



АНАЛИЗ ЦА.
АНАЛИЗ
КОНКУРЕНТОВ

Психология поведения людей в социальных сетях

1. Люди приходят в соц.сети
НЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБ ПОКУПАТЬ

(сначала дайте пользу, а потом продавайте)

2. Бизнес эффективен в соц.сетях только тогда, когда он
РЕШАЕТ КАКУЮ-ТО БОЛЬ!

3. Ваш бизнес должен быть
ЭКСПЕРТОМ+ДРУГОМ

(необходимо постоянно работать над улучшением отношений с ЦА)

Кому доверяют люди

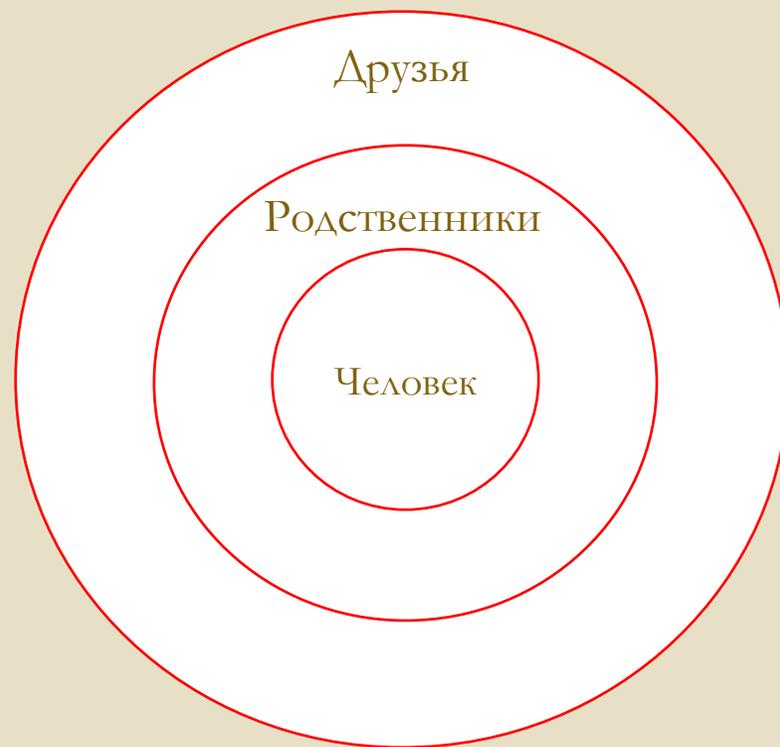


Человек

Кому доверяют люди



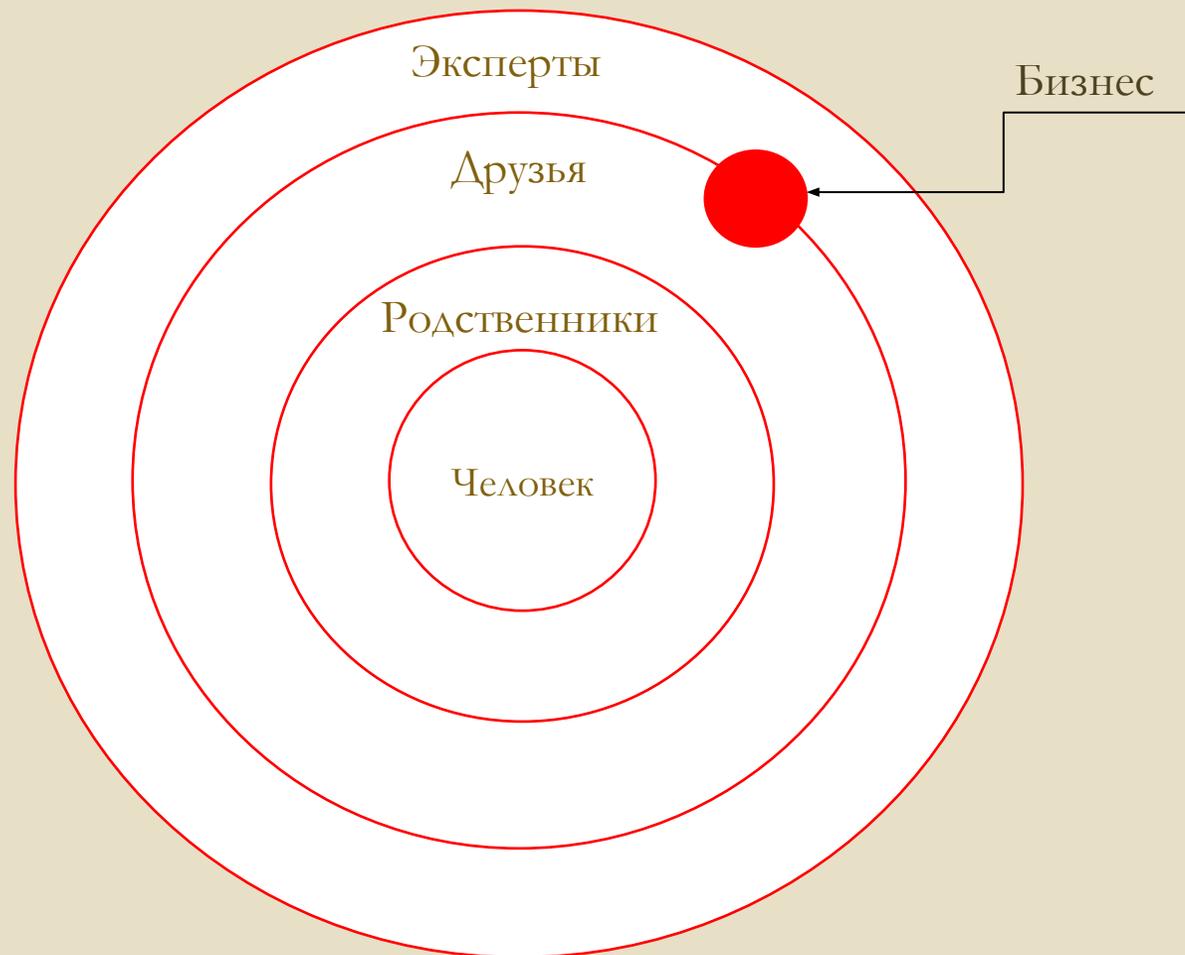
Кому доверяют люди



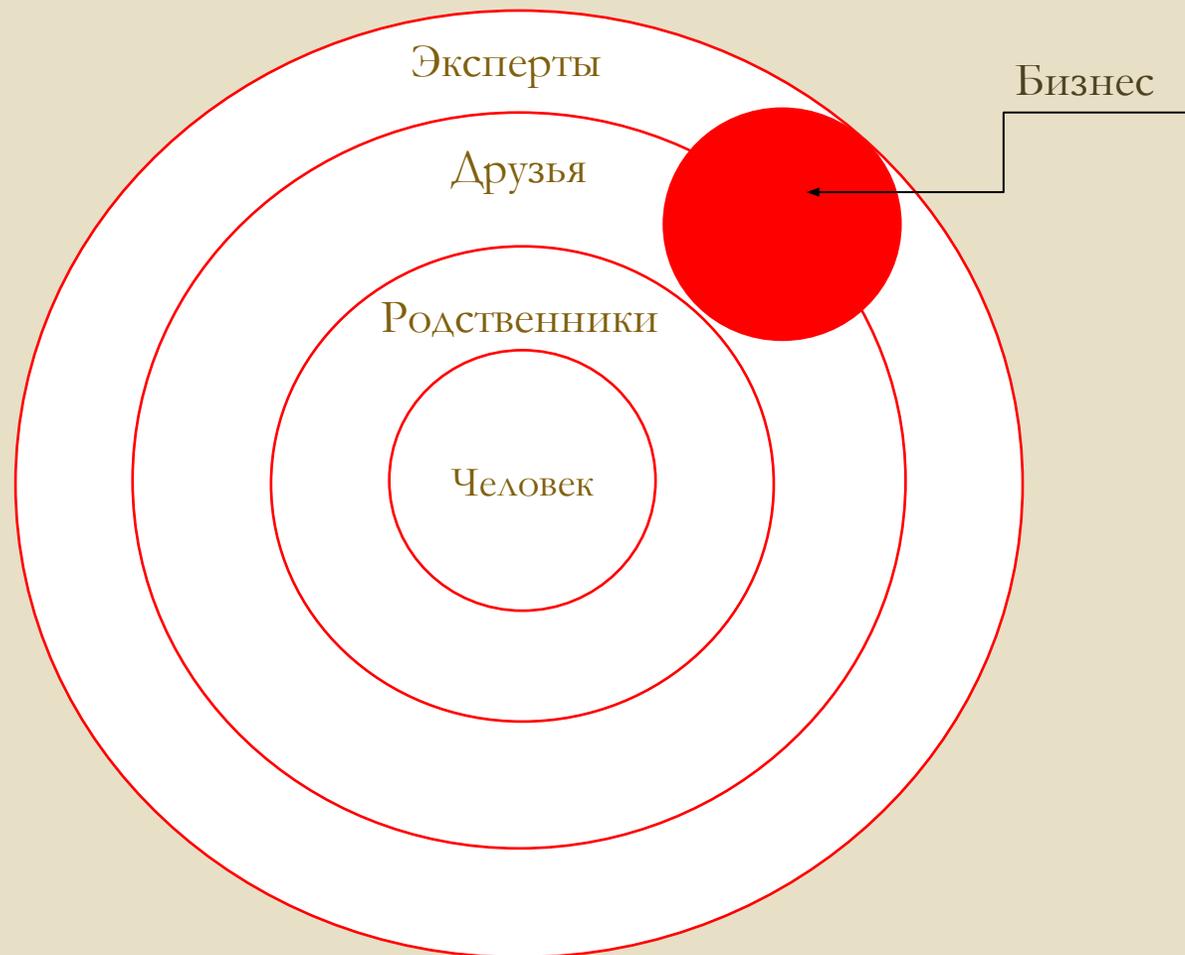
Кому доверяют люди



