

BRAND YOUR NAME

Entrepreneurship workshop

Handbook



**Cosa comprano i clienti? IL VALORE PER IL CLIENTE**

In questo workshop discutiamo del business guidato dai bisogni del cliente. Questo tipo di attività si basa sull'esperienza effettiva del cliente piuttosto che su un'idea brillante per il prodotto/servizio del proprietario. Qual è la differenza?

Le persone hanno grandi quantità di idee imprenditoriali, ma solo poche diventano un successo. Ciò può accadere perché le persone non hanno davvero bisogno di ciò che l'azienda offre e sono riluttanti persino a provarci, o lo usano volentieri, purché sia ​​gratuito. Le persone non sono disposte a pagare per alcuni prodotti/servizi. Puoi immaginare quanto sia spiacevole questo per le aziende che sono state impostate per fornire questo particolare prodotto/servizio.

Le aziende destinate a soddisfare le esigenze dei clienti si chiedono cosa acquistano i clienti. Ci sono molte aree che sono preziose per il cliente:

• La funzione del prodotto e la sua idoneità a soddisfare le esigenze e le aspettative del cliente,

• Piacevole esperienza prima, durante e dopo l'acquisto del prodotto,

• Possibilità di regolare la forma, le dimensioni, il colore dell'attrezzatura, ecc.

• La possibilità di acquistare un prodotto esattamente quando il cliente ne ha bisogno,

• Comoda consegna del prodotto nel luogo che il cliente trova conveniente,

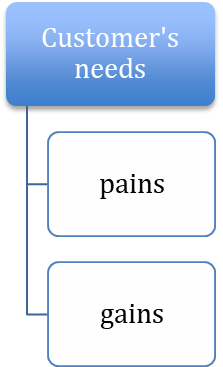
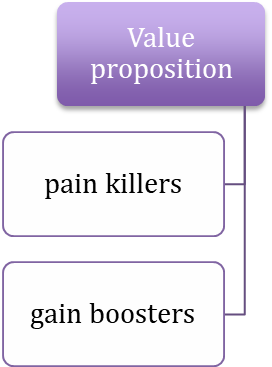
• Informazioni sul prodotto fornite in modo agevole

• Un senso di sicurezza legato alla reputazione e alla credibilità dell'azienda,

• Caratteristiche emotive e aspirazionali dell'immagine di marca.

Diverse aree di valore sono importanti per i clienti e influenzano le loro decisioni di acquisto.

