

Le domande del tuo Sondaggio

1. La domanda più importante

Se potessi porre solo UNA domanda al tuo mercato, quale sarebbe?

Questa è una domanda molto interessante. La risposta risiede in quella che viene chiamata “La Domanda Più Importante”.

La qualità delle domande determina la qualità delle risposte, e questa è la domanda rappresenta le fondamenta della tua ricerca. Se dovessi sceglierne solo una, vorresti fare assolutamente questa.

Proprio per questo, questa è l'unica domanda che è obbligatoria nella tua ricerca, ed è la prima in assoluto che vuoi porre sia nella ricerca in formato scritto che parlato.

Da questa domanda dipende il risultato della ricerca, la conferma o modifica delle tue ipotesi iniziali, e quindi l'efficacia del tuo messaggio e il successo della tua campagna.

Quindi non puoi sbagliare!

Struttura e Formato

Ricorda, la tua Domanda Più Importante DEVE essere SEMPRE una risposta APERTA e deve assolutamente seguire la struttura precisa che fa emergere dalla risposta i problemi, le sfide e le paure del tuo mercato con le esperienze passate. Le persone possono dirti in modo accurato e veritiero solo 2 cose:

- 1) Cosa è avvenuto in passato
- 2) Cosa NON vogliono assolutamente!

Ecco la struttura della domanda:

“Quando devi [X], qual è il tuo problema più grande, in questo preciso momento?”

- **NOTA:** Sostituisci la X con la TRASFORMAZIONE che hai individuato dall'esercizio della Settimana #1 (Modulo 1.7 e Modulo 1.8)

Scrivi qui la tua Domanda Più Importante:

2. Le Domande Demografiche

Fai un brainstorming 2-3 domande demografiche a risposta singola che puoi inserire nel tuo sondaggio e poi scegline 1 massimo 2. Ricorda, le persone sono pigre e vuoi ridurre al minimo le informazioni che gli chiedi.

Qui di seguito trovi 10 esempi di Domande demografiche da cui prendere spunto per pensare alle tue.

(IMPORTANTE!: Questi sono solo esempi, ma devi ASSICURARTI di inserire domande strettamente correlate con la trasformazione che offri)

Sei maschio o femmina?

- Maschio
- Femmina

A quale tra queste fasce di età appartieni?

- < 20
- Tra 21 e 30
- Tra 31 e 40
- Tra 41 e 50
- Tra 51 e 70
- > 70

Dove Vivi?

- Nord Italia
- Centro Italia
- Sud Italia
- Estero

Qual è il tuo stato civile?

- Celibe/nubile.
- Coniugato/a.
- Divorziato/a (libero/a di stato).
- Vedovo/a

In quali delle seguenti fasce di reddito ti trovi?

- < 20.000€
- 30.000€ - 50.000€
- 50.000€ - 75.000€
- 75.000€ - 100.000€

- > 100.000€

In quali delle seguenti fasce di fatturato annuo si trova la tua attività?

- < 50.000€
- 50.000€ - 150.000€
- 150.000€ - 500.000€
- 500.000€ - 1.000.000€
- > 1.000.000€

Quale delle seguenti opzioni descrive più accuratamente possibile il punto in cui ti trovi con la tua attività?

- Startup - Sono ancora alle prime fasi della mia attività e non ho ancora clienti
- Generare contatti - ho pochi clienti e voglio aumentare i contatti, le vendite ed il fatturato
- Aumentare il fatturato - Sto vendendo i miei prodotti a molte persone ma voglio scalare la mia attività
- Agenzia - Ho un'agenzia che segue il marketing per gli altri (o lo vorrei diventare)

Quanti dipendenti hai?

- 1-5
- 6-10
- 11-25
- 26-50
- 50+

Quale di queste categorie si avvicina di più a quella della tua attività?

- Produzione Industriale
- Salute e benessere
- Finanza
- Settore Sanitario
- Immobiliare
- Altro

Quanti prodotti o servizi offri?

