



Рабочая тетрадь «Кто мой клиент»

Продукт – это только 20% стоимости, остальное – бренд и восприятие. Люди платят не за себестоимость, а за смысл, эстетику и историю.

Как понять своего клиента глубже? Не через формальные характеристики, а через его реальные желания, страхи и внутренние мотивы и сделать свой продукт желанным для клиента?

Проведите изучение своего клиента **через его типаж**. Вы увидите, **какой архетип лежит в основе его решений** и на каком «языке» с ним действительно стоит говорить. Именно это понимание позволяет создавать сильный бренд, который не просто продает, а вызывает отклик и доверие.

Составьте портрет вашего клиента через призму четырех архетипов:

- Герой
- Заботливый
- Созидатель
- Эстет

Цель: определить истинные мотивы вашего покупателя и выбрать «язык», на котором ваш бренд будет с ним говорить.

Если ваш клиент ищет:			
силу, защиту, уверенность →	заботу, поддержку, безопасность →	новые решения, порядок, изменения →	красоту, стиль, эстетичность, вдохновение →
ваш архетип: Герой	ваш архетип: Заботливый	ваш архетип: Созидатель	ваш архетип: Эстет

Чтобы выяснить архетип вашего клиента, важно понять его ценности, страхи, мотивацию, желаемое состояние.

Ответьте на вопросы:

1. Главная мотивация клиента (чего он хочет достичь?)



2. Главный страх (что он боится потерять или допустить?)

3. Боль клиента (что именно болит в жизни/работе?)

4. Что он хочет получить от взаимодействия с вами?

5. Как он хочет себя чувствовать после результата?

6. Какой вы для него? (роль: наставник, защитник, эксперт, вдохновитель?)

7. Как вы решаете его проблему? (жестко, мягко, через творчество, через порядок?)



Теперь сравните ваши ответы с характеристиками из таблицы:

Архетип клиента	Основные ценности	Главная мотивация	Главный страх	Как он хочет, чтобы с ним работали	Реакция на стиль бренда
Герой	- сила - компетентность - результат - профессионализм	- решить проблему быстро и эффективно - почувствовать контроль	- слабость - ошибки - неопределенность	- четко - структурно - по фактам - эксперт, который «берет ситуацию в руки»	- уважает силу, уверенность, лидерскую подачу
Заботливый	- безопасность - поддержка - спокойствие - доверие	- быть защищенным и услышанным - получить человеческое отношение	- оставаться один на один с проблемой - грубость - холодность	- мягко - бережно - с объяснением и сопровождением	- хорошо реагирует на эмпатию, теплоту, стабильность
Созидатель	- порядок - логика - системность - улучшения	- понять структуру - навести порядок - получить инструменты	- хаос - неясность - отсутствие правил	- четкие шаги - алгоритмы - методики - предсказуемость	- любит ясность, инструкции, логическую коммуникацию
Эстет	- красота - стиль - гармония - качественный сервис	- получать удовольствие от процесса - видеть качество и вкус	- грубость - некрасивый опыт - хаос - небрежность	- тонко - красиво - уважительно - внимание к деталям	- лучше всего откликается на визуальную эстетику, аккуратный тон

**Сформулируйте послание (сообщение) бренда для вашего клиента**

Теперь, когда у вас есть понимание архетипа вашего клиента, сформулируйте «послание бренда»: напишите 2–3 фразы, как бы вы предложили свой товар этому клиенту, используя характеристики его архетипа.

Избегайте общих фраз. Используйте слова-триггеры из таблицы (например: «стиль», «гармония» для Эстета или «четкий алгоритм» для Созидателя).

Если вы видите в клиенте черты двух архетипов, выберите один доминирующий.
