

Skillbox + **ingate**

## **МОДУЛЬ**

Исследование целевой аудитории:  
сегментация, портретирование,  
Customer Journey Map

Skillbox + **ingate**

**УРОК 01**

Знаете, кто ваш клиент?

# Преподаватель

Дмитрий Орлов

программный директор Ingate

- разработал десятки технологий для поисковой рекламы;
- руководил многочисленными исследованиями в области digital-маркетинга;
- успешно развиваю контент-проекты Ingate.



# Вы – моя целевая аудитория

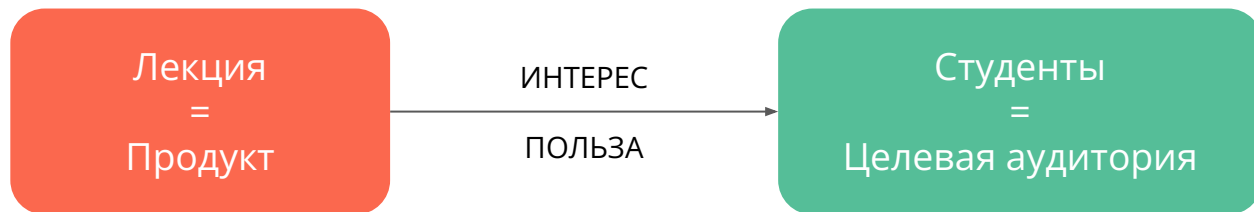
Лекция  
=  
Продукт

# Вы – моя целевая аудитория

Лекция  
=  
Продукт

Студенты  
=  
Целевая аудитория

# Вы – моя целевая аудитория



An aerial photograph of a massive crowd of people at a festival or fair. The crowd is densely packed and extends across the entire frame. Many people are holding colorful umbrellas in various colors like red, blue, yellow, and green, creating a vibrant, multi-colored pattern. The overall scene is bright and festive.

**Целевая аудитория —  
это люди**

# Целевая аудитория — это

Целевая аудитория (ЦА) — это люди, которым нужен ваш продукт/услуга.



# Целевая аудитория — это

Целевая аудитория (ЦА) — это люди, которым нужен ваш продукт/услуга.

**А ЕЩЕ**

ЦА — это люди, у которых есть проблема, которую решает ваш продукт.

# Целевая аудитория — это

Целевая аудитория (ЦА) — это люди, которым нужен ваш продукт/услуга.

**А ЕЩЕ**

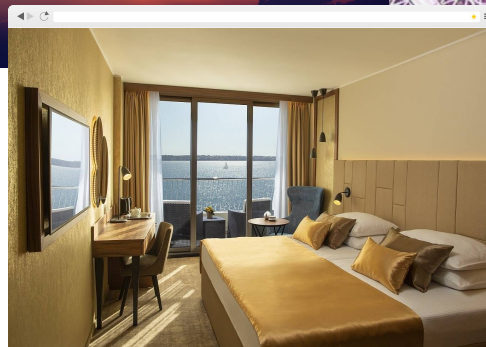
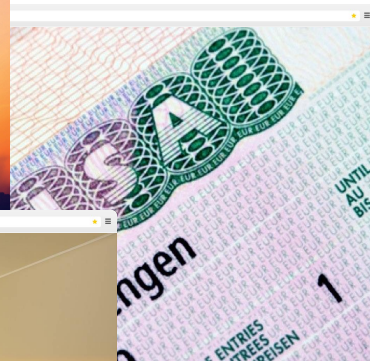
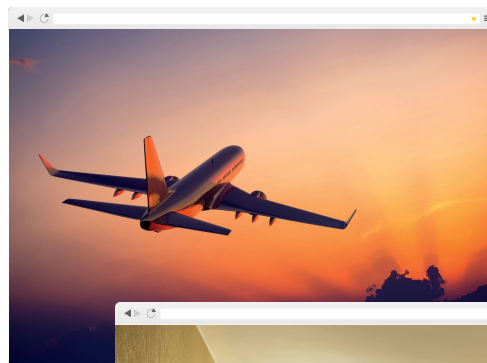
ЦА — это люди, у которых есть проблема, которую решает ваш продукт.

