

фрчи

ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ЛЕКЦИЯ 5.2

«Целевая аудитория.
Сегментация и профиль потребителя»

Москва, 2015

Структура лекции



Основные понятия: сегментация и выделение целевой аудитории



Какие бывают сегменты?



Потребители на высокотехнологичных рынках

Что такое сегмент?



СЕГМЕНТ

группа потребителей, имеющих схожие потребности и удовлетворяющие их схожим образом



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

тот сегмент (один или несколько), с которые выбирает для себя компания

Достаточно ли одних демографических характеристик?

	 Представитель А	 Представитель Б
Пол	Мужской	Мужской
Возраст	40-45	40-45
Страна	Россия	Россия
Профессия	Музыкант	Музыкант
Доход	Значительный	Значительный

Одна и та же целевая группа?

Достаточно ли одних демографических характеристик?

 Представитель А



 Представитель Б



Одна и та же целевая группа?

Достаточно ли одних демографических характеристик?

Представитель А



Они читают одни и те же журналы?



Они едят в одном и том же ресторане?

Представитель Б



Они водят автомобиль одной и той же марки?



Они посещают одни и те же ресурсы Интернет?



Потребители объединяются в сегмент
на основе **общей потребности**

Почему важно определить целевую аудиторию?

1

Эффективное использование ограниченных ресурсов

2

Большая эффективность при разработке продукта

3

Эффективные коммуникации с потребителями

Каким должен быть сегмент?

- Достижимый
- Существенный (размеры и деньги)

О чем еще стоит задуматься при оценке сегмента?

- Динамика роста
- Уровень конкуренции

Почему важно определить целевую аудиторию?



Задачи
потребителя



Выгоды
потребителя



Боли
потребителя

Портрет потребителя лучше всего отражает представителя ЦА



**Рядовой
пользователь**



Михаил

Использует большинство функций смартфона
Использует смартфон для отправки сообщений и фотографий
Смартфон всегда с ним



**Бизнес
пользователь**



Светлана

Нужен простой смартфон, объединяющий много каналов коммуникации
Использует смартфон для звонков и электронной почты
Нужна интеграция с «популярными» почтовыми серверами



**Продвинутый
пользователь**



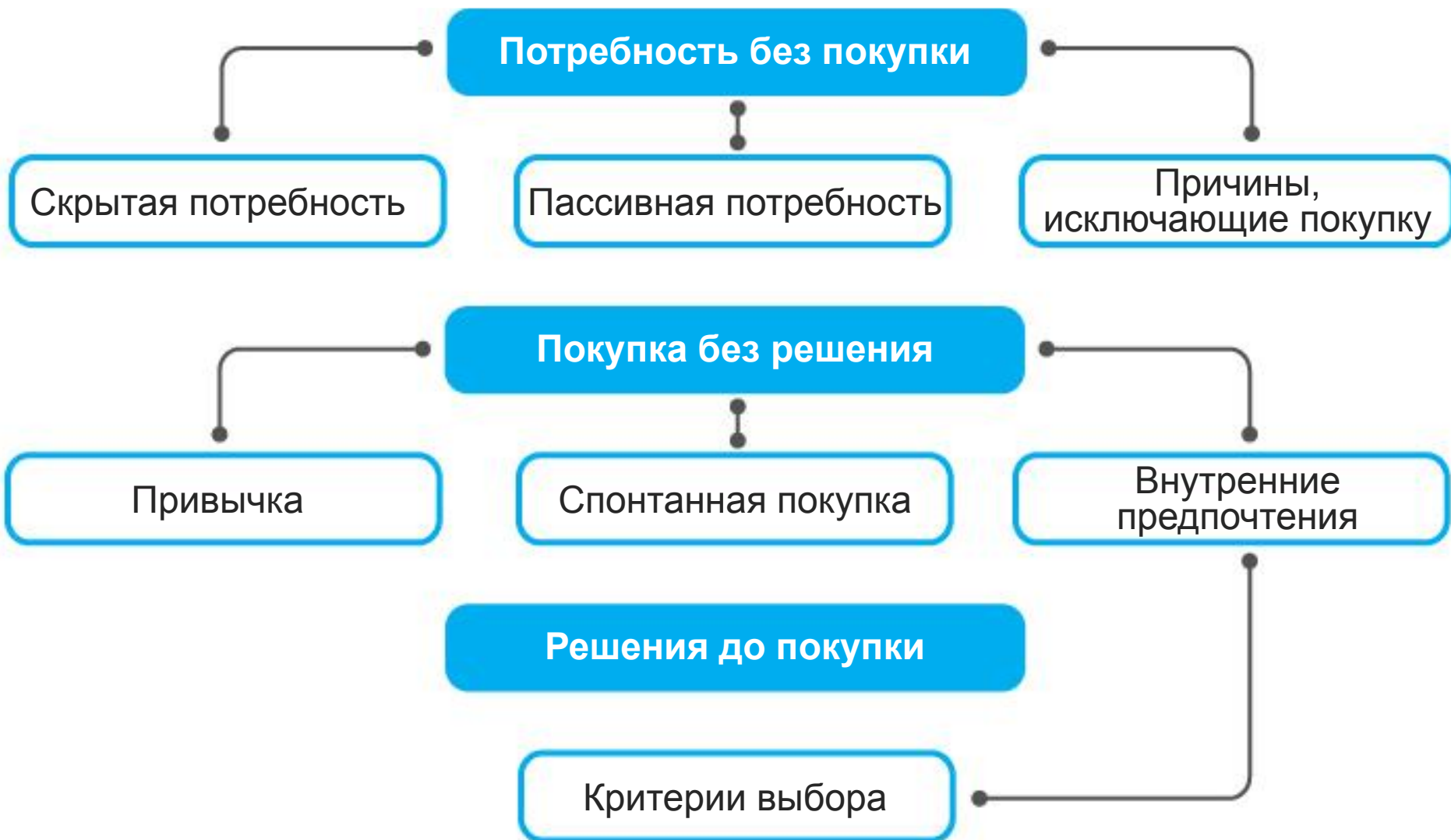
Иван

Использует практически все доступные функции
Расширяет функционал с помощью дополнительных программ
Использует смартфон для удаленного управления другими устройствами

