

Week 2 — Audience, Offer Angle, Buyer Language

Customer ဘယ်သူလဲ၊ ဘာကြောင့်ဝယ်ချင်လဲ၊ ဘယ်စကားလုံးကိုသုံးလဲ၊ offer angle ကို ဘယ်လိုချမှတ်လဲဆိုတာ နမူနာ။

ဖြည့်သွင်းသူ

နမူနာ ကျောင်းသား

လုပ်ငန်းအမည်

နမူနာ လုပ်ငန်း

နေ့စွဲ

၂၀၂၆ ဇူလိုင်

1

အဓိက Customer

အသက် ၂၅-၄၀ အရွယ် small business owner များ။
Facebook Page ရှိပေမယ့် post တင်တာ မစနစ်ကျ၊ sales message မရှင်း၊ ads ထည့်ရင်လည်း result မတည့်ငြိမ်သူများ။

2

ဝယ်ချင်လာတဲ့အချိန်

Post တင်နေပေမယ့် inquiry နည်းလာချိန်၊ competitor ads များလာချိန်၊ team ကို marketing လွှဲချင်ပေမယ့် ဘာလုပ်ရမလဲ မသိချိန်။

3

နာကျင်မှု / လိုချင်မှု / အတားအဆီး

Pain: “Content မရှိရင် sale မလာဘူး။” Desire: predictable lead system. Objection: “ငါ့လုပ်ငန်းနဲ့ကိုက်မလား။ အချိန်ရှိမလား။”

4

Offer Angle

Marketing မစနစ်ကျသေးတဲ့ small business owner တွေ အတွက် ၆ ပတ်အတွင်း customer, message, content, ads, conversion ကို operating system အဖြစ်တည်ဆောက်ပေးတဲ့ Sapwar Marketing Program။

5

သက်သေပြစရာများ

Student workbook samples, before/after Page clarity, weekly content calendar, generated marketing plan, testimonial screenshots, sales inquiry improvement notes.

6

Offer အဆင့်များ

Free checklist → 1-page marketing plan tool → Sapwar Marketing workbook → 6-week program → done-with-you marketing OS setup.

7

Customer စကားလုံးများ

“ဘာတင်ရမလဲမသိဘူး”，“ads ထည့်တာပိုက်ဆံကုန်တယ်”，
“team ကိုလုပ်ခိုင်းရင် quality မတူဘူး”，“customer ကို ဘယ်လိုပြောရမလဲမသိဘူး”

8

Message Pillar ၃ ခု

၁။ Marketing ကို inspiration မဟုတ် system အဖြစ်လုပ်ပါ။
၂။ Content က sale chain ထဲမှာ role ရှိရမယ်။ ၃။ Owner မရှိလည်း team ကဆက်လုပ်နိုင်ရမယ်။

9

Hook စမ်းသပ်ချက်များ

“Post တင်တာများပေမယ့် sale မလာတဲ့အကြောင်းရင်း ၅ ခု” /
“Marketing team မရှိသေးရင် ဒီ system ၃ ခုစပါ” / “Ads မထည့်ခင် စစ်ရမယ့် checklist”