**В ЧЕМ РАЗНИЦА?**

# Отправляемся в путешествие

## ЦЕЛЬ:

найти оптимальный способ добраться до места и поселиться.

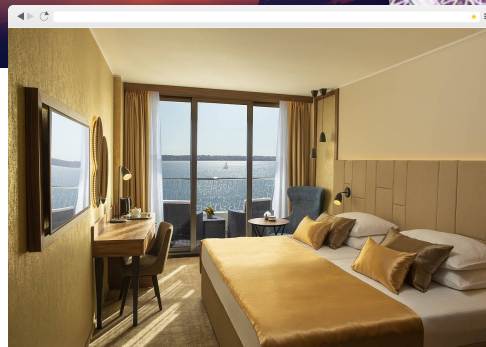
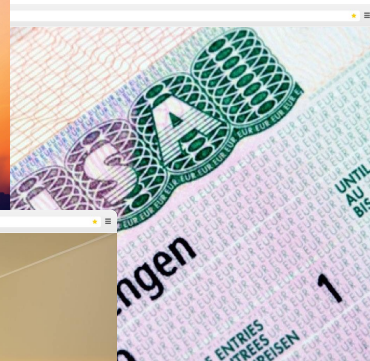
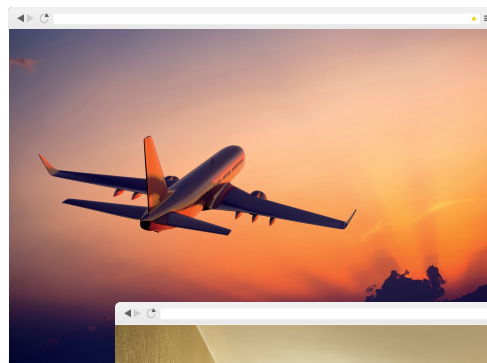


# Отправляемся в путешествие

## ЦЕЛЬ:

найти оптимальный способ добраться до места и поселиться.

	2000
САМОЛЕТ	турагентство
ОТЕЛЬ	
ВИЗА	

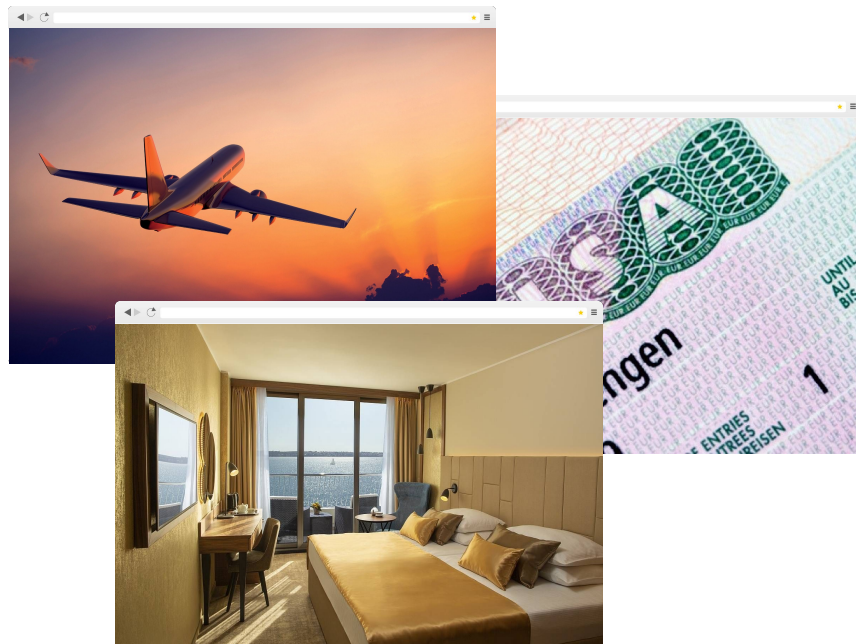


# Отправляемся в путешествие

## ЦЕЛЬ:

найти оптимальный способ добраться до места и поселиться.

