава?

По какъв начин прави живота на клиентите по-пълноценен и лесен?

Как искате да бъде/-те запомнени?

С какво би бил ощетен светът, ако компанията ви не съществуваше?

Корпоративни ценности и философия:

- Кои са корпоративните ценности, които разпознавате в действията на организацията? Направете списък с нещата, които са наистина ценни и важни. Помислете за вашата пътеводна светлина. Какво ви помага да продължавате въпреки всичко?
- Какво ви кара да се усмихвате, какво ви дава самочувствие?

Кое е онова, което ви движи напред отвъд желанието за бизнес развитие и печалба?

Взаимоотношения и партньорства

Таргет аудитория и идентифициране на нуждите, желанията, болките и очакванията на вашия Идеален Клиент

- Кои са онези сегменти от таргет аудиторията, до които искате да достигнете?
- Кои са техните проблеми, болки и нужди?
- Как успявате да им отговорите и задоволите?
- Кое онова нещо, което може да промени живота на клиентите ви в по-добра посока?

Взаимоотношения и партньорства

Таргет аудитория и идентифициране на нуждите, желанията, болките и очакванията на вашия Идеален Клиент

- Кои са онези сегменти от таргет аудиторията, до които искате да достигнете?
- Кои са техните проблеми, болки и нужди?
- Как успявате да им отговорите и задоволите?
- Кое онова нещо, което може да промени живота на клиентите ви в по-добра посока?

Опознайте профила на своя Идеален Клиент и го опишете



~1 часа

Това упражнение ще ви бъде полезно и в случаите, когато към екипа се присъединява нов колега или имате конфликт с някого. Както и в онези мигове, когато се чудите защо и как реагирате или се опитвате да разрешите конфликт в семейството. Опитайте се да „потънете“ в света на другия, за да съберете онези идеи и ресурси, които ще ви помогнат да гледате в една посока и да говорите на един език.

Техниката ще ви помогне да се свържете на едно много по-дълбоко и емоционално ниво както със своите партньори, колеги и клиенти, така и с близките и приятелите.

Опитайте се „да влезете в обувките“ на другия, за да разберете максимално много за неговите навици, надежди, страхове, търсения.

Демография:

На каква възраст е вашата персона? С какво се характеризира времето, в което е израснала като дете? Какви са убежденията и вярванията, които обществото ѝ е прехвърлило като правилни и грешни? С какво образование е и какви са професионалните ѝ интереси?

Убеждения и вярвания:

В какво вярва вашата персона? Какви са ценностите ѝ? Какво я мотивира? Какви са страховете ѝ и защо би купила вашия продукт или би ви наела като експерт?

Потребителско поведение:

По какъв начин персоната ви търси и избира продуктите, които купува? Как взема решение за покупка? Как предпочита да пазарува – онлайн, в магазина или през приложение?

Бъдете безкомпромисни към себе си. Преживейте деня и ежедневието, страховете, мечтите и желанията на своя Идеален Клиент и ги запишете.

Бъдеще:

Какви проблеми и предизвикателства би изпитала персоната ви в близко бъдеще? По какъв начин вашият бранд може да еволюира, за да отговори на тези нужди и търсения?