

Mapa Mindshare i Sytuacji Wejścia

Nie chodzi o to, żeby wiedziało o was więcej osób, tylko żeby przypomniaty sobie o was wtedy, kiedy mają konkretny problem. Siedem pytań opisuje jedną taką sytuację i to, co ma w niej was przywołać.

PRACA ZESPOŁU · DZIESIĘĆ MINUT NA JEDNĄ SYTUACJĘ

KIEDY SIĘGNAĆ

- + treści powstają na tematy modne, a nie na te, o które ktoś pyta;
- + widoczność rośnie, a zapytania nie;
- + ktoś kojarzy waszą treść, ale nie kojarzy, że jest wasza;
- + nie wiadomo, w którym momencie klient w ogóle zaczyna szukać;
- + każdy materiał mówi do wszystkich ról naraz.

WYPEŁNIJ 7 PÓL

01 CO SIĘ U NICH DZIEJE

Jaka konkretna sytuacja sprawia, że ktoś zaczyna szukać odpowiedzi?

02 KTO WTEDY SZUKA

Która rola pierwsza się z tym mierzy?

03 O CO WTEDY PYTA

Jak brzmi pytanie, które ta osoba wpisuje albo zadaje koledze?

04 CO DZIŚ ODPOWIADA ZAMIAST WAS

Skąd bierze odpowiedź teraz — i dlaczego stamtąd?

05 CO MOŻECIE DAĆ LEPSZEGO

Co po waszym materiale ta osoba zrozumie inaczej?

06 PO CZYM WAS POZNA

Co sprawi, że skojarzy ten materiał akurat z wami?

Robicie to, zawężacie do jednej roli, sprawdzacie najpierw czy odpuszczacie?

CO Z TEGO WYCHODZI

Sytuacja jest opisana jako temat, a nie jako moment

Wróć do pytania 1. „Cyfryzacja produkcji” to temat; „zatrzymało się drugi raz w tym miesiącu” to moment, w którym ktoś czegoś szuka.

Pytanie brzmi tak, jak mówicie wy, a nie jak mówi klient

Przepisz pytanie 3 jego słowami. Nikt nie szuka nazwy waszej kategorii.

Materiał jest dobry, ale nikt nie kojarzy, że wasz

Wróć do pytania 6. Rozpoznawalna treść bez przypisania autora buduje cudzą pozycję, nie waszą.

Nie wiecie, czy ta sytuacja w ogóle poprzedza zakup

Sprawdźcie to u klientów, zanim zbudujecie na tym plan treści.

Ktoś chce z odwiedzin materiału wyciągnąć wniosek o gotowości do zakupu

Nie róbcie tego. Przeczytanie tekstu nie jest deklaracją zamiaru i nie wolno go tak traktować.