	2000	2019
САМОЛЕТ	турагентство	Skyscanner
ОТЕЛЬ		Booking, Airbnb
ВИЗА		самостоятельно



# Целевая аудитория — это

Целевая аудитория (ЦА) - это люди, которым **УЖЕ** нужен ваш продукт/услуга.

**А ЕЩЕ**

ЦА - это люди, у которых есть проблема, которую решает ваш продукт **НЕПРИВЫЧНЫМ ДЛЯ НИХ СПОСОБОМ.**

# Другой пример

**ПОТРЕБНОСТЬ:** белые зубы



## ВАРИАНТ 1

аппаратное отбеливание



## ВАРИАНТ 2

отбеливающие полоски

# Объединяем

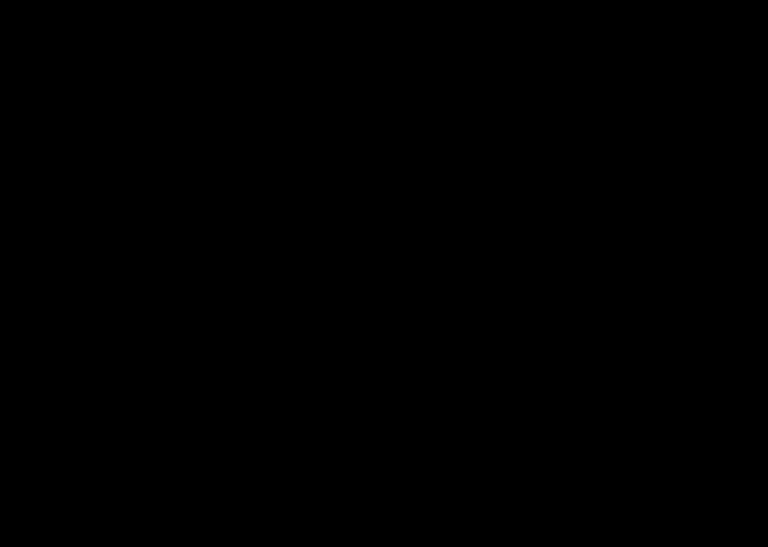
**ЦА — это люди, у которых есть потребность, которую ваш продукт способен удовлетворить.**



А может ну ее, эту ЦА?











# Знаете ли вы свою ЦА?



# Знаете ли вы свою ЦА?



# Знаете ли вы свою ЦА?



Ошибка 1 - на уровне создания продукта



# Какие бывают еще

1. на уровне рекламных сообщений
2. на уровне плейсмента/сбыта
3. на уровне ценовой политики
4. и т.д. на каждом этапе воронки

# Уроки. Запомните!

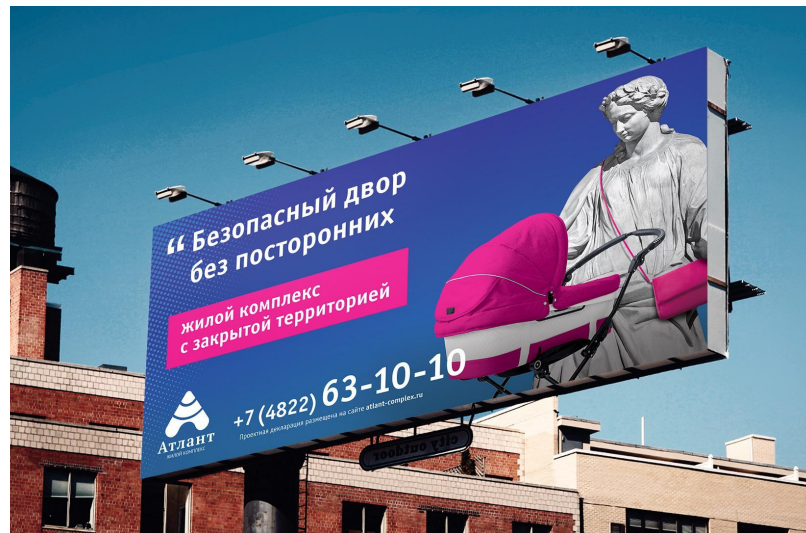
## Вы – не ваша ЦА

Не полагайтесь на свое мнение и мнение своих знакомых.  
Общайтесь с как можно большим числом потребителей.