Кому доверяют люди



Кому доверяют люди



Что значит «быть экспертом»?

- Это значит знать боли ЦА, находить и давать решения этой боли

Что значит «быть экспертом»?

- Это значит знать **боли ЦА**, находить и давать **решения** этой боли

Что значит «быть другом»?

- Это значит говорить с ЦА **на одном языке**
- Почаще **интересоваться** их мнением

Как можно позиционироваться



По товару



Смешанный
Тип



По интересам

(самый неэффективный)

Выделяем узкую группу ЦА по признакам:

- Пол;
- Возраст;
- Профессия;
- Семейное положение;
- Место жительства (большой город, маленький, сельская местность, и т.д.);
- Уровень дохода;
- Состав семьи;
- Образование;
- Интересы

Что и когда нужно вашей ЦА?

- Смотрим <https://wordstat.yandex.ru/>
- Смотрим <https://trends.google.ru/trends/>

Итак, домашнее задание

1. Описать свою ЦА
2. Найти **50** болей, страхов ЦА
3. Выбрать ту, которую мы решаем в первую очередь
4. Найти решение для **ВСЕХ** болей
5. Продумать язык, найти какие-то особенные словечки, которые использует ЦА
6. Подумать, о чём можно спрашивать свою ЦА, на какие темы размышления их выводить
7. Собрать в отдельный документ ключевые слова
8. Отследить тренды запросов, выписать график
9. Найти качественные группы конкурентов, проанализировать