Чек-лист | Эксперт

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:

- [ ] **1.** Пол вашего клиента

  мужской /женский

- [ ] **2.** 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

- [ ] **3.** семейное положение

  холост, в поиске, в браке, разведён

- [ ] **4.** социальный статус

  госслужащий, наёмный работник, предприниматель, фрилансер, бизнесмен

- [ ] **5.** Основные потребности клиента

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

детей и т.д.

- [ ] **6.** Что заставляет вашего клиента сделать покупку?

- эмоция (товары для праздника) - потребность - необходимость самоутвердиться - страхи - правила поведения, продиктованные окружающей средой - другое

- [ ] **7.** Что делает клиент обычно перед покупкой?

- планирует событие - возвращается с работы - направляется на работу - получает зарплату - отправляется на отдых и т.д.

- [ ] **8.** Где проживает клиент?

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

- [ ] **9.** 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?