



КАК НАЙТИ ФИШКИ СВОЕГО БИЗНЕСА И СОСТАВИТЬ КЛАССНОЕ УТП



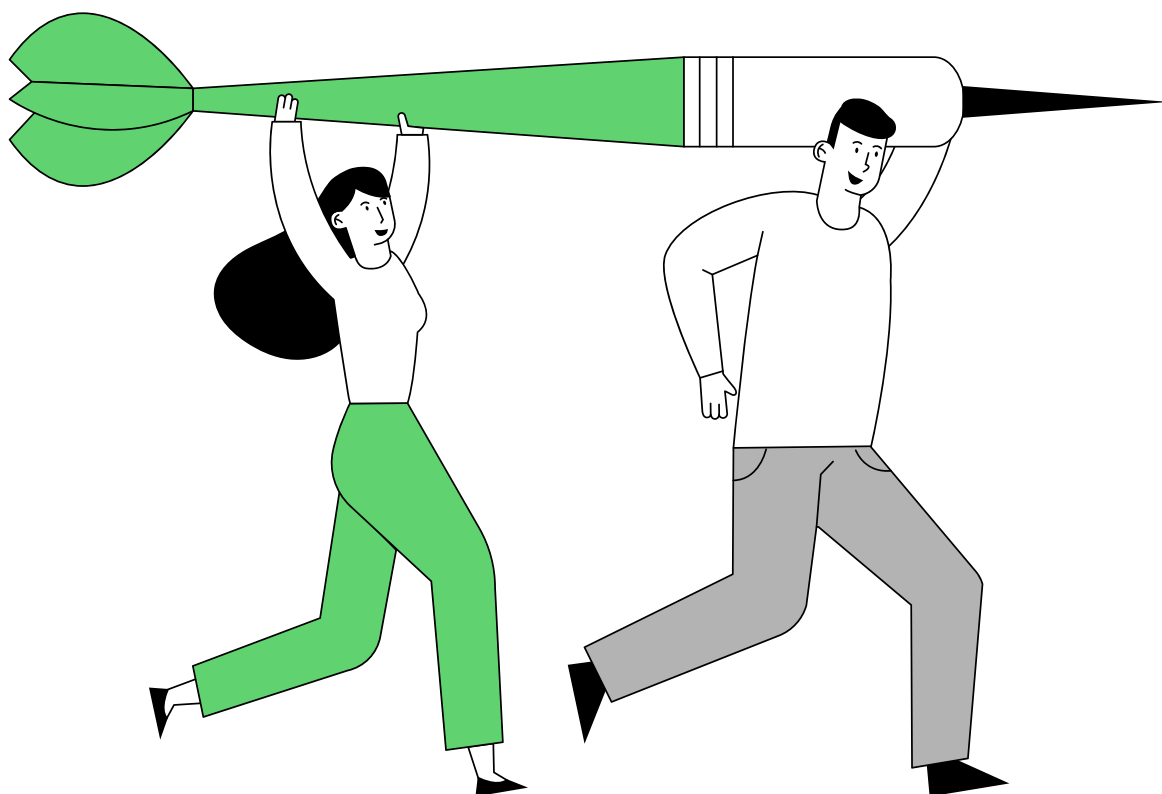
СОДЕРЖАНИЕ

Введение	2
1. Осознайте свою компанию/продукт/услугу	3
2. Выясните потребности и проблемы клиентов	4
3. Осознайте конкурентов	5
Задание «Анализ УТП конкурентов»	5
4. Составьте сравнительную таблицу	7
Задание «Сравнительная таблица выгод»	7
5. Выберите основание для УТП	8
Чек-лист «Основания для УТП»	8
6. Составьте УТП	10
Формулы УТП	10
Шаблон формулировки УТП	15
7. Протестируйте новое УТП	18
Чек-лист «Эффективное УТП»	18
8. Что делать с УТП дальше	18

УТП – уникальное торговое предложение

- **УТП** – причина, по которой клиент купит продукт (товар или услугу) именно у вас.
- На **УТП** строится реклама, выстраиваются скрипты продаж, идет отстройка от конкурентов.
- Чем сильнее **УТП**, тем проще идут продажи.
- Есть ли у вас сильное и классное **УТП**? Достаточно ли притягательное для ваших клиентов существующее **УТП**?