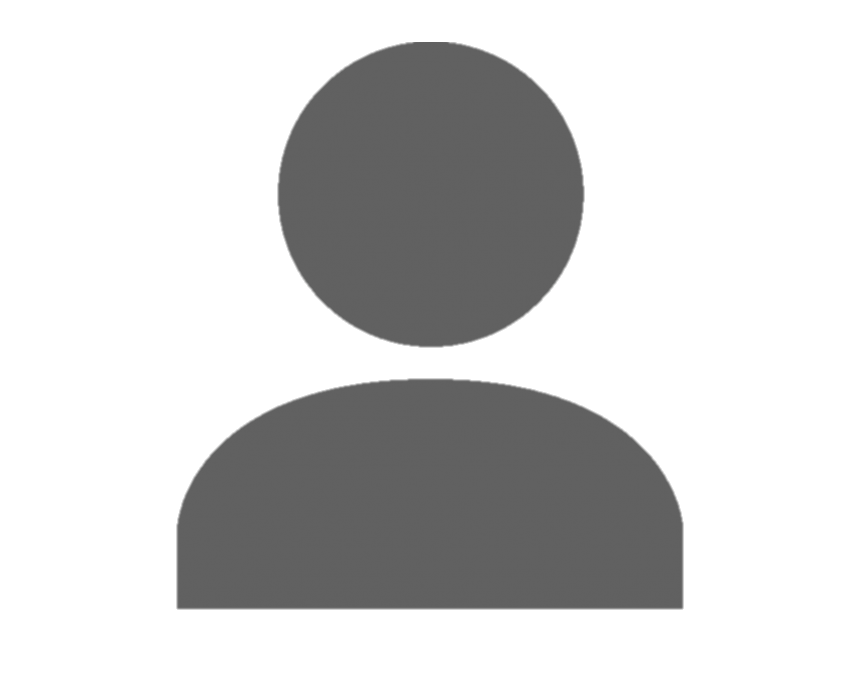
COMPANY’S OFFER



**La “persona” cliente**

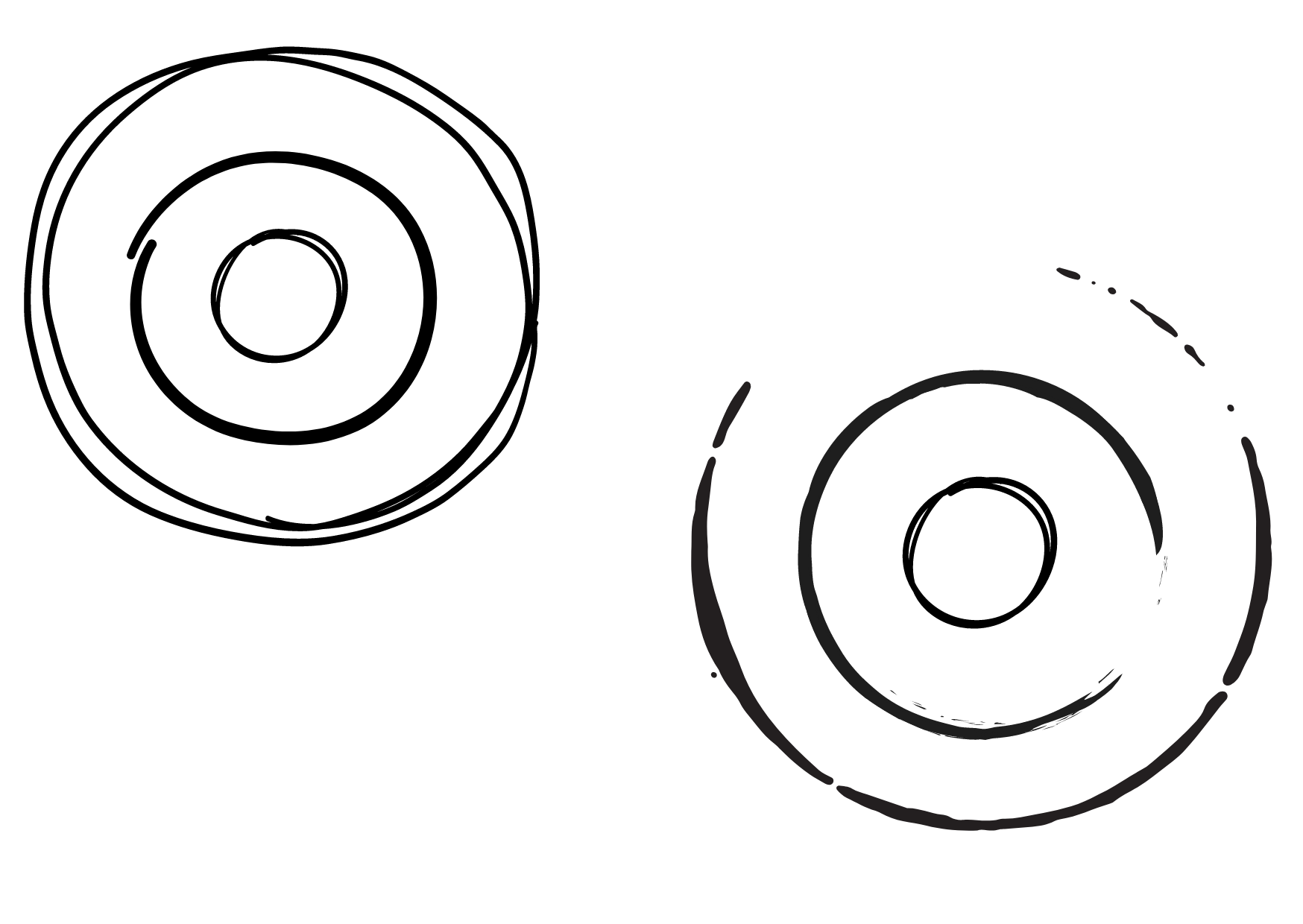
|  |  |
| --- | --- |
| **HAL9001:Users:magdalenakoziol:Downloads:30-307416_profile-icon-png-image-free-download-searchpng-employee.png** | **Demografia**  Quale è il loro nome? Quanti anni? Hanno una famiglia? Dove vivono? Qual è la loro educazione? |
| **Lavoro**  Qual è la loro professione? In che posizione lavorano? Quale settore? Quali sono i loro obiettivi? Cosa è importante al lavoro? Quali sono le loro ambizioni? | **Comportamento**  Cosa guidano per andare al lavoro? Che sport praticano? Come si rilassano? Quali sono i punti fermi nel loro palinsesto? |
| **Posti frequentati**  Quali social usano? Quali media online e offline usano? Dove trascorrono il suo tempo libero? Chi incontrano? A quali eventi partecipano? | **Desideri e aspirazioni**  Cosa vogliono nella vita? Quali sono i loro bisogni? Cosa gli piace? Di cosa hanno paura? Per cosa si battono? Cosa cercano di evitare? Cosa è importante nella vita? |

