

# AVATAR DE CLIENTE: Quem é o cliente certo para você?



Quer uma maneira muito simples de melhorar significativamente a eficácia do seu marketing?






Nesse caso, vale a pena investir o tempo e o pensamento necessários para criar um **avatar do cliente** para seu negócio. Concentre **TODA** a sua atenção em atrair as pessoas **certas**.

Você vai ver que, depois de ter uma compreensão detalhada do seu cliente alvo, você poderá aprimorar cuidadosamente todo o conteúdo escrito e suas campanhas para atrair **diretamente** essas pessoas.

Portanto, embora montar o AVATAR requeira alguma pesquisa, você verá que vale a pena fazer esse esforço. E o Google está aí para nos ajudar.








Este é modelo abrangente, mas você saberá exatamente o que precisa descobrir...

**1. Pesquise para ter clareza sobre o que é básico...**

Sexo 		Idade Típica ou Faixa Etária 	
Estilo de vida 			
Profissão 			
Nível de Renda 			

**2. Agora pesquise para aprofundar esse conhecimento.**

Essas perguntas são do tipo "motivacional". Elas permitem que você compreenda com mais profundidade o tipo de pessoa que você deseja atrair e influenciar. Veja se você consegue descobrir:

O que eles desejam, querem e aspiram? 	
Quais são seus medos, frustrações e desafios? 	
O que tira o sono deles à noite, mantendo-os acordados? 	
Do que é que eles gostam? 	
Do que é que eles NÃO gostam? 	
Sobre o que é que conversam quando estão almoçando ou jantando em sua casa? 	
O que eles costumam ler? Onde? 	

Em que canais de mídia social eles mais participam? ☛	
O que eles fazem para relaxar? ☛	
Quais objeções eles poderiam ter para comprar o que você quer vender? ☛	
Como é que eles tomam suas decisões de compra? ☛	

### 3. Finalmente personalize sua pesquisa:

Complemente a pesquisa incluindo outras perguntas relevantes para você poder oferecer seus produtos/serviços e que são muito importantes para os seus clientes alvo. Pense nas “dores” que eles podem ter em seus próprios negócios (ou na sua vida), se eles procuram preço, qualidade ou ambos – e por aí afora.

Afinal, quanto mais fundo você for na sua pesquisa, mais eficaz será o seu marketing. E, depois, você:

- Gastará menos dinheiro em suas campanhas ou terá um rendimento muito maior, reduzindo o custo de captação de clientes e de “LEADS” (interessados que podem se converter em compradores). Você verá que suas taxas de conversão irão aumentar;
- Acelerará o ciclo de fechamento de vendas;
- Terá mais argumentos para contornar objeções;
- Saberá explicar – com foco muito mais objetivo – o que seu produto/serviço irá gerar “de bom” para ele, agregando valor à sua vida, ao seu trabalho ou ao seu negócio.

?	
☛	
?	
☛	

?	
?	



*Transformando ideias  
em negócios*

<https://clickstobricks.com.br>

ACADEMIA DO EMPREENDEDOR DIGITAL