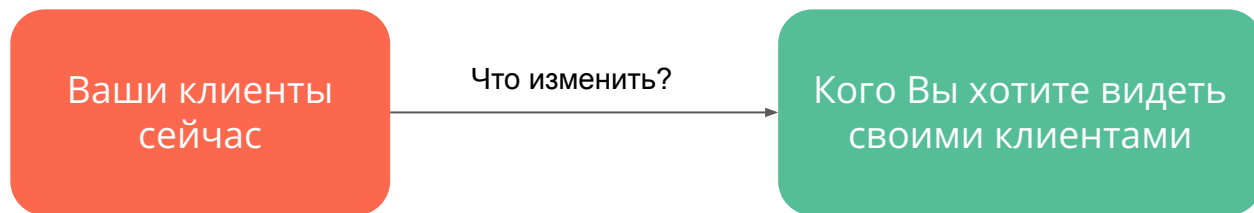
# Уроки. Запомните!

Изучение целевой аудитории  
подкинет вам козыри  
и вдохновит на новые подходы  
к коммуникациям



# Уроки. Запомните!

Важно разделять “реальную” и “желаемую” ЦА и не обманывать себя



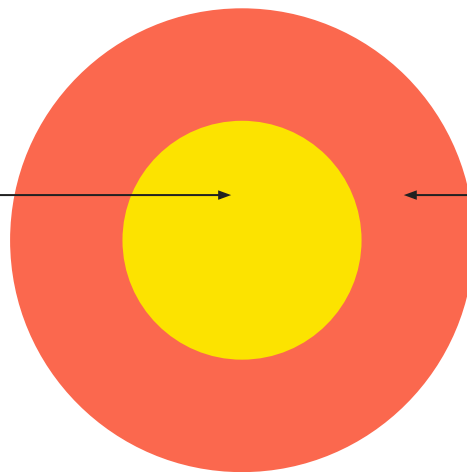
Skillbox + **ingate**

Типы классификации ЦА

# Ядро и периферия

Ядро – наиболее активные покупатели

потребность наиболее острая, они уже научились решать ее с помощью вашего предложения, используют товар регулярно и приносят большую часть прибыли



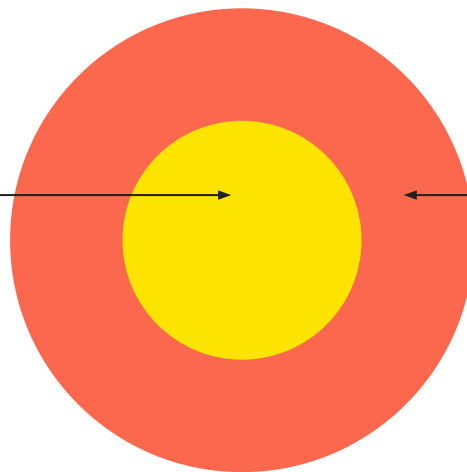
Периферия – потенциальные покупатели

у которых есть потребность, но закрывают они ее, например, другим способом. Или осознают потребность, но она неострая и поэтому никак не решается

# Ядро и периферия

Ядро – наиболее активные покупатели

- 80-90% усилий отдаем ядру: улучшаем продукт, придумываем стимулирующие маркетинговые программы, формулируем уникальное торговое предложение, подстегиваем клиентов к увеличению частоты покупок;
- ловим в контексте и в Яндексе/Гугле



Периферия – потенциальные покупатели

- прорабатываем, когда исчерпан потенциал ядра;
- терпеливо подогреваем контент-маркетингом

# Главная и косвенная

Главной (основной, первичной) называют инициаторов покупки и непосредственных пользователей продукта.