**EMPATHY MAP**



|  |  |
| --- | --- |
| Cosa vede il cliente? | Cosa ascolta il cliente? |
| Cosa pensa e fa il cliente? | Cosa fa e dice il cliente  ? |
| Sofferenze  (paure, frustrazioni) | Successi  (desideri, bisogni) |

**INIZIA COL PERCHÉ**



Perché

Come

Cosa

EWA MICHALAK

COSA ………………………………………………………………………………………………….

COME ………………………………………………………………………………………………….

PERCHÉ ………………………………………………………………………………………………….

LA MIA AZIENDA

PERCHÉ ……………………………………………………………………………………………….

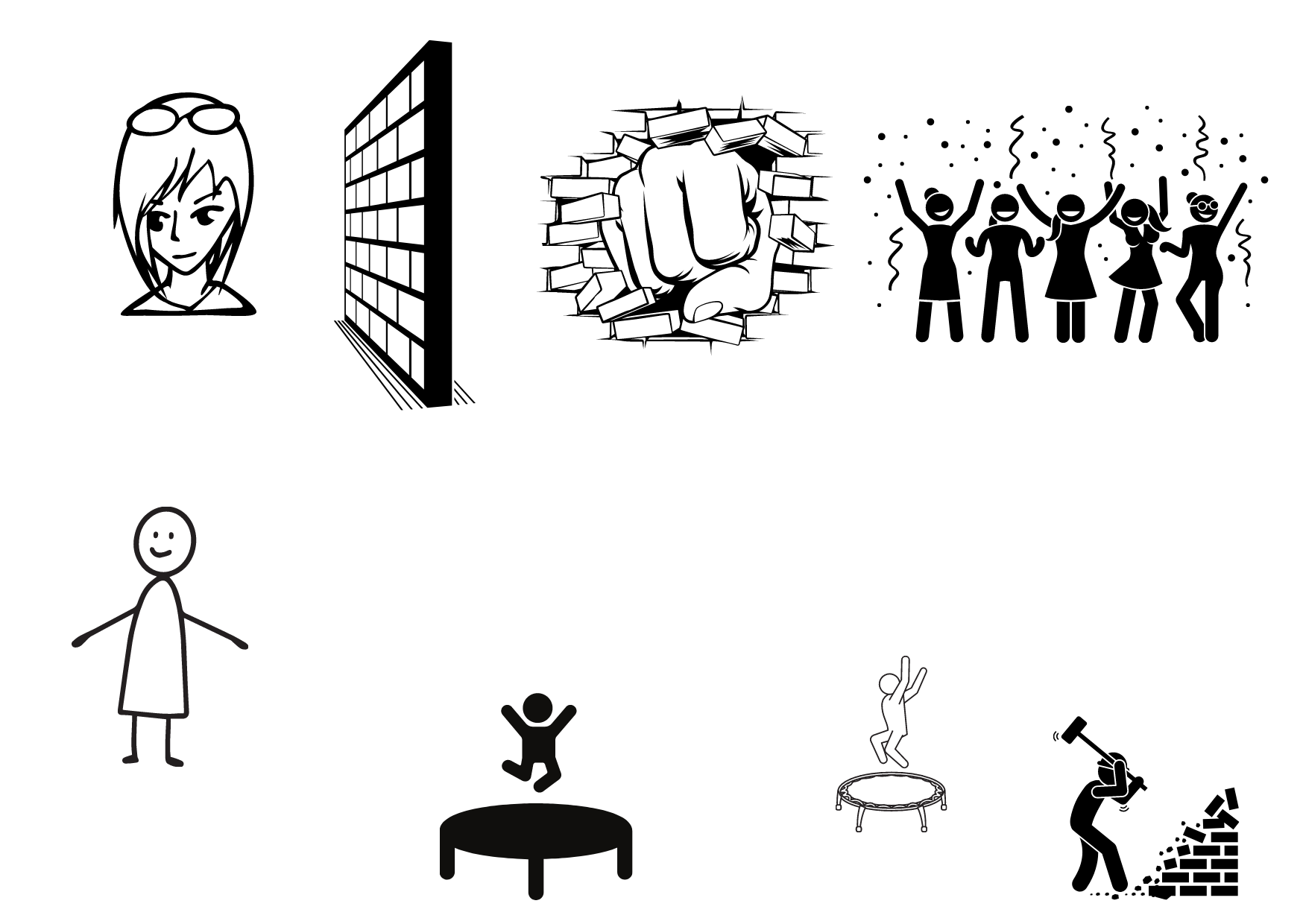
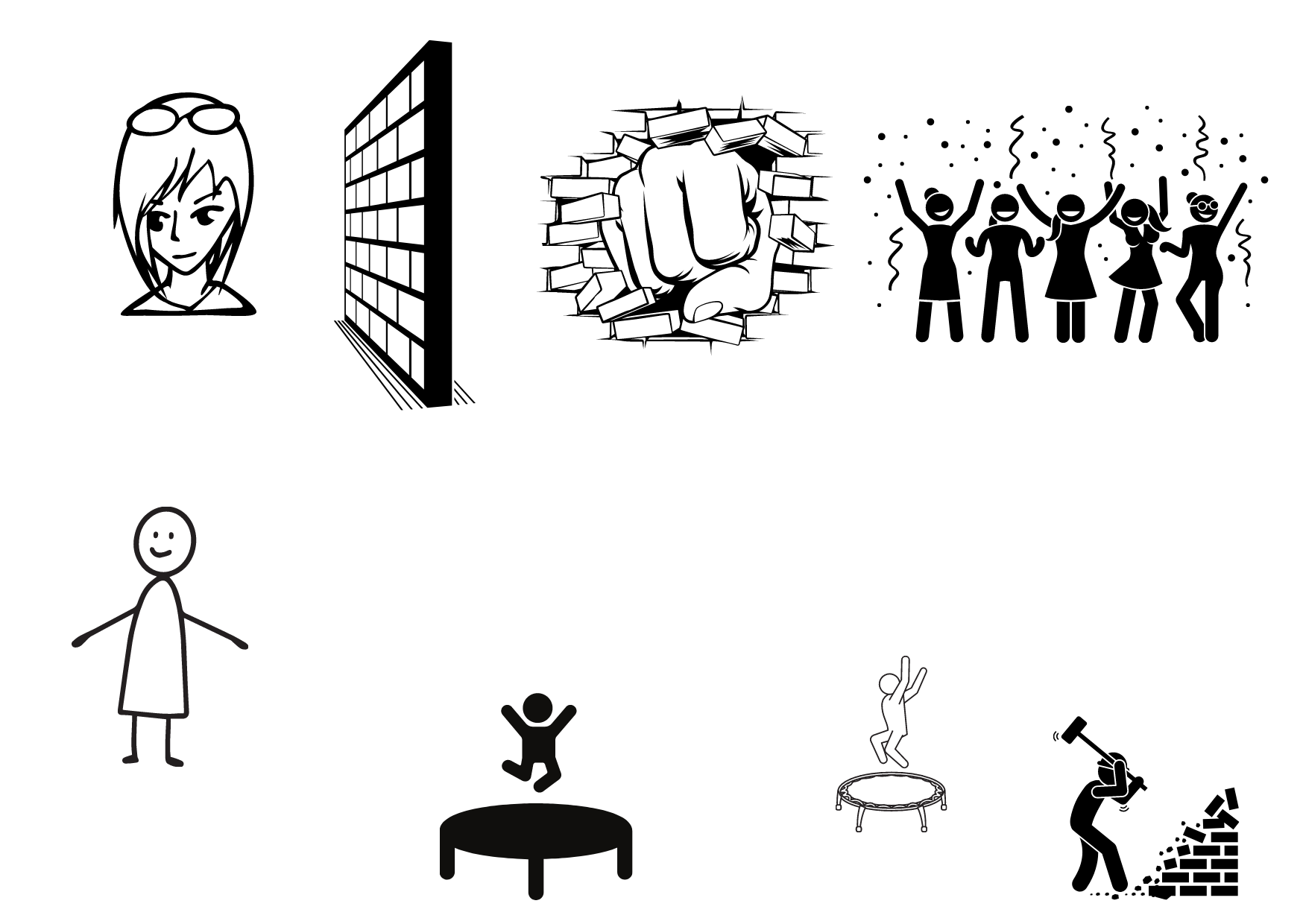
