

Урок 2



Целевая аудитория

Определение и сегментация аудитории.
Работа с сегментами. Аудитория сайта

План урока

1. Кому мы продаем? Портрет целевой аудитории
2. Критерии сегментации ЦА
3. Проведение сегментации, описание сегментов
4. Где брать информацию о ЦА?
5. Выбор сегментов для работы

К концу урока: научимся определять и сегментировать целевую аудиторию, чтобы потом правильно таргетировать рекламу





Где
продавать
хоккейную
форму?



Целевая аудитория -

совокупность реальных и потенциальных потребителей товара или услуги, которые готовы изменить свои предпочтения в пользу данного товара или услуги под воздействием маркетинговых мер.



«Наша целевая аудитория – это мужчины в возрасте от 18 до 60 лет с уровнем достатка выше среднего»





Сегментируем!



Сегментация



Выбор ключевых
сегментов



Специальное
предложение для
каждого сегмента



Типы сегментации

1. Географическая
2. Социально-демографическая
3. Образ жизни
4. Поведение
5. Сегментация для B2B



Географическая

1. Регион
2. Размер, уровень развития (Москва, города-миллионники, областные центры...)
3. Климат (соответствует ли товар климату)
4. Туристический ли регион



Социально-демографическая

1. Пол
2. Возраст
3. Семейное положение
4. Школьники/студенты/учителя....



Ценности и образ жизни

1. Жизненные ценности
2. Жизненная позиция
3. Мотивы покупки
4. Референция (внутренняя/внешняя)
5. Роль в принятии решения
6. Реакция на инновации (новаторы/быстро принимают новинку/консерваторы)



Поведенческая

1. Повод к покупке (стандартный/исключительный)
2. Определяющий фактор (сервис/цена/качество/бренд)
3. Насколько необходима покупка
4. Место приобретения
5. Степень осведомленности





Степень
осведомленности о
нашем продукте



Сегментация для B2B

1. Отрасль
2. Регулярность закупок
3. Объем закупок
4. Количество сотрудников
5. Какие должности есть в компании



Минимальное описание сегмента ЦА (примеры вопросов):

1. Социально-демографический портрет и жизненные ценности.
2. Какую проблему решает для этого сегмента наш продукт?
3. С чем ассоциируется продукт?
4. Ключевой фактор при принятии решения.
5. Какие ресурсы в интернете в основном используют?



Минимальное описание сегмента ЦА

Женщины, живущие в мегаполисах, работающие, 24-30 лет, увлеченные здоровым питанием, активно строящие карьеру.

Любимая соцсеть - FB.

Хотят прийти на наш фитнес-клуб, чтобы оставаться в форме.

Фитнес ассоциируют со свежестью и легкостью.

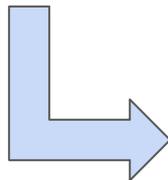
Выбирают клуб рядом с местом работы, чтобы было удобно посещать до/после рабочего дня.



Должны ли мы работать со всеми сегментами?



Выбор ключевых
сегментов



Цели и задачи маркетинга
под каждый сегмент



221B

Как собрать информацию?



Где покупатели говорят о компаниях?

1. Отзывы на специальных сайтах.
2. Отзывы в социальных сетях.

смотрим свою компанию/товар и конкурентов



Где еще берем информацию:

1. Работа с CRM, отделом продаж
2. Телефонные опросы
3. Письменные интервью клиентов
4. Всплывающие окна с опросами
5. Готовые исследования

<https://ru.surveymonkey.net/>

<http://mneniya.pro/>



Где еще берем информацию:

6. Сервисы отслеживания упоминаний

[Google Alerts](#)

Яндекс Блоги



Поиск

За неделю



Посты, Комментарии...



По времени



Картинки

От автора

LiveJournal

Twitter

Ещё



Видео

Все фильтры Очистить

Карты

Маркет

Блоги

Ещё

В Кто со мной хочет освоить профессию программиста?

Сергей Зорин ▼ 1 час назад

Кто со мной хочет освоить профессию программиста? Подключайтесь!

<https://geekbrains.ru/go/OOqJcJ> ...**В** GeekBrains

Сергей Зорин ▼ 1 час назад

GeekBrains. ...

В GeekBrains

Максим Гордиенко ▼ 2 часа назад

GeekBrains. ...

В Где обитают сказочные темные колдуны и светлые чародеи?

Юра Мишин ▼ 4 часа назад

Профессия "Веб-разработчик" https://geekbrains.ru/professions/web_developer. ...

Нашёлся 101 результат

[Дать объявление](#)

Смотрим аудиторию и данные сайта



Что смотреть на сайте

1. Отчеты по географии, демографии, устройствам
2. Популярные страницы, карта кликов
3. История поиска, поисковые запросы
4. История переписки в онлайн-консультанте





Создание типовых персонажей

Мария Михайловна, 46 лет,
бухгалтер.

