

Целевая аудитория

*как составить
портрет*

HomeWork
cool



35%

*высокий
доход*



90%

*средний
доход*



75%

*средний доход
и выше
среднего*



Целевая аудитория

- **Целевая аудитория (target audience, целевая группа, ЦА) — аудитория, на которую, в первую очередь, целевым образом направлена маркетинговая коммуникация. Подавляющее большинство целевой аудитории - потенциальные и реальные покупатели**

Почему важно определить целевую аудиторию?

- Эффективное использование ограниченных ресурсов.
- Большая эффективность при разработке продукта.
- Эффективные коммуникации с потребителями.

Целевая аудитория имеет

общие или схожие:

- признаки (демографические, географические, экономические, психографические и проч.);
- представление о "качестве" товара (услуги), имеет схожее отношение к качеству общения, коммуникации;
- мотивации к покупке;
- методы и способы совершения покупки;
- предпочтения к месту совершения покупок.

Пирамида ЦА

Целевая аудитория = целевой рынок

Референтная группа - люди, которые принимают участие в формировании решения о покупке или непосредственно влияют на него

Бесполезная аудитория

Метод «5W» Марка Шеррингтона

это 5 вопросов, помогающие
определить целевую
аудиторию и психологические
характеристики
потенциальных покупателей.

- **What? / Что?**
- Разделение типов товара.
- Например: разница в упаковке и виде товара.
- **Who? / Кто?**
- Разделение по типу потребителя.
- Например: мужчины, женщины, дети, студенты.
- **Why? / Почему?**
- Разделение по мотивации к совершению покупки.
- Например: выгодные цены, каждодневная необходимость.
- **When? / Когда?**
- Разделение в ситуации, в которой совершается покупка.
- Например: праздник, перед работой, на выходные, в подарок.
- **Where? / Где?**
- Разделение по типу каналов сбыта.
- Например: продажа в магазинах, салонах, интернет-магазинах.

7 вопросов для определения целевой аудитории



Портрет потребителя или аватар, лучше всего отражает представителя ЦА.

Вариант 1

- Имя
- 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?
- В каких ситуациях он потребляет ваш продукт? Как он удовлетворяет потребность, пока он не знает о вашем продукте?

Портрет потребителя или аватар, лучше всего отражает представителя ЦА.

- **Вариант 2.**
- Пол, возраст
- Образование и профессия
- Доход (стабильность)
- Семья (замужем/женат, дети)
- Мотивация к покупке товара (какие проблемы клиент закрывает приобретая товар. Например: улучшить здоровье, поднять уровень знаний и т. п.)
- Психологическое состояние (уверен ли в будущем, стабильность)
- География (не всегда важно)

Помощь в составлении портрета клиента нам оказывают соц.сети.

Что мы можем узнать из соц.сетей:

1. Какие хобби, интересы и увлечения
2. Какой жизненный путь у клиента сейчас (фото, цитаты, картинки и музыка могут дать нам представление). Где живет клиент (квартира/дом, съемное жилье).
3. Какие задачи (трудности) стоят в данный момент
4. Какие страхи у клиента-специалиста, семейного человека, родителя (зависит от вида товара/услуги)
5. О чем мечтает клиент во всех ролях, которые перечислены в предыдущем пункте
6. К чему стремится клиент в семье/карьере/жизни?

7. Какой тип мышления у клиента (аналитический или эмоциональный (у женщин эмоциональность выше))
8. Что клиент хочет изменить в своей жизни?
9. Какие приоритеты и ценности? Что важно?
10. Есть ли определенный сленг у клиента, как у специалиста, услышав, который он бы обратил внимание на товар или услугу?
11. Увлечения, какие места посещает, какие страницы просматривает, на какие сообщества подписана?
12. И т.д.

Пример: Целевая аудитория для товаров для похудения

- **Что:** БАДы для похудения, спортивный инвентарь, одежда, диеты.
- **Кто:** мужчина, женщина.
- **Почему:** эстетика, здоровье, личная жизнь, карьера.
- **Когда:** сезон отпусков, праздник, общее желание (не зависит от дат).
- **Где:** интернет, магазины, салон, аптека, сетевой маркетинг.
- **Возраст:** 18-21, 22-27, 28-32, 33-38, 39-45, 45-50, 50-60.

Задание

1. Подберите пример товаров (рынка товаров), иллюстрирующих пирамиду ЦА

(5 слайд)

2. При подготовке к ОГЭ и ЕГЭ школьники чаще всего выбирают дополнительные занятия:

- самостоятельная подготовка;
- индивидуальные занятия с педагогом – частное репетиторство;
- групповые занятия с педагогом;
- цифровое репетиторство – сайты с репетиторскими услугами.

Попробуйте описать ЦА для каждого из перечисленных видов репетиторства.