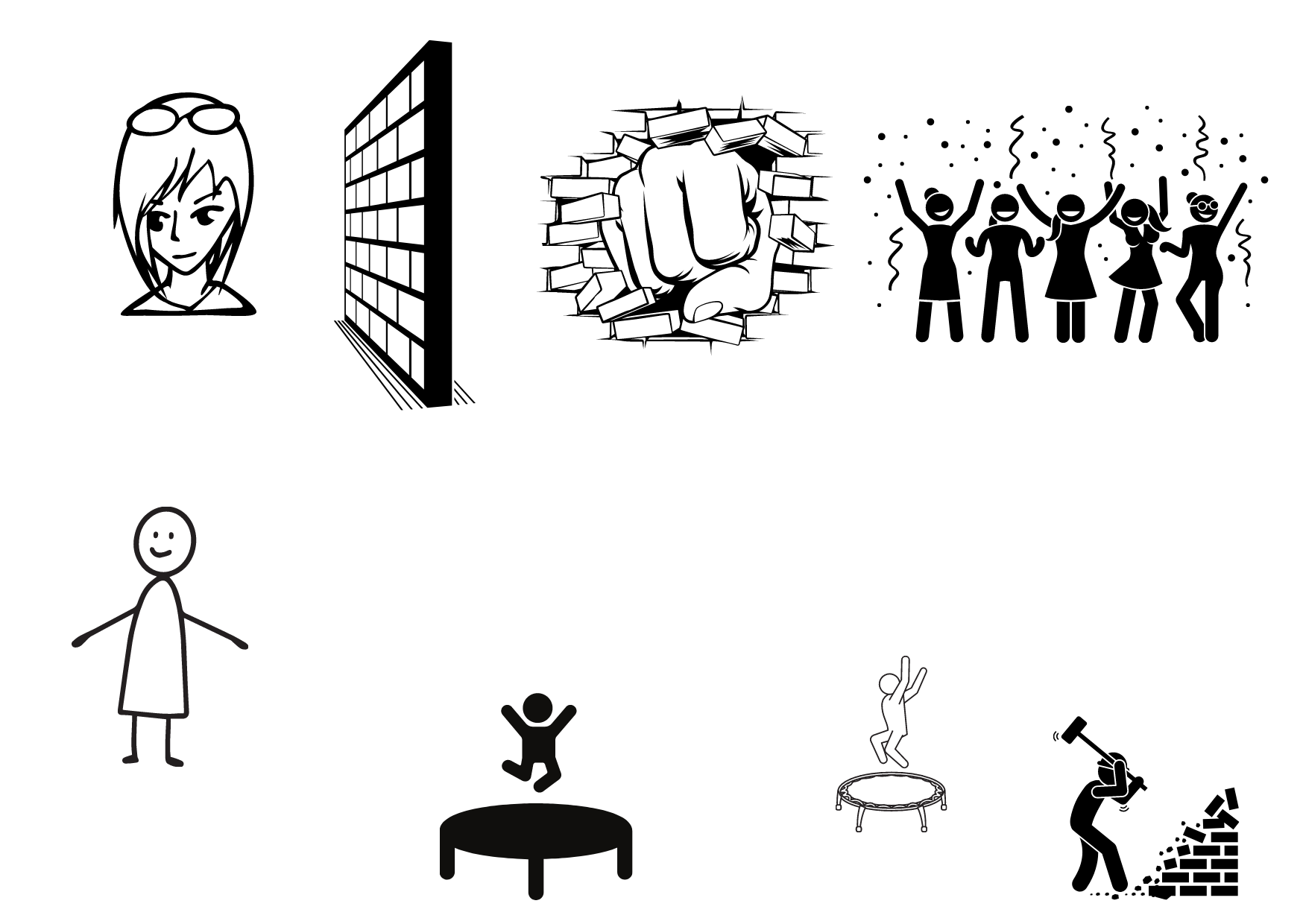
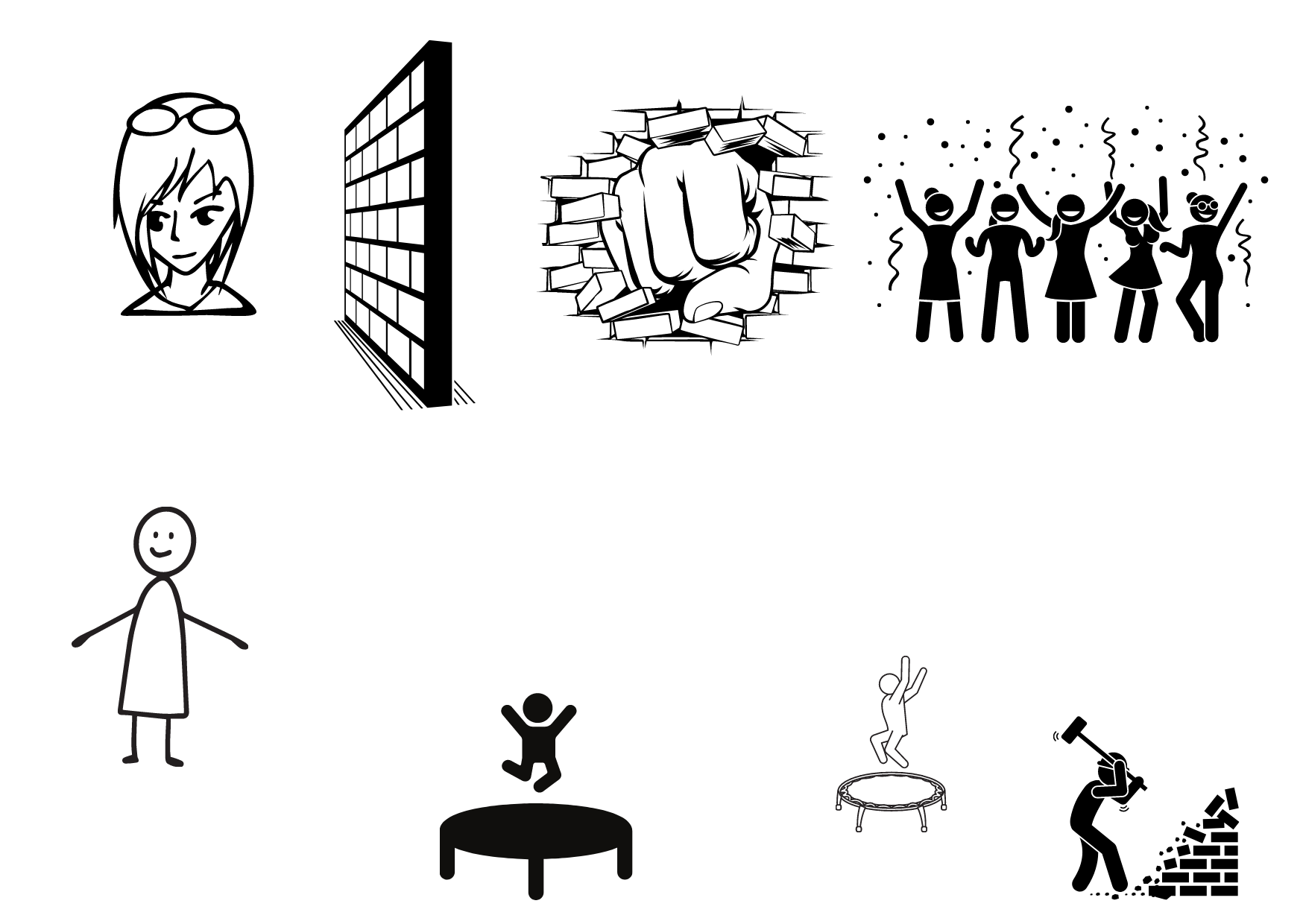
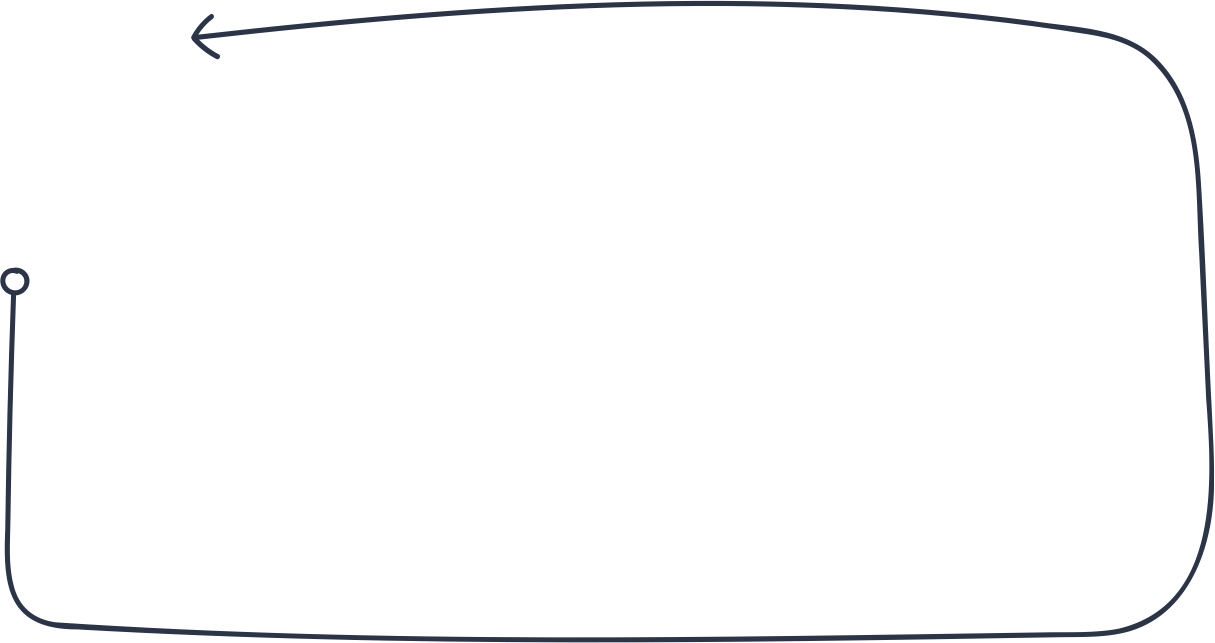
COME ………………………………………………………………………………………………….

