



Как создать аватар (портрет) потребителя

Что такое портрет целевой аудитории? Портрет целевой аудитории (он же аватар клиента, портрет клиента) — это образ самого типичного представителя целевой аудитории, покупателя, которому Ваш продукт или услуга подходят идеально.

Основная информация о потребителе

Социально-демографические показатели

Если Вы заполнили чек-лист для подбора целевой аудитории (https://pokaz.pro/tselevaya_auditoriya), используйте данные о половой принадлежности / возрасте / местоположении / месте работы и должности здесь.

Цели и ценности

Жизненная цель

Чего хочет достичь? Есть ли заветная мечта?

Ценности

Что ценит в людях? В жизни? В работе?

Проблемы и болевые точки

Проблемы

С какими проблемами потребитель сталкивается?

Страхи / боли

Чего боится? Что потребителю делать неприятно? Что заставляет его волноваться?

Дополнительная важная информация

Источники информации

Откуда потребитель черпает информацию? Книги / СМИ / интернет-ресурсы и социальные сети / иное.

При каких условиях и обстоятельствах совершает покупку?

Например, выдача заработной платы, свадьба, рождение ребенка и т.д.

Возражения и роль в процессе покупки

Какие факторы препятствуют приобретению Вашего продукта? Кто решает, покупать или нет?

Заполнение таблиц

Для наибольшей систематизации и наглядности собранной информации, мы подобрали для Вас удобные таблицы на выбор:

<https://static->

[ru.insales.ru/files/1/5312/9942208/original/2_efe17a723b2d0d86aed5f3f355ea78e3.png](https://static-ru.insales.ru/files/1/5312/9942208/original/2_efe17a723b2d0d86aed5f3f355ea78e3.png)

<https://static->

[ru.insales.ru/files/1/5366/9942262/original/3_fb2bd59d2461f437f9b0208139f147c1.png](https://static-ru.insales.ru/files/1/5366/9942262/original/3_fb2bd59d2461f437f9b0208139f147c1.png)

Что в конечном итоге должно получиться? Пример: У Вас магазин умных гаджетов (браслетов, системы «умный дом», колонок с голосовыми помощниками, чайников с Wi-Fi управлением, зеркал с радио и т.д.). Поэтому одним из ваших покупателей может быть: Анна, 26 лет, экономист в крупной международной фирме в Москве. Анна амбициозна, в приоритете — построение карьеры. Ей важно следить за веяниями моды, в том числе в технике, и быть в тренде. Она тщательно продумывает свой гардероб, старается следить за здоровьем. Фанат эффективности и планирования, изучает тему биохакинга. Девушка не смотрит телевизионные передачи, не читает газеты. Её источники информации — Instagram, TikTok, порталы с деловой тематикой и каналы в Telegram о бизнесе, экономике и эффективности. Она боится пропустить что-то модное и трендовое, боится быть устаревшей. Ей важно чувствовать контроль над ситуацией и

всегда быть на связи с реальностью. У неё практически никогда нет наличных денег, она почти не расплачивается картой — у неё для этого есть телефон с поддержкой NFC. Так что её сильно раздражает, если она не может оплатить покупки одним движением. При выборе товара она будет смотреть не только на крутые характеристики, но и на внешний вид гаджета. Кроме того, Анна будет следить и за тем, чтобы устройства максимально друг к другу подходили. Поэтому у неё нет вопроса цены. Её основные возражения — «дешёвый» дизайн, плохое качество, непрестижная фирма-производитель, отсутствие синхронизации гаджетов.