Косвенной (вторичной) – тех, кто платит за желания главной ЦА :)



# Главная и косвенная

Главной (основной, первичной) называют инициаторов покупки и непосредственных пользователей продукта.

Косвенной (вторичной) – тех, кто платит за желания главной ЦА :)

## ГЛАВНАЯ

Медиабайер, закупающий мобильную рекламу

Использует инструмент в работе, хочет автоматизировать рутину и облегчить себе жизнь

## КОСВЕННАЯ

Руководитель медиабаинга, управляющий бюджетом

Управляет бюджет, хочет повысить эффективность работы отдела

**При определении ЦА не забывайте, кто тот серый кардинал, принимающий окончательное решение**

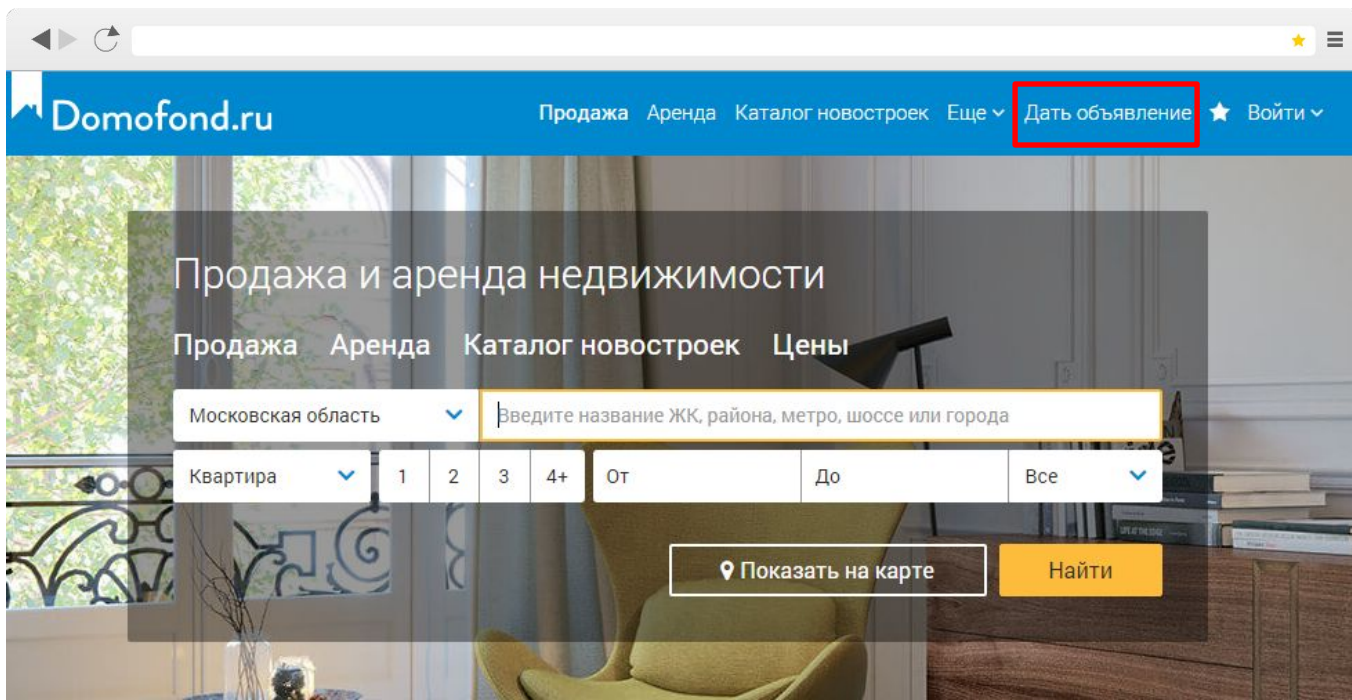


# B2B и B2C

Бизнес на рынке **B2B** (business to business) означает, что вы предлагаете свой продукт другим компаниям.

