

IDEAL CUSTOMER PROFILE

Il cliente giusto, e quello sbagliato

Un ICP non descrive chi potrebbe comprare: descrive chi compra in fretta, paga il prezzo pieno e resta. Va scritto guardando i clienti che hai già avuto, non quelli che vorresti. La casella più utile è l'ultima a destra in basso: definire chi non è cliente tuo ti fa risparmiare più tempo di tutte le altre messe insieme.

CHI È

Settore, dimensione, fatturato, fase. Se vendi a persone: ruolo, età, situazione.

CHI DECIDE

Chi firma, chi usa, chi può dire di no. Spesso sono tre persone diverse.

PROBLEMA E URGENZA

Cosa gli costa il problema, in soldi o in tempo, e cosa succede se non fa niente.

COME COMPRA

Quanto ci mette, quanti passaggi, che budget ha già stanziato, cosa gli serve per firmare.

DOVE LO TROVO

Dove passa il tempo davvero: fiere, gruppi, newsletter, ricerche su Google, altri fornitori.

COSA DEVE SENTIRSI DIRE

La frase che gli fa dire raccontami di più. Nelle sue parole, non nelle tue.

SEGNALI DI CLIENTE BUONO

Cosa dice o fa chi poi diventa un ottimo cliente. Prendili dai casi veri.

SEGNALI DI ALLARME

Cosa dice chi ti farà perdere tempo. Scrivili: servono a dire di no senza rimorsi.