Воспользуйтесь руководством по созданию УТП и сформулируйте классное продающее УТП для своего бизнеса!



1. Осознайте свою компанию/продукт/услугу

Понимание текущего положения вашей компании на рынке — первоначальная и постоянная задача для владельца бизнеса. Ниже вопросы, которые вам нужно постоянно задавать себе. В создании УТП они играют ключевую роль.

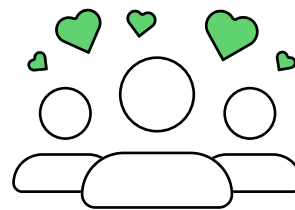


2. Выясните потребности и проблемы клиентов

Опишите целевую аудиторию бизнеса и определите идеального клиента (он приносит больше денег).

Образ идеального клиента:

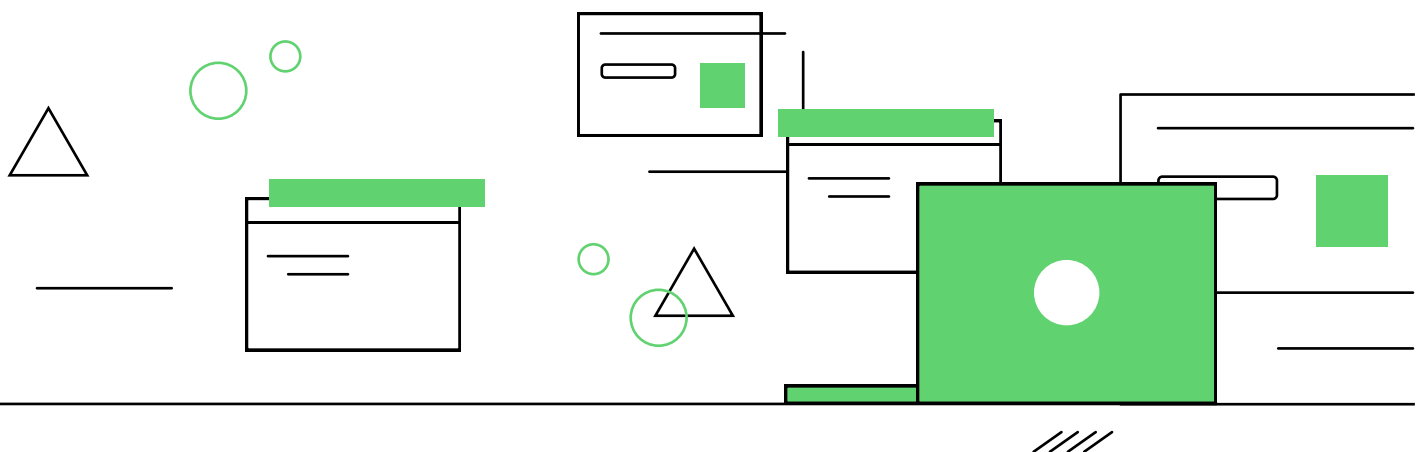
- ☐ Сколько лет вашему покупателю?
- ☐ В каком городе он живет?
- ☐ Какова его основная деятельность?
- ☐ Как он проводит свободное время?



Выясните эмпирическим или опытным путем **потребности клиента**, поговорив с самими клиентами. Ниже список вопросов для клиента:

- ☐ Какие решения он уже пробовал раньше и почему они не помогли?
- ☐ Каким он представляет идеальное решение этой проблемы?
- ☐ Как клиент узнал о вас? Какие надежды он связывает с вашим предложением?
- ☐ В чем он продолжает сомневаться?
- ☐ Что он думает о цене?
- ☐ Что ему нравится и не нравится в ваших конкурентах?
- ☐ Что он должен подумать, почувствовать и сделать, узнав о вашем товаре?
- ☐ Если он купит ваш товар, как после этого изменится его жизнь?

Как только вы выясните, что важно для ваших клиентов, вы можете усовершенствовать свой продукт или выделить в рекламных сообщениях эти выгоды.



3. Осознайте конкурентов

УТП должно выделять вас среди других компаний. Именно поэтому вам обязательно нужно знать, что предлагают конкуренты. Почему клиенты выбирают товары и услуги у них, а не у вас?