Структура портрета потребителя

Имя?	Укажите имя потребителя
Кто он?	Пол, возраст, занятие, семья, хобби, интересы, где он живет, что он читает, к чьему мнению он прислушивается? Что его мотивирует?
Что он делает?	Каков его типичный день? Каков его идеальный день?
Как взаимодействует с продуктом?	В каких ситуациях он потребляет ваш продукт? Как он удовлетворяет потребность, пока он не знает о вашем продукте?

Склонность потребителя к покупке



Сегменты на B2B рынке

Пример портрета потребителя на промышленном (b2b) рынке



Имя	Сергей Захаров	Область деятельности	Маркетинг, PR
Должность	Руководитель отдела маркетинга	Кому подчиняется	Ком. директор
Образование	Магистр менеджмента, НИУ ВШЭ	Чем заинтересован	Автоматизация маркетинга, аналитика

Основные задачи:

- Разработка и координация маркетинговых кампаний
- Управление репутацией компании в социальных медиа
- Проведение конкурентного анализа
- Формирование отчетности
- Распределение бюджета
- Медиапланирование

Ключевые показатели:

- Привлечение новых клиентов
- Развитие партнерской сети
- Выпуск новых продуктов и сервисов
- Повышение квалификации сотрудников

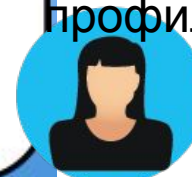
Источники информации:

- Отраслевые источники
- Внутренние отчеты и аналитика
- Отраслевые сайты
- Деловые сообщества
- Отраслевые конференция, события

Возможные профили



CEO

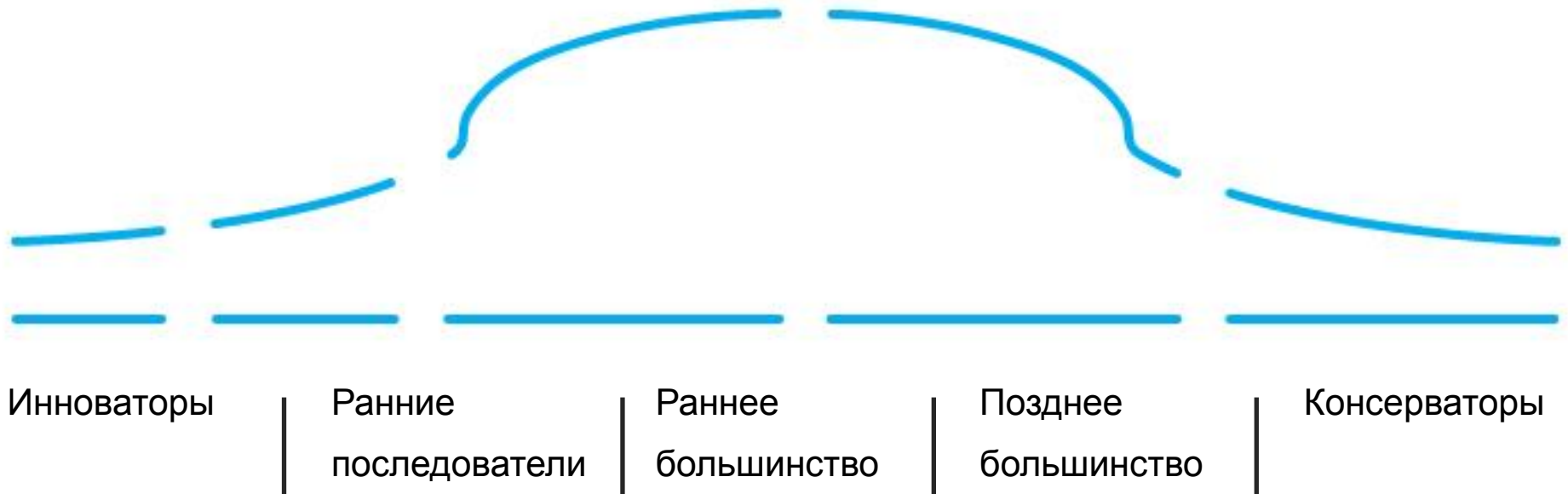


Директор по маркетингу



Директор по развитию

Потребители на высокотехнологичных рынках (Э. Роджерс)



Преодоление пропасти (Дж. Мур)



Сегменты на рынке высоких технологий

	Кто они?	Чего хотят?
Инноваторы	Энтузиасты технологий	Получить технологию раньше всех
Ранние последователи	Визионеры	Использовать потенциал новой технологии в своих проектах
Раннее большинство	Прагматики	Стандартный продукт с хорошим сервисом
Позднее большинство	Технологически не компетентные пользователи	Проверенный продукт и минимум технологических деталей

Задание к следующему занятию



Выделите три сегмента потребителей для своего продукта



В каждом из сегментов составьте портрет потребителя



По каждому портрету:

Проверьте характеристики портрета

Что является источником потребности в продукте?

Сформулируйте возможные решения

ФРИИ

ВОПРОСЫ?

Москва, 2015