

Анализ рынка

А. БАТРИМЕНКО

РУКОВОДИТЕЛЬ АКСЕЛЕРАТОРА ЮЖНОГО ИТ-ПАРКА

ЭКСПЕРТ ПРЕАКСЕЛЕРАТОРА «ФОНДА РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ ИНИЦИАТИВ»

ABATRIMENKO@GMAIL.COM FB, VK: ABATRIMENKO

Customer Development

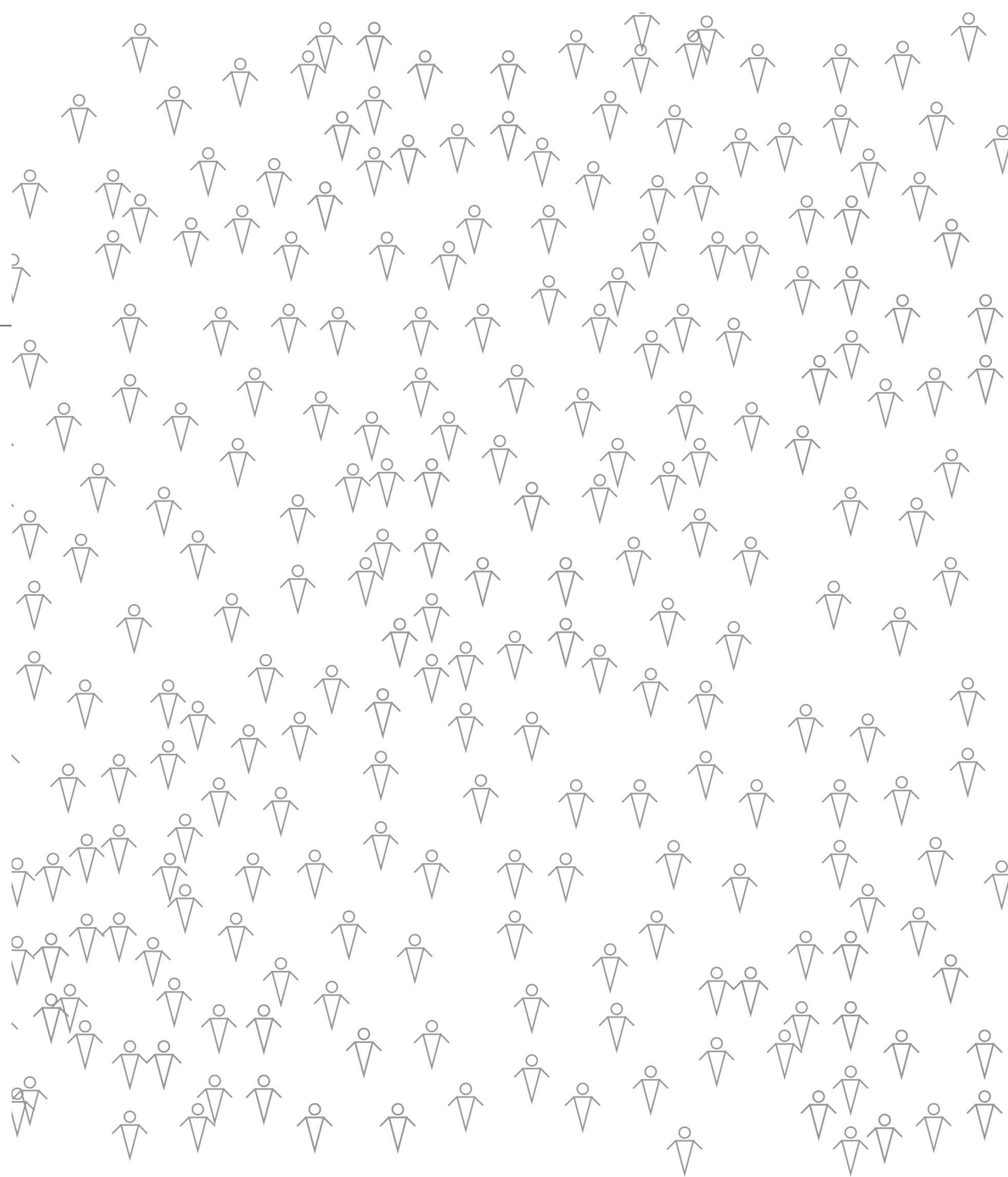
1. Вы определили свой целевой сегмент
2. Вы хорошо представляете свою аудиторию и проблему.
3. Вы подтвердили наличие проблемы
4. Вы чётко понимаете характеристики своей целевой аудитории (возраст, география и т.п.)