Продажи на рынке **B2C** (business to customer) подразумевают взаимодействие с физическими лицами, которые приобретают продукты для личного пользования.

# Иногда приходится работать с обеими категориями



## Репетиторы в Новосибирске

Изучите кандидатов и их предложения



Милешкина Эмма  
Аркадьевна

Адамов Илья  
Арсенович

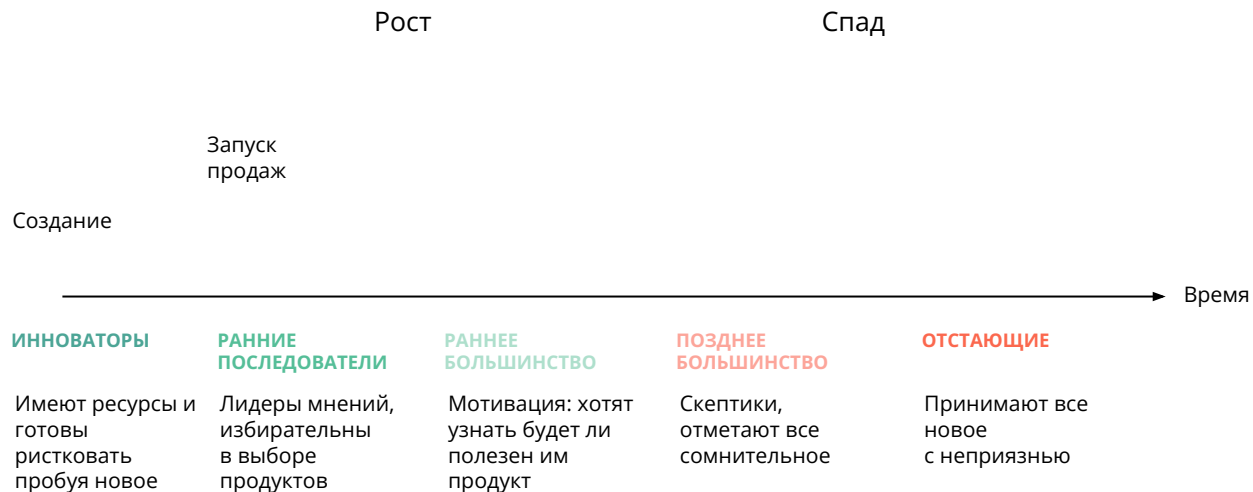
**Бочкова Ольга  
Николаевна**  
1000 руб/час  
5++ 43



3298 репетиторов

Начать подбор репетитора

# По восприимчивости людей к инновациям



# Раннее последователи — наше все!

А бабло и  
признание вот тут

Для начала вам  
надо понравиться  
этим ребятам



Skillbox + **ingate**

Когда начинать работать с ЦА?





У вас уже есть готовый продукт и вы хотите улучшить либо сам продукт, либо каналы его распространения, либо в целом коммуникацию с клиентами (найти инсайты)



У вас уже есть готовый продукт и вы хотите улучшить либо сам продукт, либо каналы его распространения, либо в целом коммуникацию с клиентами (найти инсайты)



У вас нет продукта и вы выбираете, что и для кого делать на каком-то конкретном рынке



У вас уже есть готовый продукт и вы хотите улучшить либо сам продукт, либо каналы его распространения, либо в целом коммуникацию с клиентами (найти инсайты)

Изучаете, кто ваши клиенты сейчас, сравниваете со своими целями и представлениями о желаемой ЦА и дальше выработываете план изменений и развития бренда.



У вас нет продукта и вы выбираете, что и для кого делать на каком-то конкретном рынке

1. Проводите анализ рынка, выделяете сегменты ЦА
2. Решаете, какой из сегментов наиболее интересен с точки зрения прибыли и вашего опыта.
3. Когда определитесь с выбором, составляете более подробное описание ЦА, выделяете конкретные портреты пользователей.
4. Под каждый такой портрет ищем инсайты и составляем план работы.