|  | [Сегмент 1] | [Сегмент 2] | [Сегмент 3] |
| --- | --- | --- | --- |
| Пол |  |  |  |
| Возраст |  |  |  |
| Семейное положение |  |  |  |
| Дети |  |  |  |
| Место проживания |  |  |  |
| Род занятий |  |  |  |
| Доход и Соц.статус |  |  |  |
| Места обитания |  |  |  |
| Самая большая неудовлетворенность в жизни этого потенциального клиента |  |  |  |
| Что случится в их жизни, если они не будут решать свою проблему и оставят всё так, как есть? |  |  |  |
| Шаги, которые он принимает, чтобы устранить неудовлетворенность |  |  |  |
| Какие у них могут возникнуть преграды на пути решения своей проблемы? |  |  |  |
| Кто принимает решение о покупке? |  |  |  |
| Нужны ли согласования о покупке? |  |  |  |
| Факторы принятия решения о покупке? |  |  |  |
| Что для него ценно и важно? |  |  |  |
| Боли |  |  |  |
| Страхи |  |  |  |
| Что его раздражает, сердит? Чем он может быть недоволен? |  |  |  |
| Что он думает о цене на ваш продукт? |  |  |  |
| Готов ли он купить? |  |  |  |
| Что ему нравится и не нравится в ваших конкурентах? |  |  |  |
| Источники информации |  |  |  |
| Общая манера поведения при покупке |  |  |  |
| Логика |  |  |  |
| Приоритет выбора |  |  |  |