Ответьте на следующие вопросы:

- ☐ Какие интересные УТП есть у конкурентов?
- ☐ Можно ли на основе их УТП сделать что-то более интересное?

Задание «Анализ УТП конкурентов»

1. Составьте список компаний, работающих в вашей сфере бизнеса. Укажите название каждой компании, добавьте ссылки на сайт и сообщества в соцсетях.

Название	Ссылка на сайт	Ссылки на соцсети и др.



This image shows a full page of white paper with horizontal grey ruling lines, typical of notebook paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

4. Составьте сравнительную таблицу

Создайте таблицу, в которой в одном столбце перечислите характеристики продукта/услуги и выгоды, которые они дают клиентам, а в другом столбце – характеристики и выгоды продуктов-конкурентов. Так вы узнаете, какие выгоды предлагаете только вы.

Задание «Сравнительная таблица выгод»

Выгоды вашего продукта (товара, услуги, компании)

Выгоды продукта (товара, услуги, компании) конкурентов

5. Выберите основные для УТП

Вполне возможно, что проанализировав себя, потребности клиентов и УТП своих конкурентов, вы обнаружите, что оснований для УТП в вашем продукте нет или вы ничем не отличаетесь от конкурентов. В этом нет ничего страшного. Наоборот, теперь у вас есть к чему стремиться и есть направления для развития бизнеса.

Перестройте и усовершенствуйте бизнес таким образом, чтобы основание для УТП появилось.

Чек-лист «Основания для УТП»

☐ Полезный дополнительный сервис

Например, бесплатная доставка/установка/постгарантийное обслуживание/консультации, а также сопутствующий товар в качестве подарка (например, карту памяти для фотоаппарата или телефона).

☐ Расторопность и вежливость персонала

Маникюр, педикюр и укладка за 1 час — с вами одновременно будут работать сразу три мастера.

Такси с молчаливыми водителями.

Трезвые и вежливые сантехники.

☐ Специализация на сотрудниках

Ваши курсы японского ведет носитель языка.

Профессиональная протекция от сотрудников СБУ и МВД в отставке.

☐ Узкая ниша

Адвокат по налоговым спорам.

Рок караоке-бар.

Магазин копий вещей из кинофильмов.

Курьерская доставка габаритных грузов.

Специалист по рекламной фотографии для ресторанов.

☐ Скорость

Если мы не доставим за 30 минут — вы не должны оплачивать заказ.

Продадим вашу квартиру за 3 месяца.

Построим готовый дом за два месяца.

☐ Ориентация на конкретную группу клиентов

Например, бесплатная доставка/установка/постгарантийное обслуживание/консультации, а также сопутствующий товар в качестве подарка (например, карту памяти для фотоаппарата или телефона).

☐ **Лидерство на рынке**

*Более 7000 аксессуаров для авто.
Самый большой экран в городе.*

☐ **Элитарность**

*Индивидуальная экскурсия по городу на ретро-авто.
Членство в закрытом яхт-клубе при покупке яхты.*

☐ **Высокий результат**

*Наша школа бокса за 15 лет воспитала 5 олимпийских чемпионов, 10 чемпионов мира, 19 чемпионов.
87% наших студентов находят работу в течение 3-х месяцев.
Создаем продающие страницы с конверсией от 7%.*

☐ **Дополнительные гарантии**

*Если вам не понравится услуга — вернем вам деньги.
Дополнительные 2 года гарантии к стандартной гарантии от производителя.*

☐ **Низкая цена**

*Большая пицца по цене маленькой.
Скидка 15% от цены производителя.*

☐ **Уникальная характеристика**

*Экскурсия «Криминальная Одесса».
Тир по стрельбе со средневекового оружия.*

☐ **Новое решение, инновация**

*Сухая мойка авто.
Прокачать все мышцы за 30 минут с помощью EMS-тренировки.*

☐ **Преимущество в недостатке**

Молоко, которое скисает за три дня: «Хранится всего 3 дня, потому что на 100% натуральное».

☐ **Конкретное решение проблемы**

«Ноет зуб? Мазь «Неболин» снимет боль через 5 минут».

☐ **Все в одном месте**

Если вы пришли купить велосипед, то здесь же можете купить всю экипировку — от одежды до налобного фонарика и фляжки для воды.

