

SU QUESTA CHECKLIST

La seguente checklist si propone l'obiettivo di guidarti nella conoscenza approfondita dei tuoi consumatori, per offrire loro un'esperienza migliore attraverso una comunicazione più efficace. Utilizzala per identificare le loro necessità e preoccupazioni in relazione ai tuoi prodotti e servizi. Presto potrai identificare con più chiarezza i punti in cui le tue esperienze devono migliorare.

CHI È IL TUO MIGLIOR CLIENTE?

1. Identifica il profilo dei tuoi 3 clienti più comuni.

2. Qual è la loro età media?

3. Quali sono i loro interessi? Che stile di vita hanno?

4. Dove vivono generalmente?

5. Cosa li accomuna?

6. Che tipo di feedback stanno inviando sui tuoi prodotti e servizi?

I RUOLI NEL PROCESSO D'ACQUISTO

1. L'influencer: Chi influenza l'acquisto e la prenotazione?

2. Il decision maker: Chi prende le decisioni di acquisto?

3. Chi ha potere d'acquisto? Con quale budget? Chi procederà al pagamento della prenotazione?

4. Il buyer: Chi è l'acquirente finale?

5. Il consumer: Chi è il consumatore finale dell'esperienza?

LE OPZIONI DEL TUO CLIENTE

1. Chi sono i tuoi principali concorrenti?

2. Quali vantaggi offrono che offri anche tu?

3. Quali vantaggi offrono che tu non stai offrendo?

4. Cosa offri tu che i tuoi concorrenti non offrono?

IDENTIFICARE LE SFIDE DEI TUOI CLIENTI

1. Identifica il profilo dei tuoi 3 clienti più difficili.

2. Cosa li accomuna?

3. Che tipo di feedback stanno inviando sui tuoi prodotti e servizi?

4. Come gestisci le loro critiche?

DEFINIRE LE SOLUZIONI

1. Quali sono le 3 necessità principali che hai individuato nel cliente e a cui devi trovare una soluzione?

2. Per chi sarà creata la soluzione?

3. Da dove deriva questo tipo di necessità?

4. Quante persone condividono questa stessa necessità? Quanto è estesa questa nicchia di mercato?

5. Su quali fonti d'informazioni ti stai basando per provare che questo mercato esiste?

6. Quanto sono disposti a pagare i clienti per una soluzione a queste necessità?

COMUNICARE CON I TUOI CLIENTI

1. In che modo ti rivolgi ai tuoi clienti? Formale o informale?

2. Quanto efficace consideri la tua interazione con loro?

3. Da uno a dieci, quanto ritieni di essere in grado di ascoltarli?

4. Quanto rapidamente rispondi alle richieste di contatto? (telefono, email, social network,...)

5. Come prendi le critiche? Rispondi in maniera professionale e rispettosa?

6. Come gestisci i conflitti che possono sorgere con i clienti (sia online, sia offline)?

Contrassegna le risposte che meglio si adattano al caso della tua impresa.

Qual è la motivazione principale che porta i tuoi clienti verso la tua impresa?

- A. Interesse attivo nel tipo di attività
- B. Una promozione o sconto
- C. Un evento importante della loro vita (laurea, addio al celibato/nubilato, compleanni, etc.)
- D. Altro: di che si tratta?

Da quali canali provengono la maggioranza delle tue prenotazioni?

- A. Interesse a livello locale e/o visite dirette al tuo ufficio o stand
- B. Pubblicità a pagamento (spot, annunci nei giornali, etc.)
- C. Marketing passa parola
- D. Marketing online (social media, sito web, paid search, etc.)

Con quale frequenza ritornano i tuoi clienti?

- A. Più di 5 volte l'anno
- B. Tra le 1 e le 3 volte all'anno
- C. Raramente, però ci raccomandano ai loro amici, famiglia e conoscenti
- D. Raramente o mai

Che tipo di relazione stabilisci con i clienti al termine della loro esperienza?

- A. Inviame una serie di email di ringraziamento e offriamo risorse (ad esempio, altre informazioni) u
- B. Inviame una sola email di ringraziamento per averci scelto
- C. Rispondiamo alle sue opinioni online e menzioni nei social network
- D. Non abbiamo un piano ufficiale in questi casi, ma i suggerimenti sono i benvenuti

Avrai sicuramente notato che, al rispondere alle domande, hai dovuto affrontare e approfondire diversi aspetti della tua impresa. Hai riaffermato le tue decisioni?

In ogni caso, spero che questa checklist ti abbia aiutato a conoscere meglio i clienti e i consumatori dei tuoi prodotti e servizi turistici per migliorare la comunicazione con loro.