Цели анализа рынка

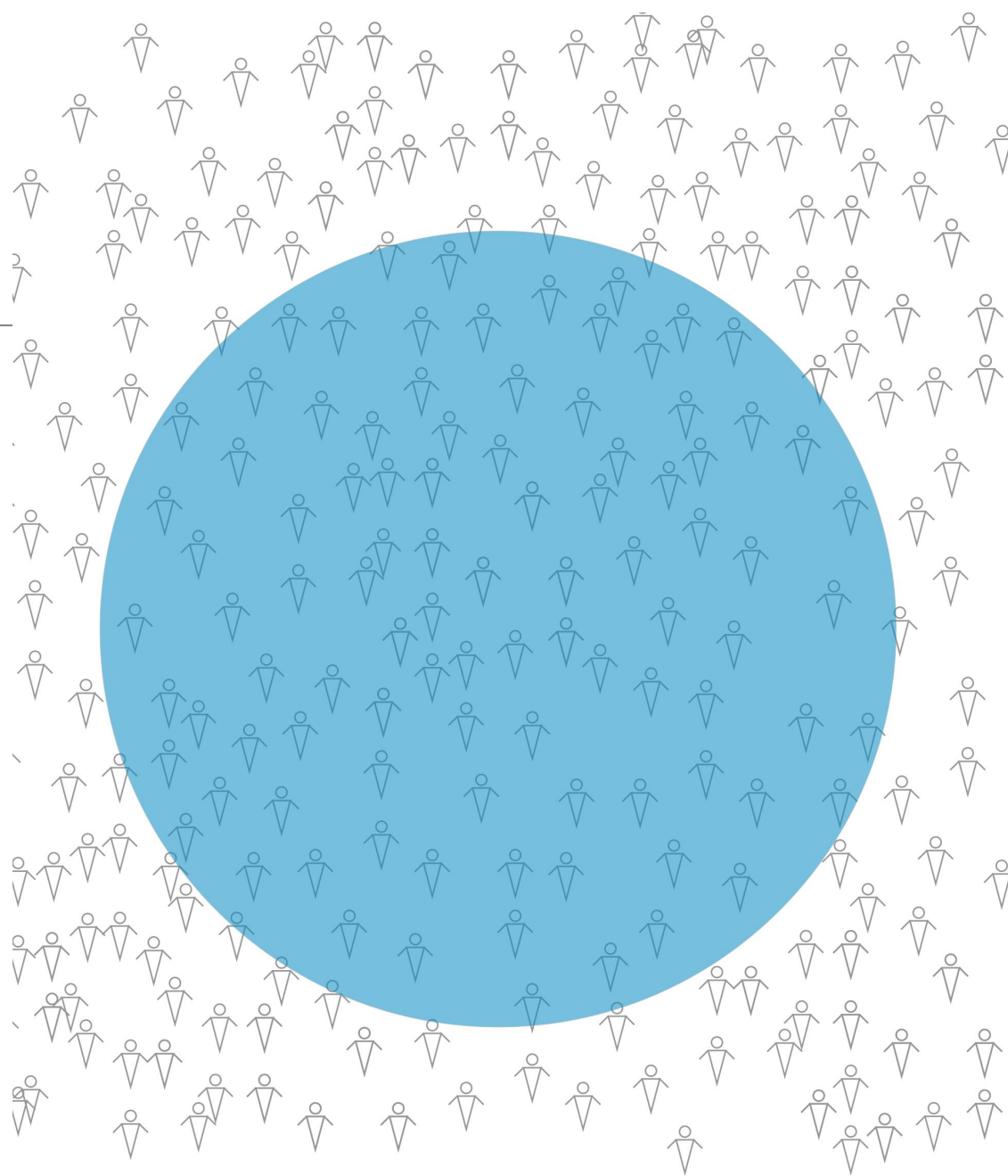
Изучение рынка – это изучение реалий

Изучение рынка – это изучение и поиск фактических цифр

В результате вы должны определить количество людей или компаний которые входят в ваш целевой сегмент



**Вы представляете как
выглядит человек
представляющий вашу
целевую аудиторию.
Этих людей много**



TAM

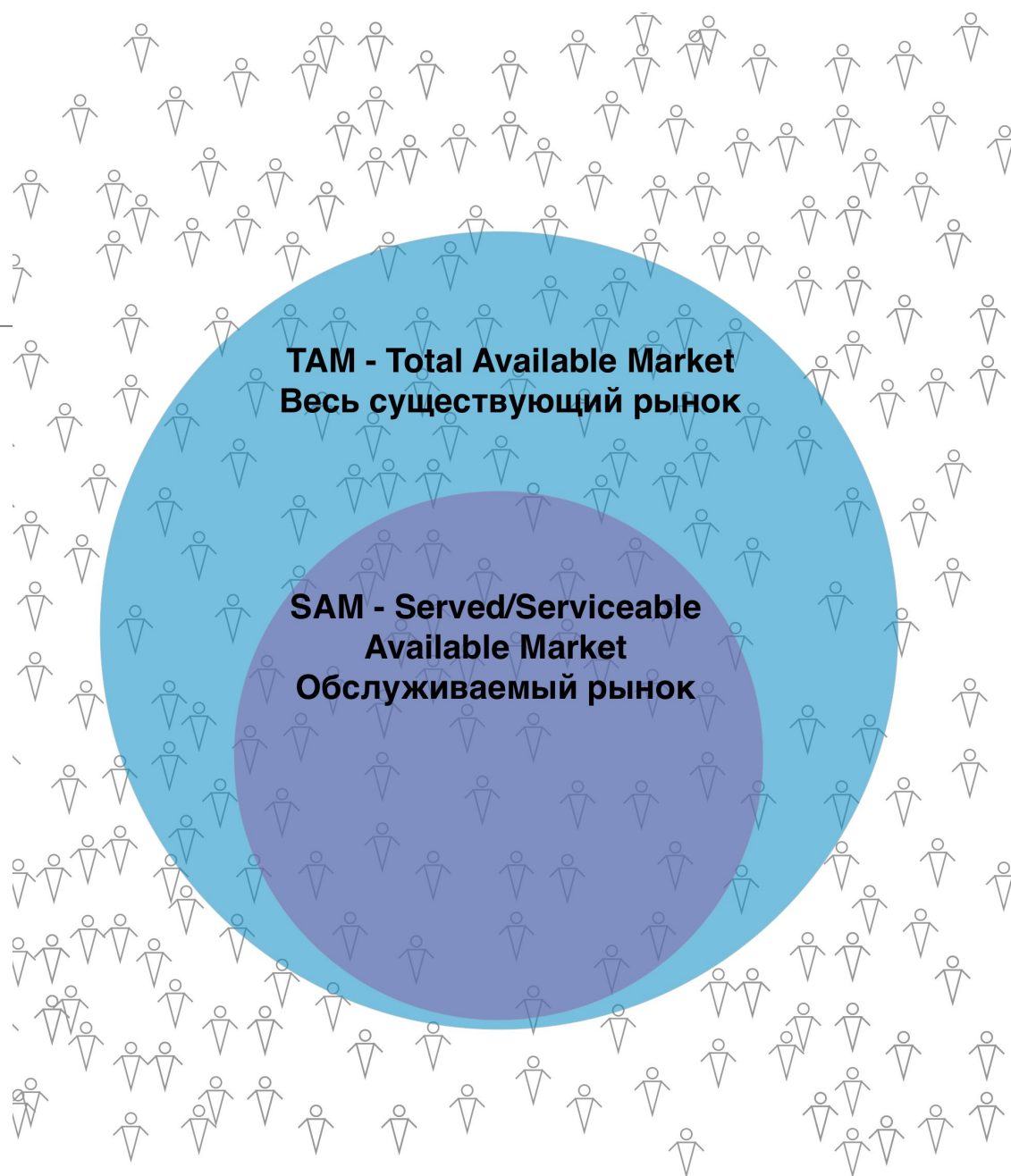
Сколько всего
людей/компаний
существует в данном
клиентском сегменте