COSA ………………………………………………………………………………………………….

**ARCHETIPI**

**STORY’S STRUCTURE**

L’eroe



Cambio / Premio

Il percorso

L’ostacolo

**ESERCIZIO DI CREATIVITÀ**

Dì quanti anni hai senza usare il numero.

Dì il colore dei tuoi capelli, senza usare il nome del tuo colore di capelli.

Scrivi cosa ti piace fare di più senza usare il nome dell'attività.

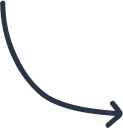
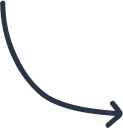
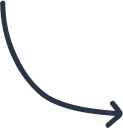
Scrivi perché vuoi avere la tua azienda senza dire che vuoi avere la tua azienda.

Descrivi un'attività che ti piace fare. Usa quanti più colori possibili nella descrizione.

Pensa a una situazione o a un evento che è stato rivoluzionario per te e ti ha fatto capire che vuoi avere un'attività in proprio. Descrivi la situazione nel minor numero di frasi possibile per mostrarne l'essenza. Lascia che questa sia una storia che ci mostra perché è importante senza dircelo direttamente.

Scegli la persona che ha influenzato di più e descrivi come ha influenzato te. Quale situazione ti viene in mente? Descrivilo con immagini suggestive e con il minor numero di parole possibile.

**THE STORY OUR PRODUCT TELLS**



L’eroe

Ostacoli

Il percorso

Cambio / Premio