- 0
- 1-3
- 3-10
- 10+

Individua 2-3 domande e scegli la prima (o le prime 2) più essenziali da inserire nel tuo sondaggio, così come le risposte chiuse singole da offrire come opzione (numero compreso tra 3-5)

Domanda #1

Risposta 1# _____

Risposta 2# _____

Risposta 3# _____

Risposta 4# _____

Risposta 5# _____

Domanda #2

Risposta 1# _____

Risposta 2# _____

Risposta 3# _____

Risposta 4# _____

Risposta 5# _____

Domanda #3

Risposta 1# _____

Risposta 2# _____

Risposta 3# _____

Risposta 4# _____

Risposta 5# _____

3. Le Domanda sul Prodotto (Offerta)

Saper identificare la domanda del mercato è una delle competenze più importanti che un imprenditore può avere.

Immagina di sapere in modo molto accurato quale nuovo prodotto o servizio garantirebbe delle vendite se lanciato nel mercato in questo momento!

O se hai appena scelto una nuova nicchia su cui basare la tua nuova attività (o espandere quella esistente), quanto sarebbe bello sapere con chiarezza e confidenza, da quale prodotto o servizio iniziare, ed innovare il mercato, invece di cercare di scopiazzare quello che fanno i competitor? (come fanno tutti)

O ancora, come sarebbe se potessi identificare le opportunità e i “buchi” nei prodotti che stai già offrendo o nel messaggio con cui li stai proponendo sul mercato, così da innovarli ulteriormente, ed aumentare le tue vendite?

Ed è qui che entra in gioco la domanda sul prodotto (offerta)

Ti permetterà di avere un’idea ancora più accurata di cosa vogliono le persone e ridurre ulteriormente il margine di errore.

Anche questa qui è una domanda a risposta chiusa

Ricorda, l’obiettivo di questa domanda è capire quale trasformazione attira di più le persone (e confermare le tue ipotesi di offerta)

Ecco il formato:

“Se stessi per creare un servizio/programma/altro a pagamento su uno dei seguenti argomenti (e ne dovessi scegliere solo uno), a quali dei seguenti ti iscriveresti/richiederesti se fosse già disponibile?”

- [Trasformazione 1]
- [Trasformazione 2]
- [Trasformazione 3]
- [Trasformazione 4]
- Onestamente, nessuno di questi

Scrivi la Tua domanda sul prodotto:

Risposta #1 _____

Risposta #2 _____

Risposta #3 _____

Risposta #4 _____

Onestamente, nessuno di questi

4. Domanda di Contatto

Qui è dove chiedi i contatti al visitatore.

E' sempre l'ultima domanda, perché in questa fase è quella meno importante, ma comunque importante. (Se non rispondono, abbiamo comunque il resto delle risposte)

L' obiettivo infatti è, sia cominciare a creare la tua lista, ma anche capire chi è maggiormente predisposto all'acquisto (se non lascia i dati, probabilmente daremo meno importanza alla sua risposta)

Il secondo obiettivo è quello di capire chi lascia il numero, sia perché è determinante per capire chi sono gli entusiasti (e analizzare meglio i dati), sia per richiamare le persone se volessimo sentirle telefonicamente

Ma la mettiamo per ultima, perché scrivere i propri dati è una richiesta impegno più grande per il visitatore che rispondere a domande singole, ma facendogli fare prima piccoli passi nel per farlo entrare nel processo (rispondere alle domande precedenti), sarà più facile che ci lasci i suoi dati.

La struttura della domanda.

Qui non c'è praticamente nulla da cambiare, ti basta copiarla ed incollarla.

Ultimo passo: quali sono le tue migliori informazioni di contatto così che ti possa informare quando il [tipo prodotto/servizio] sarà disponibile?

Nome: [campo]

Email: [campo]

Telefono (opzionale): Infine, potrei aver bisogno di chiamare personalmente alcune persone al telefono, per sapere di più sulla tua situazione. Sei disposto a parlare al telefono per pochi minuti con me, per analizzare le tue risposte più in profondità?
Se sì, Inserisci qui sotto il tuo nome e numero di telefono. Grazie!

[campo]