TAM - Total Available Market
Весь существующий рынок

SAM

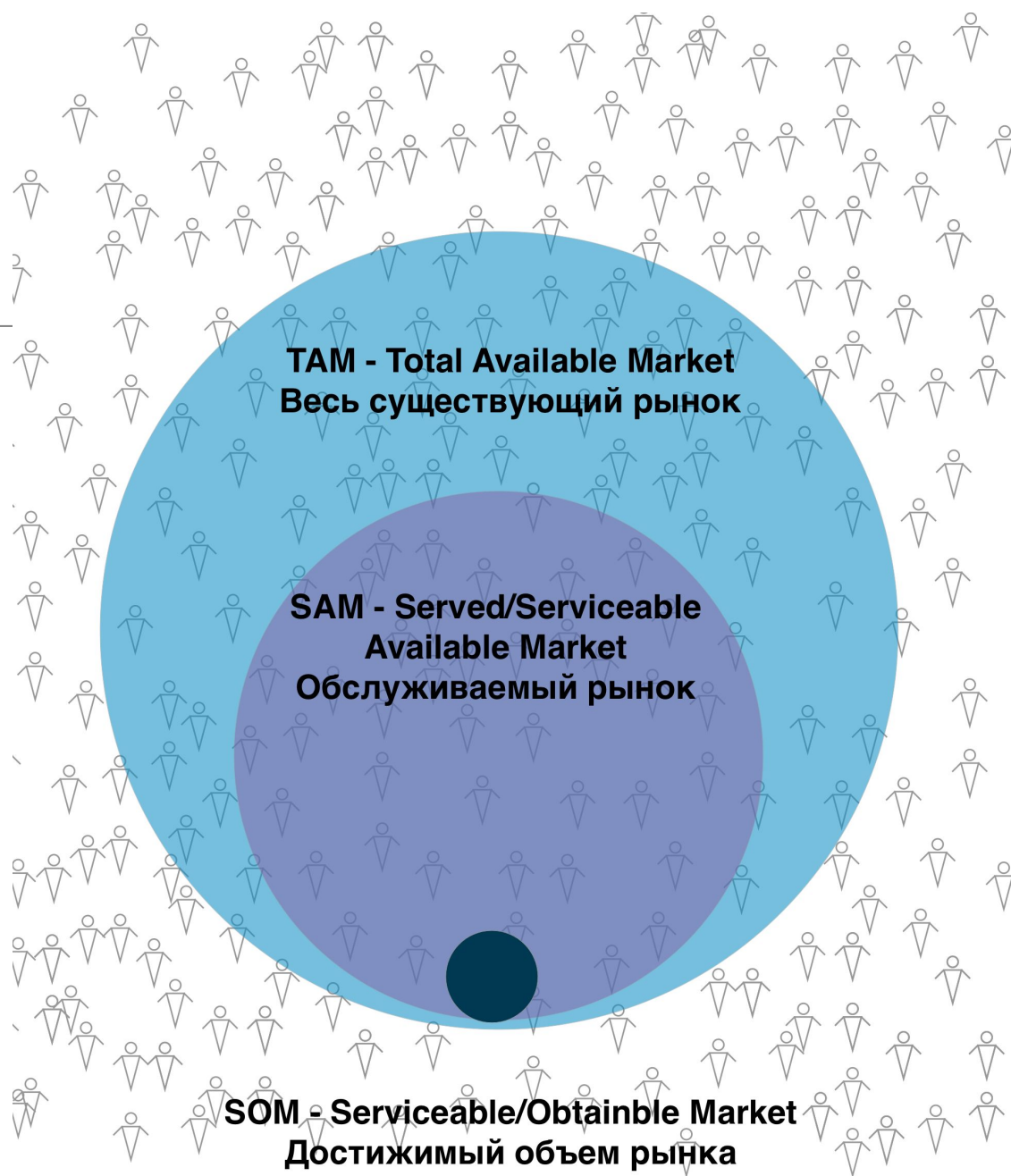
Сколько людей в текущий момент готовы купить ваш продукт и/или заплатить за вашу услугу



SOM

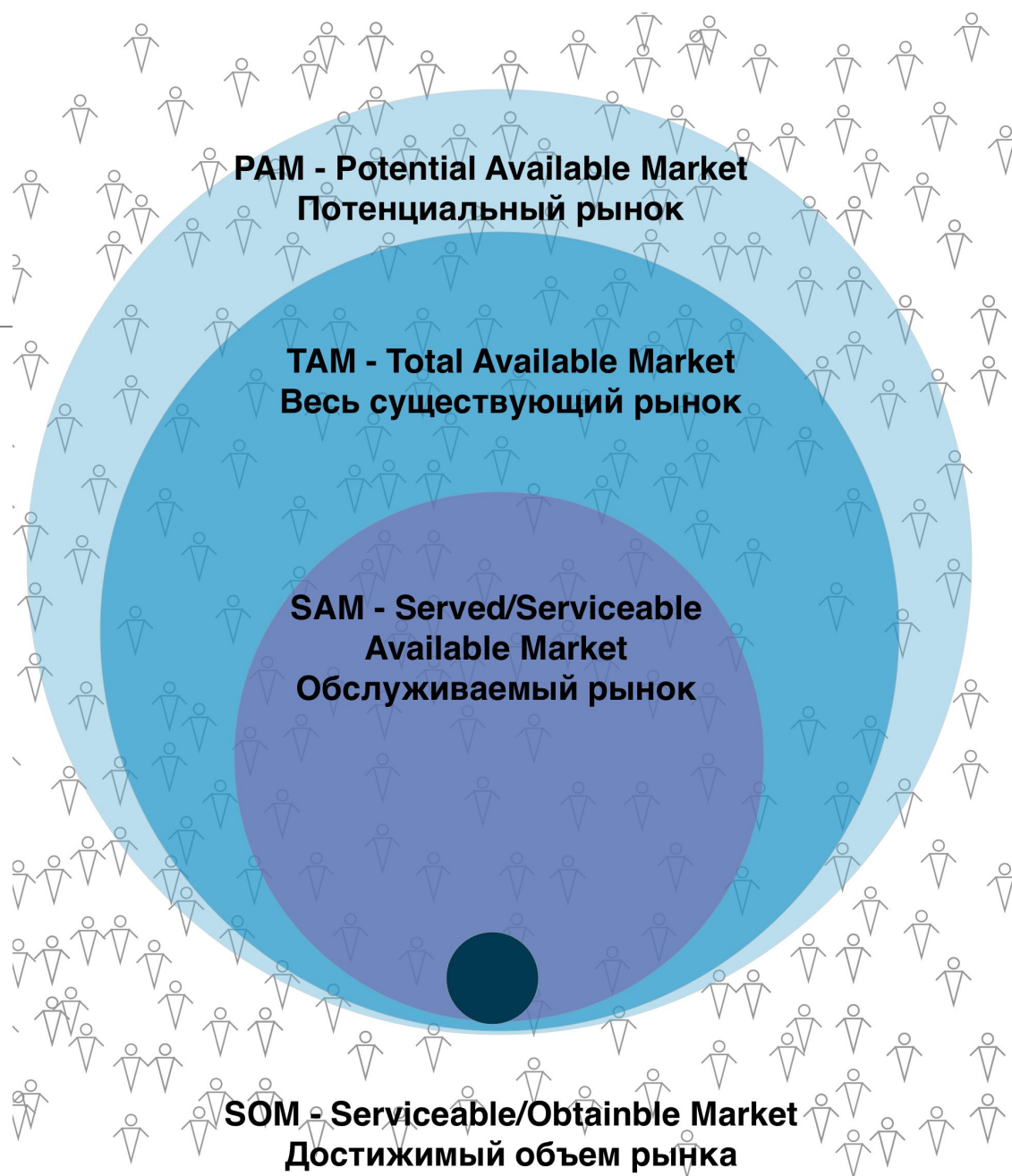
Какой объем аудитории вы способны обработать и/или обслужить