☐ **Эксклюзивность**

*Скайп-беседы со знаменитостями.
Магазин товаров, которые только в одном экземпляре.*

6. Составьте УТП

Теперь самое интересное. С помощью собранных данных и принятых решений, пора составить УТП.

Воспользуйтесь одной из предложенных ниже формул и шаблонов.

Формулы УТП

Формула № 1

С помощью *(продукт, услуга)* мы помогаем *(ЦА)* решить *(проблема)* с *(выгода)*

Пример: Услуга «Экспресс-Няня» поможет мамам спокойно ходить в спортзал, кино и за покупками, пока малыш под присмотром опытной няни.

Ваш вариант:

Формула № 2

Ключевая потребность ЦА + Результат + Гарантия

Пример: 200 реальных подписчиков за месяц или вернем вам деньги

Ваш вариант:

Формула № 3

ЦА + Проблема + Решение

Пример: Помогаем интернет-предпринимателям успешно построить и развить свой бизнес с помощью проверенных маркетинговых стратегий

Ваш вариант:

Формула № 4

Важная (уникальная) характеристика + Потребность

Пример: 1000 интересных идей для ремонта квартиры своими руками

Ваш вариант:

Формула № 5

Продукт + ЦА + Проблема + Выгода

Пример: С онлайн-курсом «Мэйкап Стар» вы избавитесь от проблем с неправильным макияжем и будете всегда выглядеть, как фотомодел

Ваш вариант:

Формула № 6

[Продукт] + без + [страх клиента]

Пример: Инженерные изыскания «без» дорисовок, которые сэкономят до 35% ваших средств при проектировании.

Ваш вариант:

Формула № 7

[Креативность особенность] + [Продукт]

Пример: Шоколад, который тает во рту, а не в руках.

Ваш вариант:

Формула № 8

[Самое] + [Продукт]

Самая большая гарантия на деревянные дома в Московской области (по мнению 1000 опрошенных на сайте _____.ru).*

Ваш вариант:

Формула № 9

[Продукт] + с + [дополнительная ценность]

Крем с комплексом витаминов E, который повышает эластичность кожи в 1,5 раза.

Ваш вариант:

Формула № 10

[Продукт/компания] + как/для + [положительные эмоции]

Пример: Еда как дома. Вкусно как в детстве. Сметана как у бабушки в деревне.

Ваш вариант:

Формула № 11

[Единственный] + [продукт/компания + [отличие] + в [география]

Пример: Единственные столы для работы стоя в Москве с доставкой за 1 день.

Ваш вариант:

