



Как сделать из своей компании круто упакованную конфетку, которую захочет "съесть" любой клиент?

Довольно просто. Упаковать ее заново, но бесстрастно и со знанием дела.

И в этом вам поможет список из 150 вопросов, специально подготовленный моей командой.

Все, что вам требуется это:

1. Внимательно их прочитать
2. Тщательно и полно ответить на каждый
3. Внедрить все свои мысли, наработки, идеи.

Не будем терять времени. Приступайте.

## 150 вопросов для упаковки любой компании в бомбу

1. Кто ваш потенциальный клиент?
2. Отношение потенциального покупателя к продукту?
3. Отношение потенциального покупателя к местному производителю/поставщику?
4. В чем заключается его внутренняя мотивация для покупки?
5. Что он ожидает от покупки?
6. Частота его потребности в продукте?
7. Его требования к продукту?
8. Кто ваши клиенты сейчас? Расскажите о типах и категориях клиентов, которые сейчас с вами работают.
9. Опишите подробно вашего идеального клиента
10. Что вы продаете?
11. Что представляет собой продукт компании?

12. Это товар, услуга или и то и другое?
13. Зачем и в какой ситуации это покупают?
14. Какую проблему решает ваш продукт?
15. Продукт решает одну или несколько проблем?
16. В чем его ценность?
17. Почему стоит купить продукт именно в вашей компании?
18. Насколько понятна суть продукта?
19. Опишите свой продукт. Из каких частей он состоит?
20. Каков принцип работы продукта?
21. Опишите этапы или по логические элементы своего продукта
22. Какие вы знаете продукты аналоги?
23. Сравните продукт с аналогами? Укажите преимущества и недостатки.
24. Как выглядит упаковка и дополнительные материалы, которые идут с продуктом? (инструкции, буклеты, запчасти, подарки, отчеты и т.д.)
25. Расскажите все, что знаете по каждому из этапов жизненного цикла:
26. Из какого сырья и материалов производится продукт?
27. Где, кем и как он изготавливается?
28. Как выглядит транспортировка продукта?
29. Как продукт хранится на складе?
30. Что можете сказать про выкладку на полках, в торговом зале или на сайте?
31. Как происходит эксплуатация и использование продукта клиентом?  
Есть ли на данном этапе цикла какие-то позитивные или негативные моменты?
32. Нужно ли утилизировать продукт и вообще, что можно сказать про стадию после использования?
33. Какие у вас есть идеи по совершенствованию продукта?
34. Как называется компания? Почему так?
35. Чем на первый взгляд занимается компания?

36. Дайте несколько формулировок сферы деятельности
37. В каком регионе работает компания?
38. Оцените сайт компании
39. Оцените все рекламные материалы компании
40. Опишите направления продукта
41. Опишите клиентские категории
42. Опишите регионы или страны продаж
43. Опишите каналы продаж
44. Сколько лет существует компания?
45. Как появилась идея? Что привело вас в этот бизнес?
46. Расскажите историю по шагам и вехам развития
47. Оборот и прибыль компании
48. Тип рынка
49. Количество продукта (ассортимент)
50. Количество проданных единиц/штук
51. Количество сотрудников компании
52. Количество клиентов
53. Количество офисов, франшиз
54. Количество наград, выигранных подрядов/тендеров
55. Количество посетителей сайта, просмотров блога и т.д.
56. Цифры масштаба (километры проводов, литры выпитого, тонны сырья, миллионы человекочасов, тысячи миль перелетов, сотни эскизов, терабайты исходников).
57. Цифры времени (время установки монтажа, время производства, сроки гарантии, время отклика на заявку, период расчета сметы, время доставки такси или пиццы)
58. Кто по-вашему является главными конкурентами за бюджет ваших клиентов?

59. Внедрены ли в компанию системы автоматизации бизнеса (CRM, ERP, KPI)
60. Кто является лицом или лицами компании? (основатели, руководители)
61. Как его/их зовут?
62. Откуда родом?
63. Семейный статус?
64. Общее образование? (общее и специальная подготовка)
65. Карьера (опыт в данной сфере и других сферах)
66. Был ли учитель, наставник?
67. Личные награды и достижения (в том числе и непрофессиональные)
68. Ключевые проекты, которые делал
69. Хобби и увлечения
70. Другие бизнесы и проекты
71. Участвует ли каким-то образом в социальной, культурной и политической жизни
72. Занимается ли каким-то образом благотворительностью?
73. Имеет ли ученую степень, публикации и занимается ли научно-преподавательской деятельностью
74. Опишите организационную структуру своей компании?
75. Сколько человек работает в каждом отделе?
76. Как выглядит схема взаимодействия с клиентом? Кто и как работает над клиентом, кто общается с клиентом, кто участвует в проекте и на каких стадиях
77. Какие требования вы выдвигаете к работникам (сертификаты, лицензии, профессиональное образование, физическая подготовка, возраст, этические принципы)?
78. Как проявляется экспертность сотрудников при обсуждении продукта и компании?