Исходя из инфраструктурных ограничений, ваших планов и/или материальных ограничений



PAM

Потенциальный объем
рынка, то каким рынок
может стать в ближайшей
перспективе



Анализ конкурентов

В



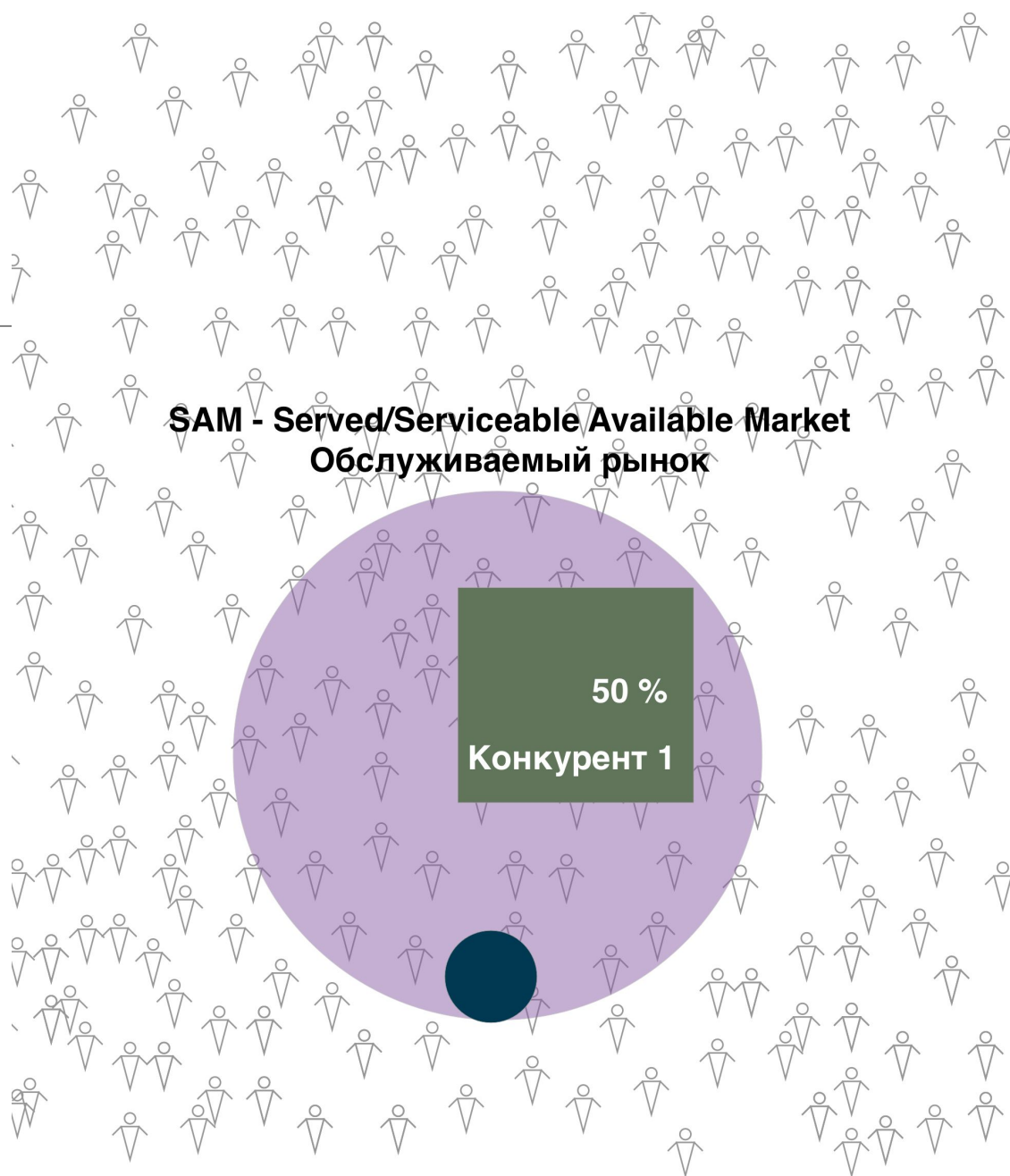
Анализ конкурентов

В