Образование: высшее

Доход: 30000-35000 р./мес

Заходит на сайт с настольного
компьютера, заказывает бытовую
химию раз в 3 недели.

Выбирает разные товары,
предпочитает среднюю ценовую
категорию, часто добавляет к заказу
товары со скидкой.

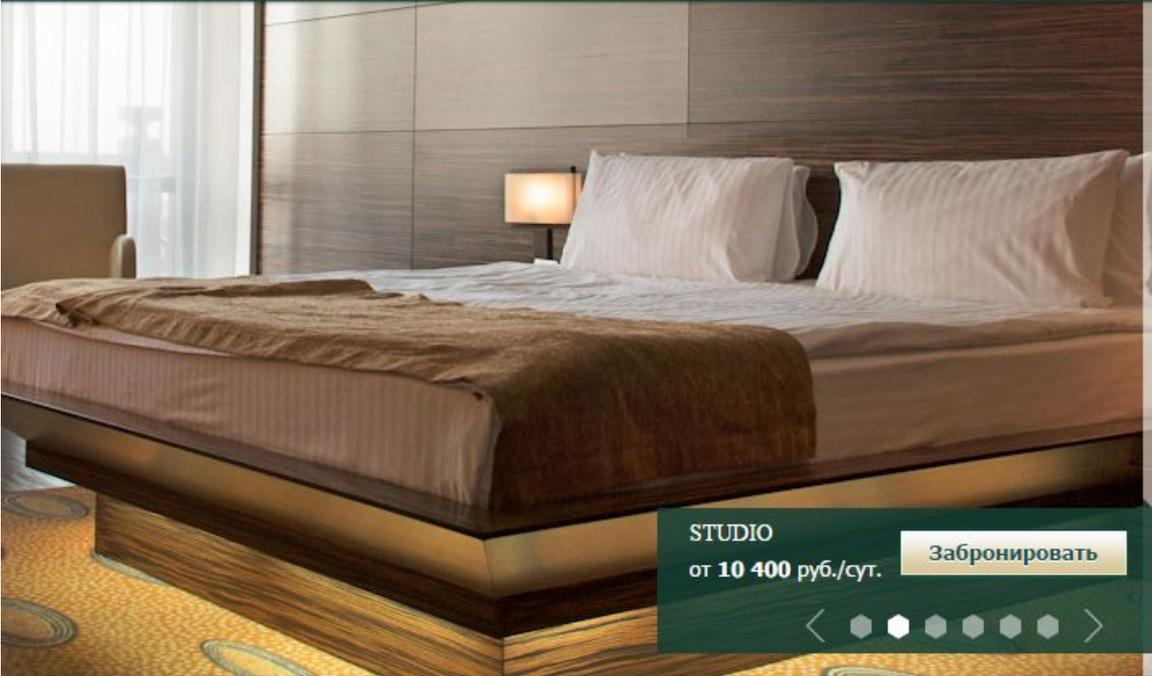
Подходят: акции со снижением
цены, спецпредложения 3+1



БРОНИРОВАНИЕ ОНЛАЙН Получите гарантированное размещение прямо сейчас!

Дата заезда  Дата выезда  **НАЙТИ НОМЕР**

Система онлайн-бронирования



STUDIO
от **10 400** руб./сут. **Забронировать**



Один и тот же
продукт для
разных
сегментов ЦА



%

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ МОЛОДОЖЕНОВ



При заказе номера молодоженам подарки от отеля Sayen 4*!

[Свернуть](#)

При заказе номера молодоженам в подарок от отеля Sayen 4*:

- шампанское и фрукты в номере,
- завтрак в номер до 14:00,
- поздний выезд до 15:00.

Со второй ночи молодоженам **скидка на проживание 50%**.

Для гостей молодоженов — **скидка на проживание 20%**.

При заказе банкета в ресторане Стрижи - номер для молодоженов в подарок.

Один и тот же
продукт для
разных
сегментов ЦА



Итог

1. Выделить аудиторию и сегменты внутри неё
2. Выбрать те сегменты, с которыми нам важно и выгодно сотрудничать
3. Описать каждый сегмент
4. Работаем над увеличением конверсии по каждому выбранному сегменту



Домашнее задание

- Выделить целевую аудиторию и сегменты аудитории для своего проекта;
 - Выявить потребности и подготовить описание одного из сегментов по плану (в методичке)
- + доп. задание в методичке (подготовить описание типового персонажа)



На следующем занятии...

Конкурентный анализ и создание
ценного предложения



Ваши вопросы?