79. Как ваша компания развивает и обучает своих сотрудников?
80. Есть ли праздники, которые вы отмечаете в компании?
81. Какие типы или категории клиентов с вами работают?
82. Есть ли у вас клиенты-звезды? (люди и организации)
83. Опишите свой самый дорогой проект
84. Опишите свой самый масштабный проект
85. Опишите самый известный проект
86. Опишите самый необычный проект
87. Опишите самый сложный проект
88. Какова доля постоянных клиентов?
89. Сотрудничали вы когда-либо с государственными структурами?
90. Какие вопросы задают вам клиенты чаще всего?
91. Какие самые частые клиентские сомнения, страхи, стереотипы и возражения?
92. Какая основная боль и проблема есть у ваших клиентов?
93. Какая основная причина того, что клиенты у вас не покупают?
94. Что именно в вашем предложении "цепляет" клиентов сильнее всего?
95. Можете ли вы хотя бы примерно оценить, сколько денег вы сэкономили для своих клиентов или помогли дополнительно заработать?
96. Как происходит первый контакт с компанией? Опишите свои впечатления
97. Оцените ваши впечатления при покупке купить либо заказать продукт через сайт компании
98. Оцените ваши впечатления при регистрации на сайте
99. Появилось ли у вас желание приобрести продукт?
100. Оцените ваши впечатления после звонка с целью приобрести продукт
101. Оцените ваши впечатления при общении с консультантом

102. Появилось ли у вас желание продолжить взаимодействие с компанией
103. Распишите основные этапы работы с клиентом от первого обращения до получения вами денег и выполнения работ
104. Расскажите как вы сопровождаете клиента после покупки
105. Опишите самые удачные акции, которые вы проводили
106. Дарите ли вы своим клиентам подарки и в каком случае?
107. Опишите свою доставку
108. Внедрена ли в вашей компании программа лояльности (карты, накопительные скидки, бонусные баллы, подарки и т.д.)?
109. Расскажите про финансовые условия работы (предоплата, рассрочка, отсрочка первых выплат, продуктные кредиты, скидки, продукт на реализацию, выкуп неликвида и т.д.)
110. Как вы собираете обратную связь от клиентов?
111. Как вы контролируете качество?
112. Как вы работаете с претензиями и рекламациями?
113. Сформулируйте 3-5 "причины, почему объективно выгоднее покупать у вас, а не у конкурентов
114. Есть ли в вашем бизнесе понятие "легкого входа" или бесплатного первого шага для клиента.
115. Измеряете ли вы NPS (индекс потребительской лояльности) для определения уровня лояльности ваших клиентов?
116. Сколько клиентов насчитывает ваш бизнес?
117. Есть ли у вас какие-либо награды и регалии? (премии, рейтинги, грамоты, медали, кубки, благодарственные письма)?
118. Какие о компании или от компании существуют публикации? (экспертные комментарии, интервью, жюри в телешоу, авторские колонки, статьи)

119. Продаются ли книги, написанные ключевыми людьми вашей компании
120. Имеет ли компания лицензии, разрешения и сертификаты, подтверждающие квалификацию?
121. Посещаемость сайта, количество подписчиков в социальных сетях, количество зарегистрированных пользователей
122. Количество отзывов на сайте и особенно на сторонних ресурсах
123. Доля постоянных клиентов и клиентов, пришедших по рекомендации в общей структуре выручки
124. Является ли компания членом профессиональных объединений (гильдий и т. п.)?
125. Владеет ли компания зарегистрированными патентами и авторскими правами на собственные разработки?
126. Организует ли ваша компания значимые профессиональные события (выставки, конференции, школы, семинары, презентации)
127. Есть ли у вашей компании партнеры?
128. Что делается на каждом этапе производственного процесса?
129. Результат каждого этапа?
130. Сколько человек занято на каждом этапе?
131. Сколько времени длится каждый этап?
132. В чем преимущество вашей технологии производства перед конкурентами?
133. Есть ли у вас ручное производство отдельных элементов?
134. Как вы контролируете качество выпускаемой продукции?
135. Опишите ваш офис? (магазин, ресторан, шоу-рум)
136. На каком оборудовании вы работаете?
137. Есть ли у вас собственные софты и программы?
138. Есть ли у вас знаковые поставщики и подрядчики?
139. Какие традиции и правила существуют в вашей компании?

140. Есть ли у вас своя служба безопасности?
141. Есть ли у вас транспорт компании брендированный в фирменном стиле?
142. Есть ли у вас брендированная сувенирная продукция?
143. Есть ли у вас свой внутренний сайт, журнал, бюллетень.
144. Используете ли вы уникальные материалы?
145. Владете ли вы уникальными технологиями и методиками
146. Можете ли вы разобрать продукт или услугу и описать его по элементам?
147. Есть ли у вас секреты, ноу-хау и нюансы, которые больше никто не использует?
148. Работают ли с вами уникальные, единственные в своем роде специалисты?
149. Укажите те детали и мелочи в продукте, по которым можно судить о качестве.
150. Используете ли вы стоковые или реальные (уникальные) изображения продукта?

Уверен, уже в процессе прочтения у вас появилась масса идей и руки просто чешутся, чтобы быстрее их реализовать.

Правда, есть одно НО.

Вам потребуются знания, чтобы ваши внедрения прошли грамотно и без ошибок.

И в этом вам поможет наш блог, где вы можете получать подробные знания о прибыльном маркетинге совершенно бесплатно.

Вот ссылка на него -> <http://in-scale.ru/blog>