SAM - Served/Serviceable Available Market
Обслуживаемый рынок

50 %

Конкурент 1



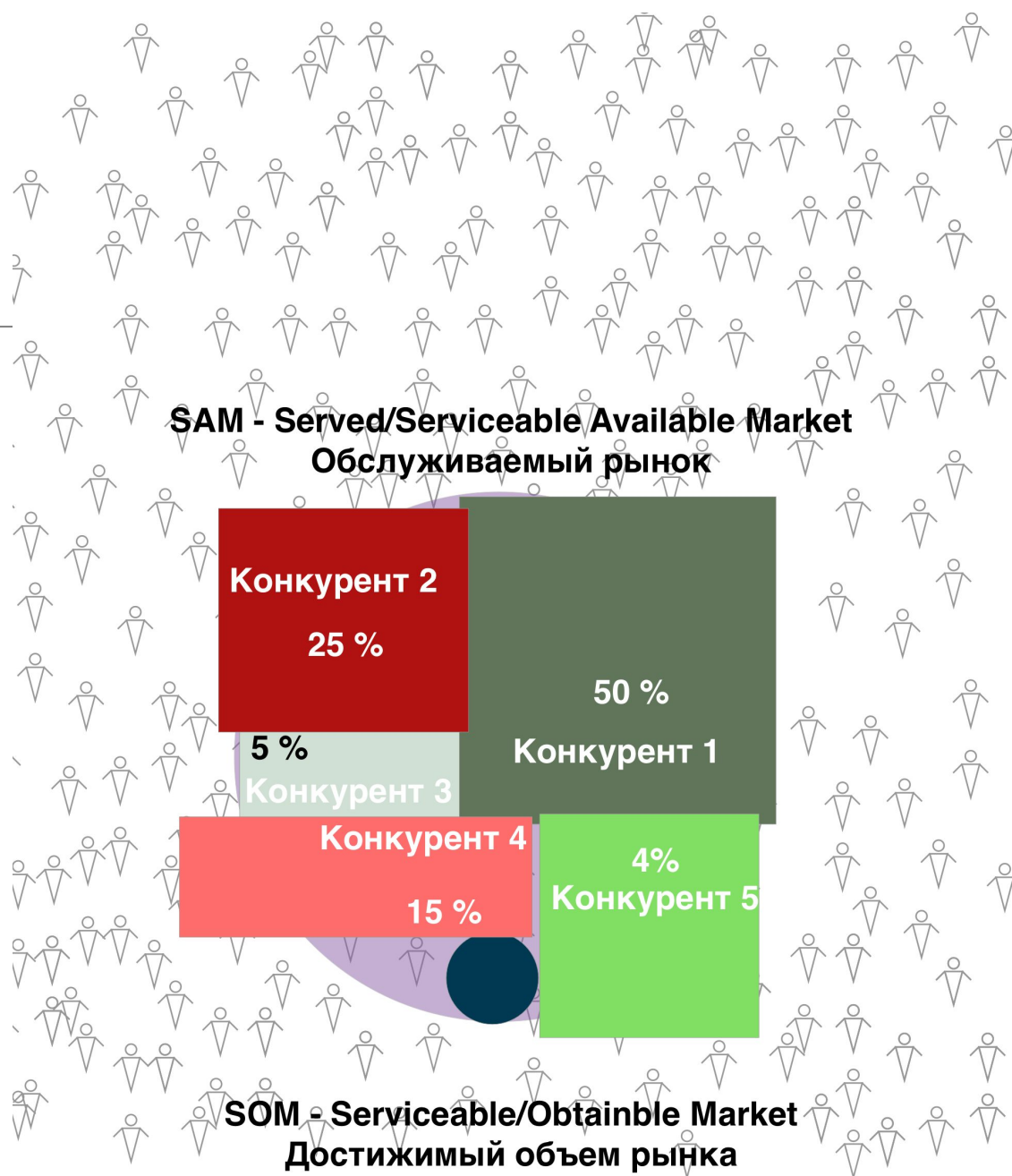
Анализ конкурентов

В Too Crowded (слишком людно)

Куда вы идете?

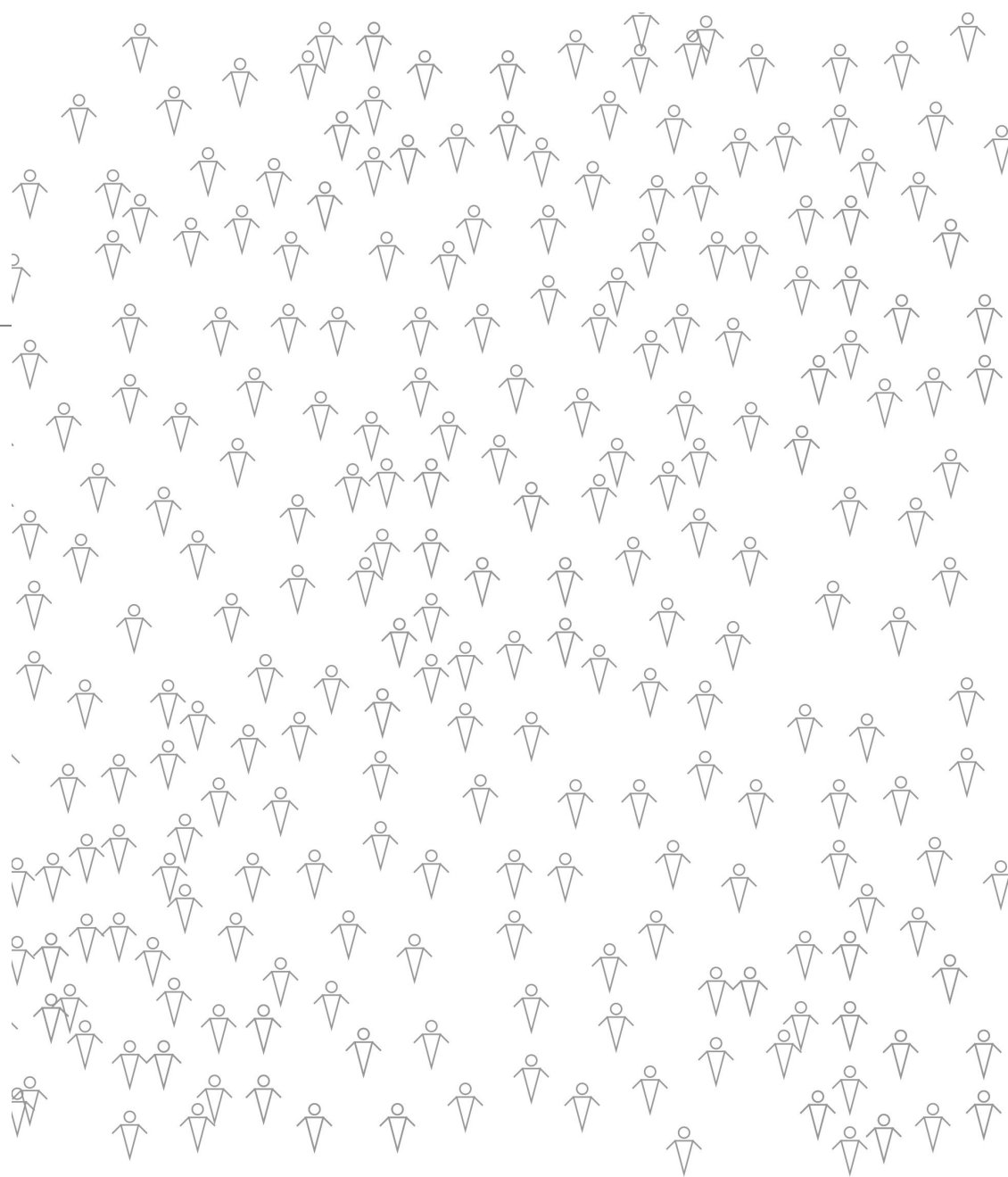
Что сейчас на рынке?

Сколько % свободно??



