

مثال تطبيقي لوثيقة العميل المستهدف

(استكمالاً لمثال شركة أنظمة "المنازل الذكية" من القالب السابق)

• **طريقة الهواة (شخصية ضبابية):** "نستهدف الرجال والنساء من 25 إلى 55 سنة، مهتمين بالتكنولوجيا والمنازل ، دخلهم متوسط إلى مرتفع، يتواجدون على كل السوشيال ميديا". (هذا استهداف يحرق المال لأنه يكلم الجميع).

• **طريقة المحترفين (قنص الشخصية بدقة):**

• **اسم المشروع:** أرباب الأسر الباحثين عن الرفاهية والأمان الذكي.

• **الاسم الرمزي:** (أحمد الأب العصري).

1. الملامح الأساسية (Demographics):

• **التفاصيل:** مهندس أو مدير في منتصف الأربعينيات، متزوج ولديه أبناء (مثلاً طفل في عمر الحضانة وابنة أكبر ، دخله مرتفع، يعيش في شقة تملك أو فيلا، ويحب اقتناء الأجهزة التقنية المتقدمة.

2. الألم الأكبر (The Core Pain):

• **الألم هو:** يشتري بالفعل بعض القطع الذكية (مثل مفاتيح إضاءة ذكية وقفل باب إلكتروني متطور)، لكنه يعيش في كابوس تقني. كل جهاز يعمل بتطبيق مختلف، ويواجه مشاكل في التأسيس الكهربائي (مثل غياب سلك النيوترال، أو الخوف من احتراق الأجهزة الذكية باهظة الثمن بسبب تذبذب التيار الكهربائي). هو محبط من الفوضى ويريد حلاً جذرياً.

3. الدافع الخفي للقرار (The Hidden Motivator):

• **الدافع الخفي:** يبحث عن "راحة البال القصوى والسيطرة". يريد أن يطمئن على أمان عائلته (بمراقبة القفل والكاميرات)، ويريد الإحساس بالرفاهية المطلقة (البرستيج) عندما يتحكم في ستائر غرفة النوم، والإضاءة، والتكييف، من خلال أمر صوتي واحد عبر نظام (Google Home) المتكامل، دون الحاجة للنهوض أو فتح 5 تطبيقات مختلفة.

4. موانع واعتراضات الشراء (Buying Objections):

• الاعتراضات الرئيسية:

- "هل سأضطر لتكسير الجدران وتشويه الديكور لتأسيس الكهرباء من جديد؟"
- "ماذا لو انقطع الإنترنت أو تعطل السيرفر؟ هل سأحتجز خارج منزلي؟"
- "هل ستيعون لي الأجهزة وتتركوني أعاني مع البرمجة وخدمة العملاء؟"

5. أين نجده؟ (Watering Holes / Info Sources):

• **أماكن تواجده:** يشاهد مراجعات الأجهزة الذكية والمقارنات على "يوتيوب" بشراهة، يقرأ في المنتديات التقنية المتخصصة وجروبات حلول المنازل الذكية على فيسبوك، ويتأثر بتجارب أصدقائه في العمل.