



Как подобрать свою целевую аудиторию

Под целевой аудиторией подразумевается группа людей, объединённых каким-либо признаком или характеристикой. Правильное определение целевой аудитории помогает точной ориентации бизнеса на конечного потребителя, и следственно, повышает его прибыльность. Невозможно продать товар или услугу абсолютно всем представителям всех целевых аудиторий, потому что обязательно найдётся одна или несколько групп людей не заинтересованных в покупке. Однако при точном выявлении лояльных и нелояльных потенциальных клиентов можно создать эффективную рекламную кампанию на все ниши и получить максимальную отдачу. Перед началом поиска своей целевой аудитории, необходимо проанализировать: кто они - ваши клиенты, кого среди них больше, кого - меньше, а кого бы вы хотели ещё привлечь. И ещё определите: что и для чего вы продаёте? Когда и где повышенный спрос на ваш товар/услугу? Далее необходимо сгруппировать аудиторию по следующим параметрам:

Пол вашего клиента

мужской /женский

Возраст

- дети (0-3, 3-5, 6-10, 11-16) - подростки-студенты до 25 лет - молодые люди до 30 лет - зрелый возраст 30-45 лет - старший возраст 45-55 лет - предпенсионеры и пенсионеры 55 и старше

семейное положение

холост, в поиске, в браке, разведён

социальный статус

госслужащий, наёмный работник, предприниматель, фрилансер, бизнесмен

Основные потребности клиента

заботиться о семье, тратить деньги на отдых, получать образование, воспитывать

детей и т.д.

- Что заставляет вашего клиента сделать покупку?
- эмоция (товары для праздника) - потребность - необходимость самоутвердиться - страхи - правила поведения, продиктованные окружающей средой - другое

- Что делает клиент обычно перед покупкой?
- планирует событие - возвращается с работы - направляется на работу - получает зарплату - отправляется на отдых и т.д.

- Где проживает клиент?
- страна - регион - климат - населённый пункт - район города (спальный р-н, жильё эконом-класса, бизнес-апартаменты)

- Как часто возникает потребность в вашем товаре/услуге?
- товары повседневного спроса - событийные - имиджевые и прочее

Ответив даже на этот перечень вопросов, вы сможете составить портреты ваших клиентов и сориентировать на них ваши маркетинговые планы. Однако более тщательный подбор целевой аудитории может составить только маркетолог, как и спланировать рекламную кампанию. Удачи вам в ваших начинаниях! Анна Оболенская, с уважением к вашим стремлениям!

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?