Каналы продвижения

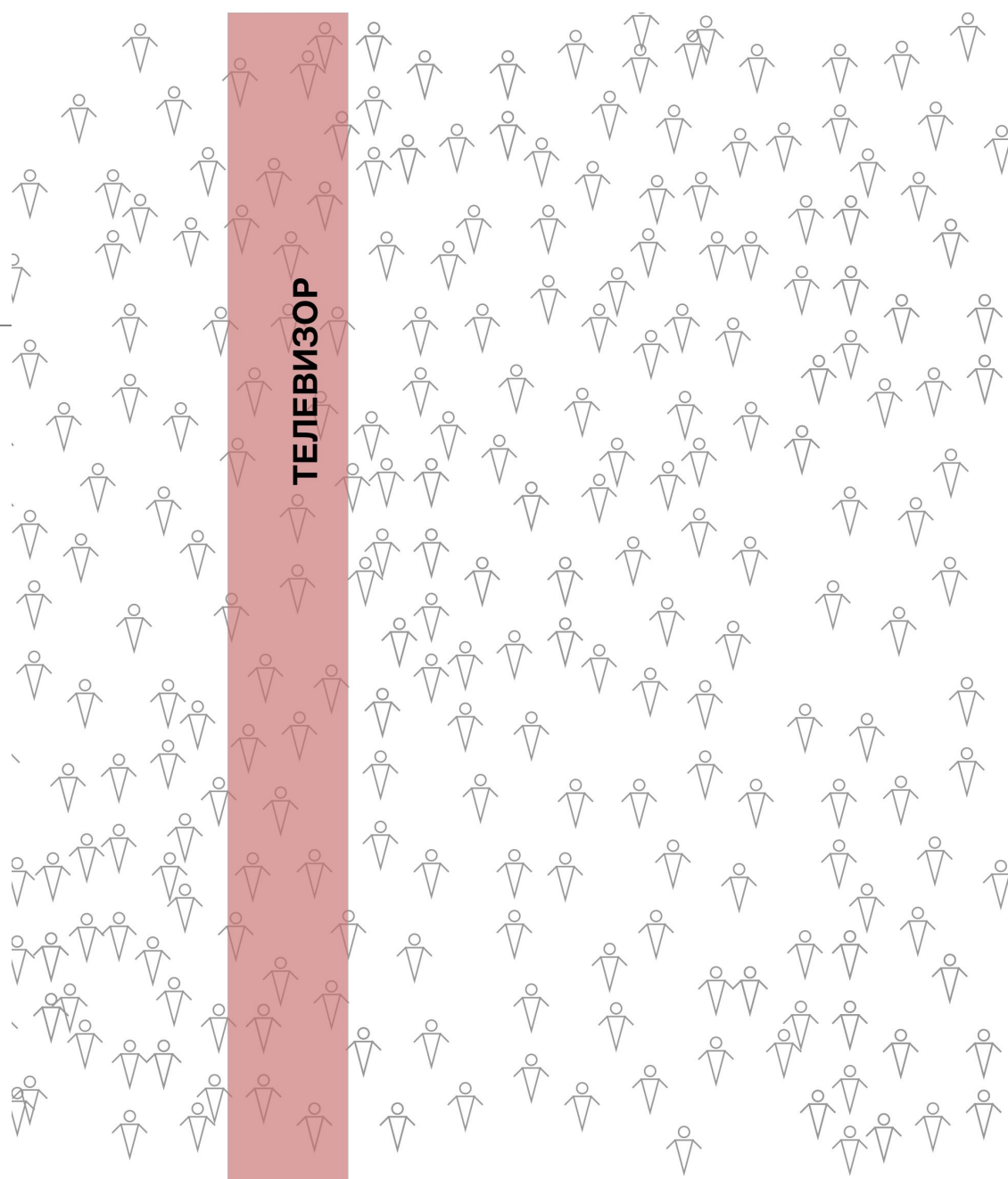
Я



Каналы продвижения

Характеристики канала:

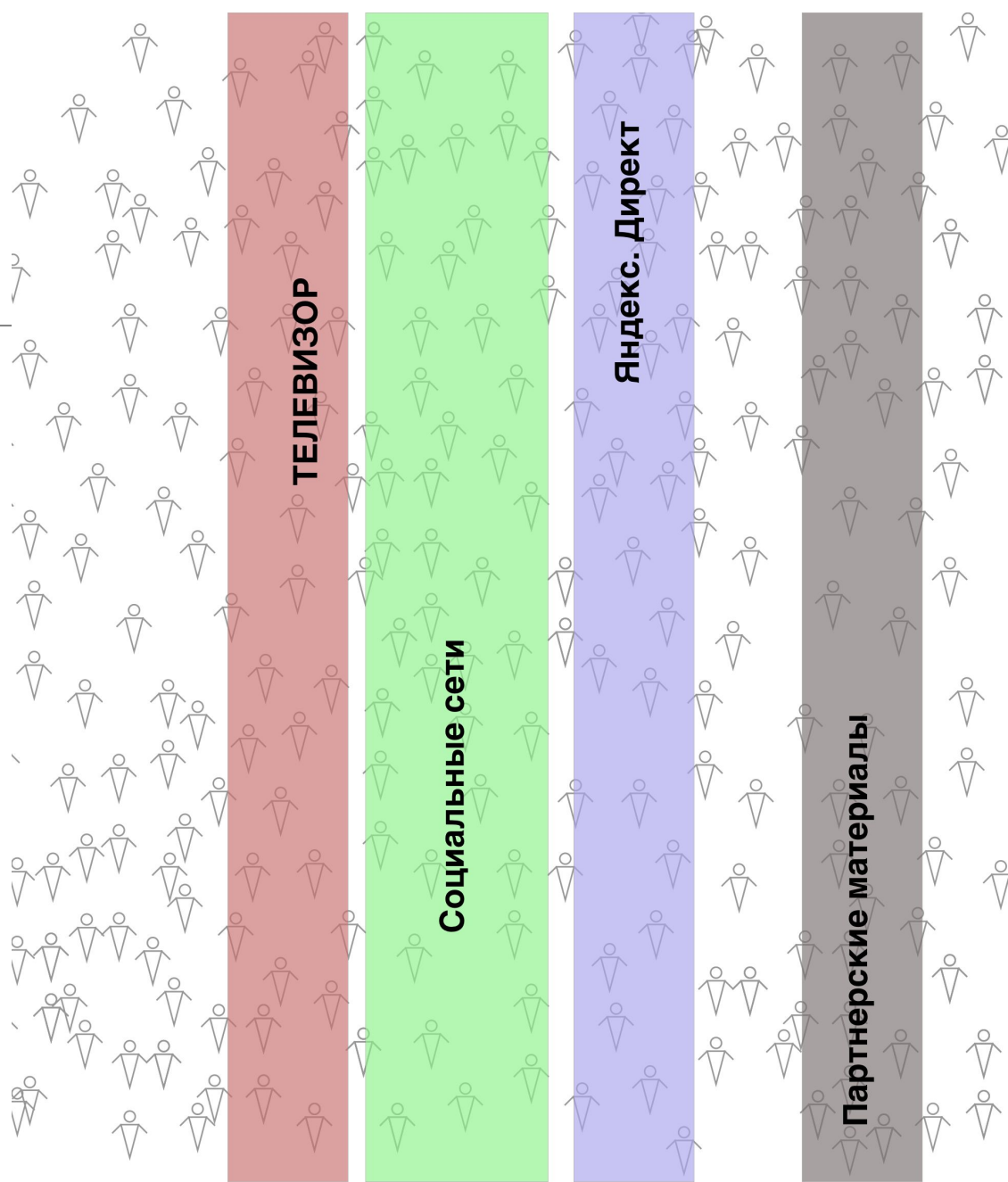
1. Ёмкость канала
2. Стоимость привлечения пользователей
3. Конверсия