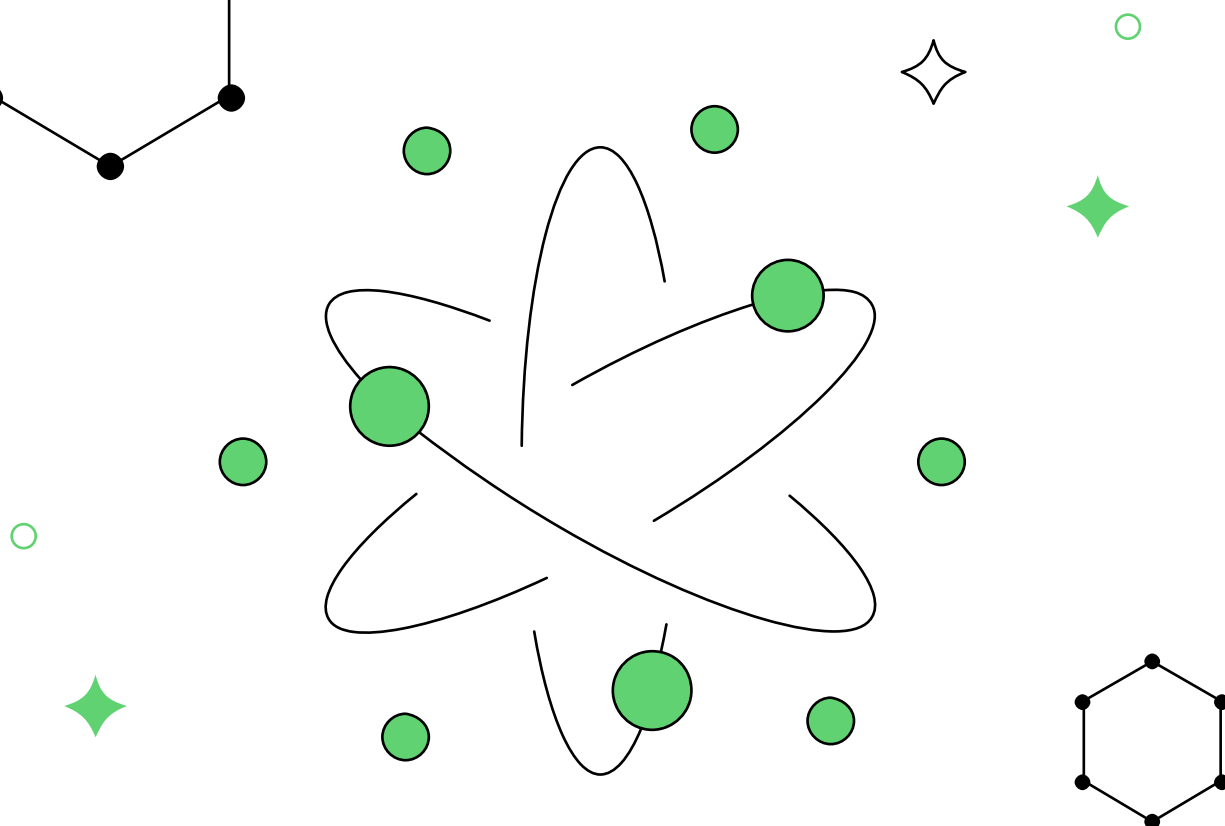
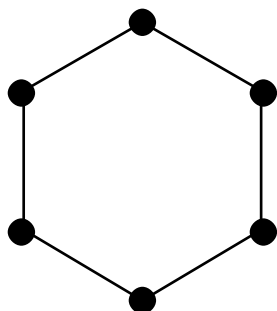


Формула № 12

[Если _____] + [то _____]

Пример: Если не понравится, то вернем все деньги. (В данном случае речь преимущественно идет о гарантии).

Ваш вариант:



Шаблон формулировки УТП

Заполните пропущенные места конкретными формулировками

На рынке

Назовите отрасль или сегмент рынка вашего бизнеса, опишите границы его действия

У моей компании есть

Перечислите свои возможности: знания, навыки, способности, ноухау, ресурсы, которые предопределяют и гарантируют уникальность вашего товара

Мой товар

Конкретизируйте свой товар

Он рассчитан на

Назовите психологические, территориальные, социальные характеристики покупателя вашего товара, опишите ситуацию, когда клиент нуждается его в покупке

Его отличие, уникальность заключается в

Если к «уникальности» вашего товара можно отнести название любого конкурирующего продукта, это не уникальность

И это интересно нашему покупателю, потому что

Какую выгоду получает покупатель от приобретения вашего товара?



Я хочу сказать

Что вы хотите донести до покупателя?

Чтобы он

Важно, чтобы покупатель понял чтото конкретное, прочувствовал это и захотел приобрести товар



7. Протестируйте новое УТП

Разделите базу клиентов на группы и предложите разным группам различные варианты УТП или дайте контекстную рекламу на основе разных вариантов УТП. После этого сравните количество откликов и выберите наиболее выигрышное УТП.

Чек-лист «Эффективное УТП»

- ☐ УТП максимально конкретное, без общих фраз
- ☐ УТП максимально простое — выгода очевидна для клиентов
- ☐ УТП не противоречит интересам и ценностям целевой аудитории
- ☐ УТП короткое и четкое и состоит из одной–трех фраз
- ☐ УТП отличается от предложений конкурентов
- ☐ УТП убедительное и запоминающееся для целевой аудитории
- ☐ УТП лучше, выгоднее и качественнее чем то, что уже используют клиенты
- ☐ УТП не могут использовать конкуренты

8. Что делать с УТП дальше

УТП — основа всех рекламных сообщений. Используйте сформулированное УТП во всех рекламных коммуникациях и продвигайте его в своих каналах:

- ☒ сайт или лендинг;
- ☒ соцсети;
- ☒ баннерная реклама;
- ☒ контекстная реклама;
- ☒ ретаргетинг;
- ☒ реклама магазина на страницах сайта;
- ☒ email-маркетинг;
- ☒ проведение маркетинговых акций.

