

# Целевая аудитория

## ЦА

Проверенная система по анализу

*Галина Павлюченко*

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ КОГО МЫ ВСЕ ЭТО ДЕЛАЕМ?

**Продвижение в ИНТЕРНЕТЕ будет работать только если вы будете четко понимать:**

- кто ваша целевая аудитория
- почему эти люди должны заинтересоваться вами,
- чем вы полезны

# ОПРЕДЕЛИТЕСЬ

## Ваша цель зарабатывать

**продавая ваш товар**

**клиент не партнер**

**привлечь партнеров**

**партнер обязательно  
клиент**

# Есть отличная формула 7 W по анализу ЦА

- ❑ **Какие сегменты нашей ЦА?**
- ❑ **Зачем ей наш продукт?**
- ❑ **Где ее искать?**
- ❑ **Где нам продвигаться?**
- ❑ **Когда нам продвигаться?**
- ❑ **Что ей продавать?**
- ❑ **Как ей продавать?**

## 12 ВАЖНЫХ ВОПРОСОВ ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ ТОЧНОГО АВАТАРА

1. Возраст,
2. Пол
3. Род деятельности.
4. Уровень дохода
5. Интересы хобби
6. Проблемы
7. Причины проблем
8. Чего хочет достичь в жизни
9. Чего боится в жизни
10. Чего хочет от бизнеса
11. Чего боится в бизнесе
12. Как я могу решить их проблемы

# 1 шаг. WHY? Зачем людям твой продукт?

Например: Я продаю книги.  
Зачем людям книги?

- новые впечатления
- расширить кругозор
- получить новые навыки
- отдохнуть
- получить опыт

**Напиши не менее 5  
причин по своему  
продукту**

## 2 шаг. Who? Кому/ для кого важны перечисленные выше причины

Теперь на каждую 5  
причин напиши 4-5  
кому. И ты получишь  
20 сегментов ЦА

### 1. Расширить кругозор- это кому важно?

- школьники
- люди с высшим образованием
- студенты

### 1. Получить новые навыки

- предприниматели
- руководители
- студенты
- пенсионеры

## 3 шаг .Why? Какой мотив у ЭТИХ СЕГМЕНТОВ ЗАИМЕТЬ ТВОЙ ПРОДУКТ?

- Зачем руководителю новые навыки?
  - рост в бизнесе;
  - вырасти по карьере;
  - обучить команду

Наводящие вопросы:

- Какие боли/проблемы у этого сегмента ЦА без твоего продукта?
- Какие потребности у этого сегмента? Напиши не менее 10

## 4 Шаг . Which? Какие интересы у этого сегмента?

- Какие категории интересов?
- Какие интересы связаны напрямую с продуктом?
- Какие интересы связаны косвенно с продуктом?

Какие категории интересов у руководителя?

- *Бизнес*
- *Образование*

Какие интересы связаны напрямую с продуктом?

- *мотивация, менеджмент, самосовершенствование*

Какие интересы связаны косвенно с продуктом?

- *маркетинг, продажи, тайм менеджмент*

## 5 шаг. Where? Где найти аудиторию?

- В соц. сетях в сообществах куда входит наименование вашего продукта
- Прямые группы конкурентов
- Сообщества по прямым интересам сегмента ЦА
- Сайты, чаты ,форумы, где сидит сегмент ЦА

В какое время года открываем:

[wordstat.yandex.ru/#!/hisary](http://wordstat.yandex.ru/#!/hisary)

[trends.google.ru/trends/?geo=ru](http://trends.google.ru/trends/?geo=ru)

Пишем самый популярный запрос “Купить книгу” Ставим период 2-3 года и смотрим, выделяем участки до начала и во время роста . **Вот это наш сезон**

**6 шаг. When? Когда продавать?**

*Галина Павличенко*

## 7 Шаг .What? Что мы предлагаем этому сегменту?

- какой продукт
- какой оффер/УТП у данного продукта для этого сегмента ЦА
- АКЦИИ, спец. предложения
- Какая воронка продаж для этого сегмента

**Поздравляю!** Теперь у вас на руках есть схема анализа сегмента ЦА

Итак, смотри, что мы имеем:

**WHY+WHO** дают сегмент

второе **WHY** дает пищу для оффера и контента

**WHICH** сужает место поиска ЦА

**WHERE** находит места скопления ЦА

**WHEN** когда рекламироваться

**WHAT** что продаешь и какими путями