Каналы продвижения

Каналы можно и нужно сравнивать друг с другом

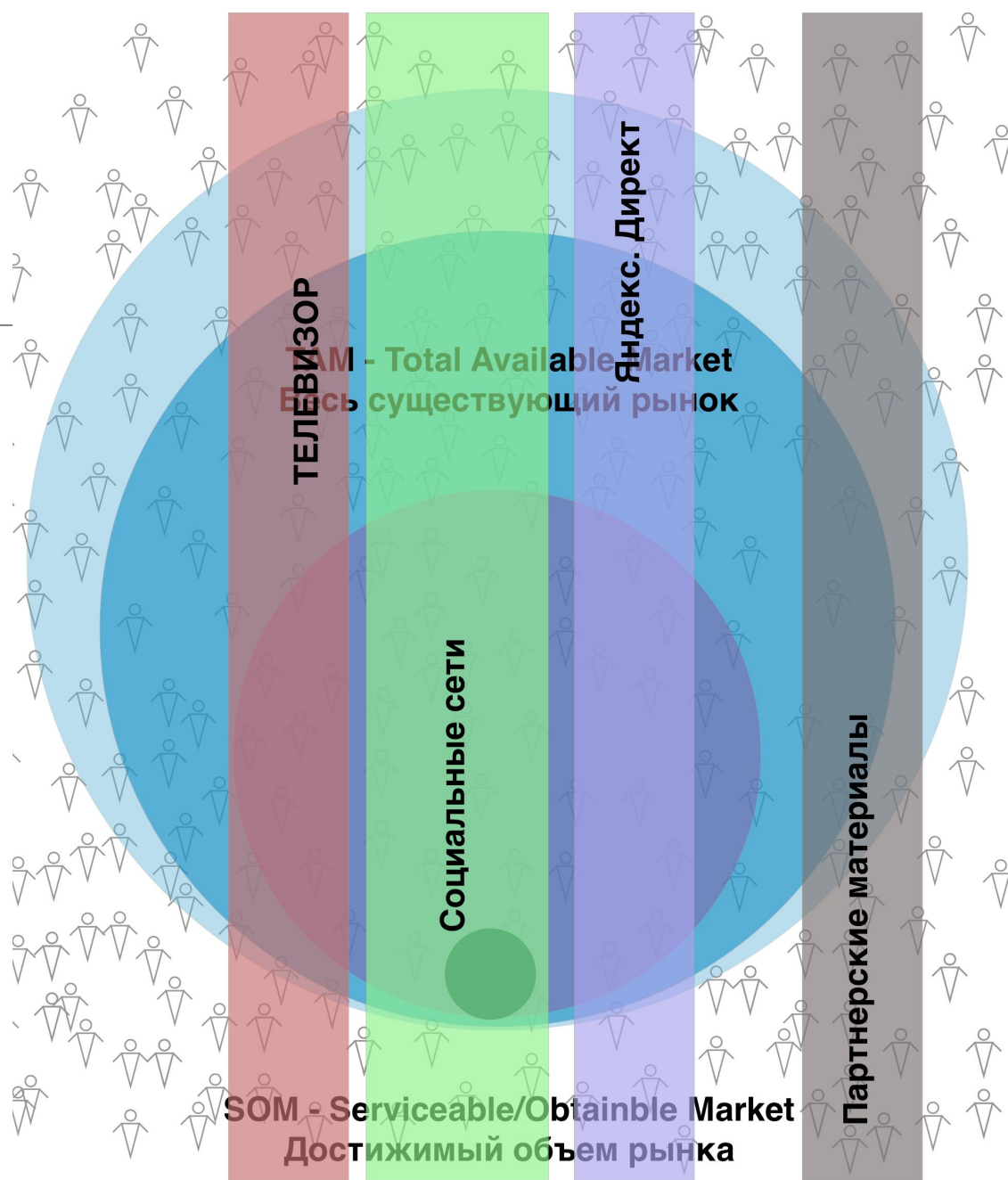
Суммарная ёмкость каналов + конверсия могут служить показателем для понимания своего SOM



