

Il modello delle 4C



Mi presento

Ciao, sono Valeria. da oltre tre anni mi prendo cura delle donne che stanno vivendo un momento di cambiamento professionale.

Cura è la mia parola chiave.

Credo che il rispetto di ciò che siamo veramente sia l'unica strada che possa condurci al successo e alla realizzazione.

Per questo lavoro sempre nella modalità che più mi appartiene: con calma, serenità e silenzio.

Senza corse, affanni o tensioni che portano solo fuori strada.

Con gentilezza, la stessa che dono ogni giorno a me stessa.



Iniziamo

Ti invito a scegliere uno dei tuoi prodotti o servizi e fare tutti gli esercizi considerando solo la tua scelta.

Poi, se ti va, puoi ripetere i passaggi anche con tutti i tuoi prodotti e servizi, ma è importante fare questo lavoro considerando una cosa per volta.

Quindi come primo step scegli nel tuo paniere di offerte.

Fatto?

Bene, allora puoi procedere!



1. Consumer: il cliente

Considera le persone per cui hai creato il prodotto o servizio che hai scelto.

Quali suoi bisogni vuoi soddisfare?

Quali desideri vuoi realizzare?

Quali sono i tratti caratteristici che portano il cliente alla tua offerta.

In quale fase della vita si trova?

Quali sono le emozioni che prova?



2. Cost: il costo

Ora sposta l'attenzione ai costi che il cliente deve sostenere per usufruire del tuo prodotto/servizio.

Il mio cliente che tipo di investimenti è solito fare?

In cosa spende?

Punta alla qualità del prodotto?

Considera un eventuale pagamento rateale?

Preferisce uno sconto e acquista velocemente?

Ha bisogno di tempo, ma non chiede sconti?



3. Convenience: la praticità

Il terzo elemento del modello, che sostituisce Place (la distribuzione), è decisamente figlio del nostro tempo. Oggi infatti esistono varie modalità di distribuzione - e persone diverse hanno preferenze diverse.

Per il mio cliente è semplice acquistare il mio prodotto/servizio?

Che tipologia di strumenti utilizza?

Su quali piattaforme di acquisto si muove?

Che tipo di difficoltà riscontra?

Cosa lo scoraggia dall'acquisto?



4. Communication: la comunicazione

Negli ultimi anni, la comunicazione con il cliente è diventata sempre più centrale nel marketing, insieme ai concetti di storytelling ed engagement.

Pensando al mio cliente che tipo di dialogo posso instaurare?

Ama interagire sui canali pubblici o preferisce uno scambio privato?

Ha bisogno di racconti lunghi e specifici?

Preferisce contenuti piccoli e agevoli?

Quale tipo di contenuti predilige?



Conclusioni

Spero che questi suggerimenti ti abbiano dato l'ispirazione per dedicarti alla tua attività con ancora più carica e determinazione!

Spero continuerai a leggermi, ma intanto ti ringrazio per avermi dedicato questo tempo.

Se vuoi continuare a seguirmi ti invito a leggere il mio sito www.lespeziegentili.com.

O a seguire il mio account Instagram Le spezie gentili.

Buona giornata

Valeria