Каналы продвижения

Не любой канал позволяет точно выделить вашу целевую аудиторию

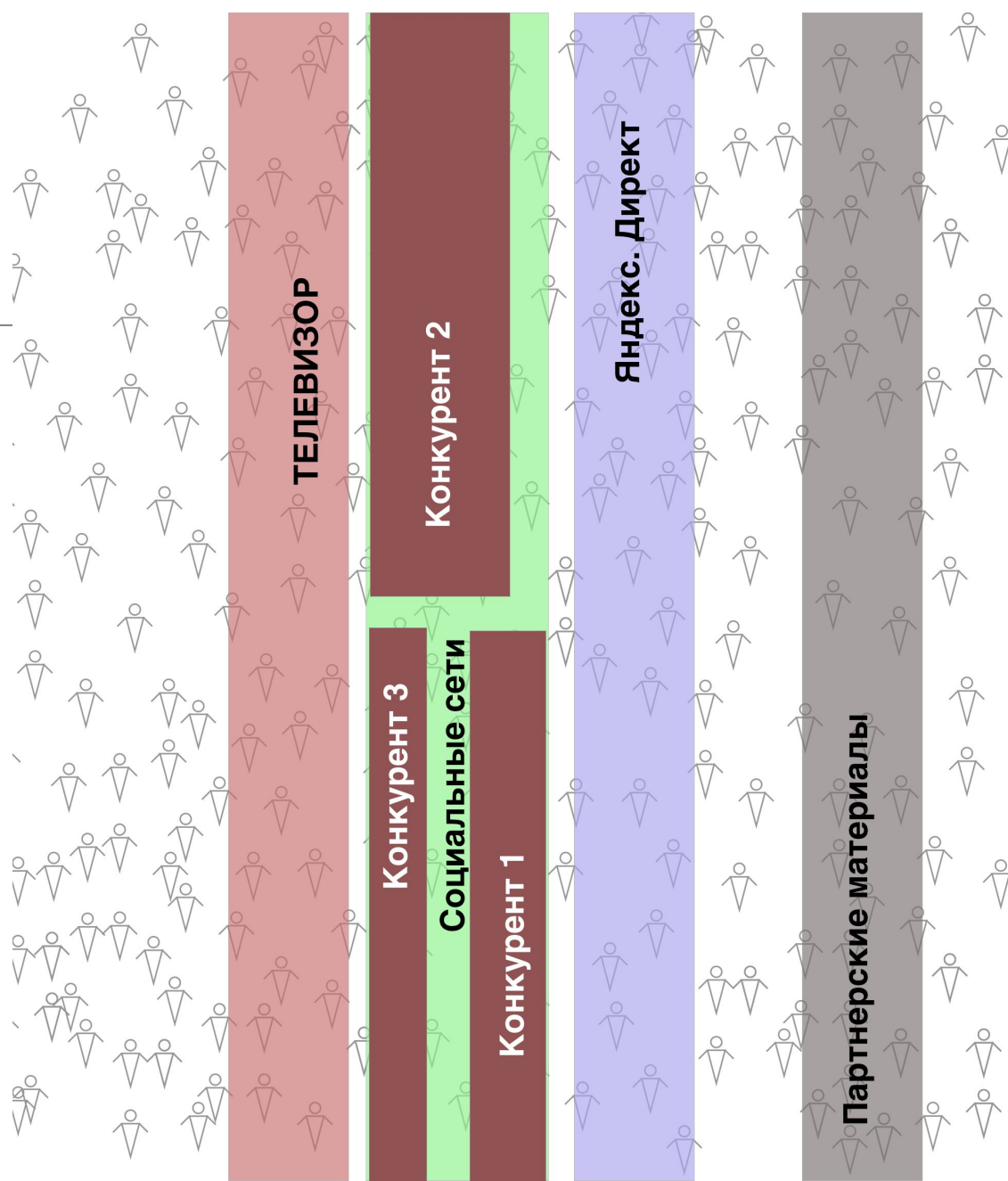
*слабые алгоритмы таргетинга



Каналы продвижения

Каналы могут быть перегреты конкуренцией (особенно площадки использующие аукционный принцип формирования цены)

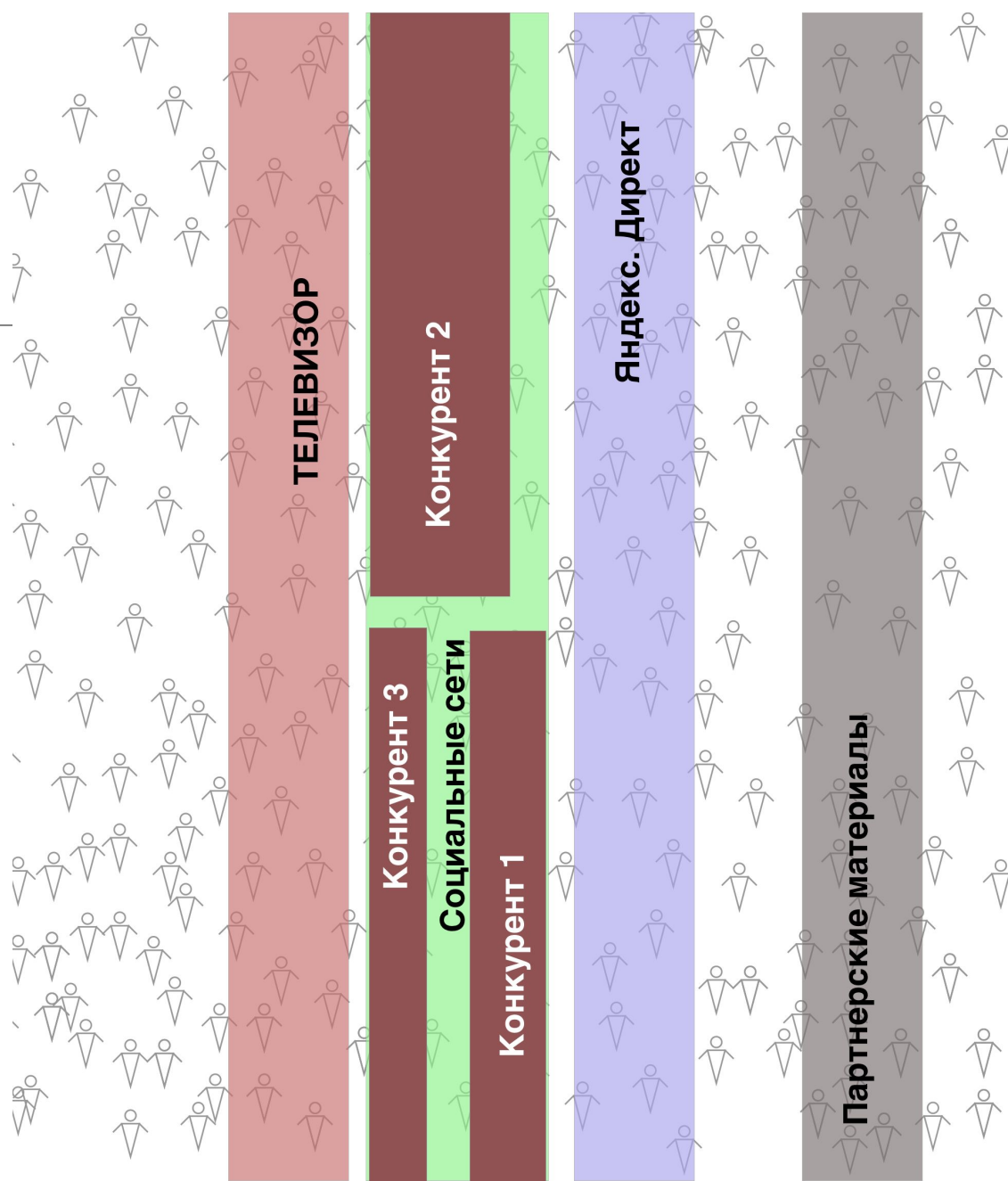
Канал можно «сжечь» – т.е. существует фактическая ёмкость



Каналы продвижения

Каналы могут быть перегреты конкуренцией (особенно площадки использующие аукционный принцип формирования цены)

Канал можно «сжечь» – т.е. существует фактическая ёмкость



Инструменты и ресурсы Анализ рынка

ФОМ

ВЦИОМ

РОССТАТ

Google Data

Google Trends

Инструменты и ресурсы Каналы продвижения

Яндекс Wordstat

Google KeyWord Planner

MyTarget

Личные кабинеты рекламных площадок

Рекламные биржи

Рекламные сети внутри мобильных приложений

Инструменты и ресурсы

Конкурентная разведка

Alexa Rank

PR-CY.RU

Live Internet

Открытая статистика рекламных ресурсов

Медиакипы рекламных площадок

Просмотры роликов на YouTube

Seprstat

Advodka

Similar Web