

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 covers the entire frame. Many people are holding colorful umbrellas in various colors like red, blue, yellow, and green. The overall scene is vibrant and festive. The text is overlaid on the upper left portion of the image.

**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

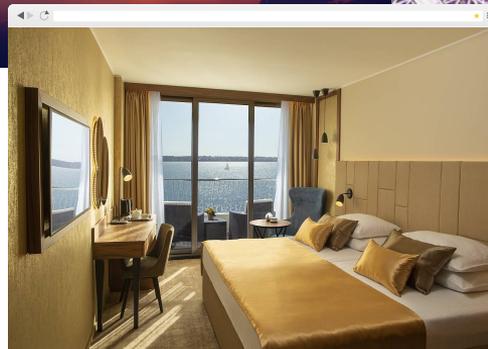
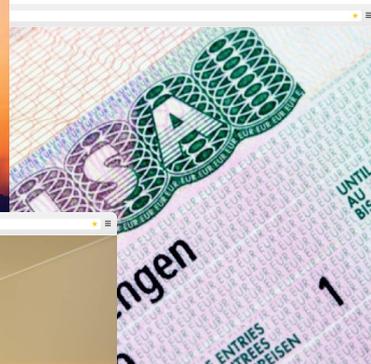
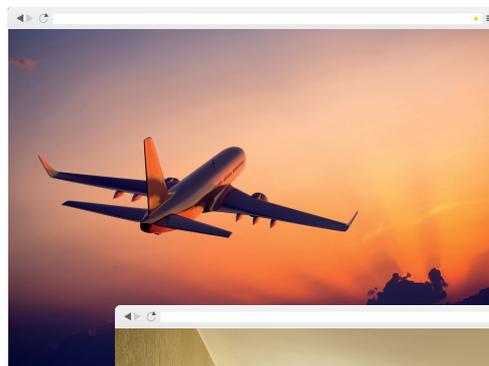
ЦА — это люди, у которых есть проблема, которую решает ваш продукт.

В ЧЕМ РАЗНИЦА?

Отправляемся в путешествие

ЦЕЛЬ:

найти оптимальный способ добраться до места и поселиться.

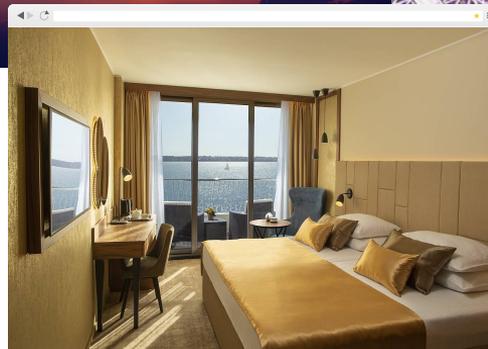
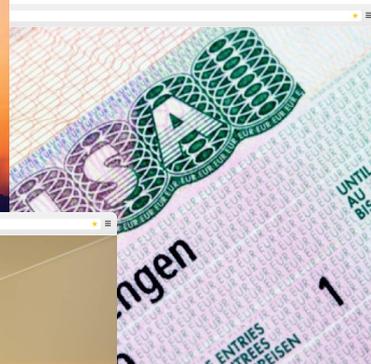
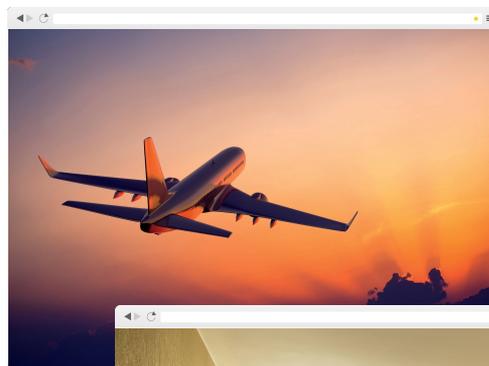


Отправляемся в путешествие

ЦЕЛЬ:

найти оптимальный способ добраться до места и поселиться.

	2000
САМОЛЕТ	турагентство
ОТЕЛЬ	
ВИЗА	

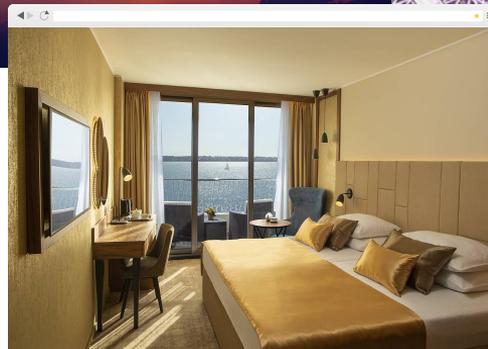
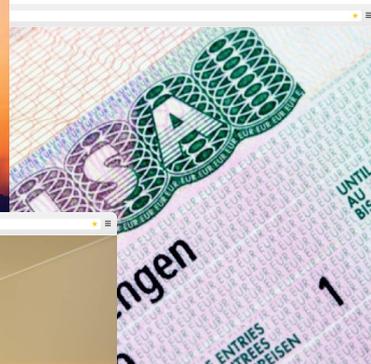
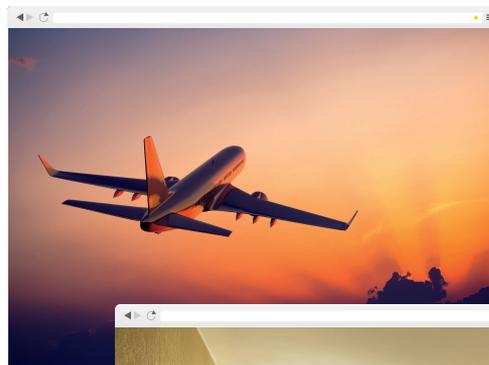


Отправляемся в путешествие

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



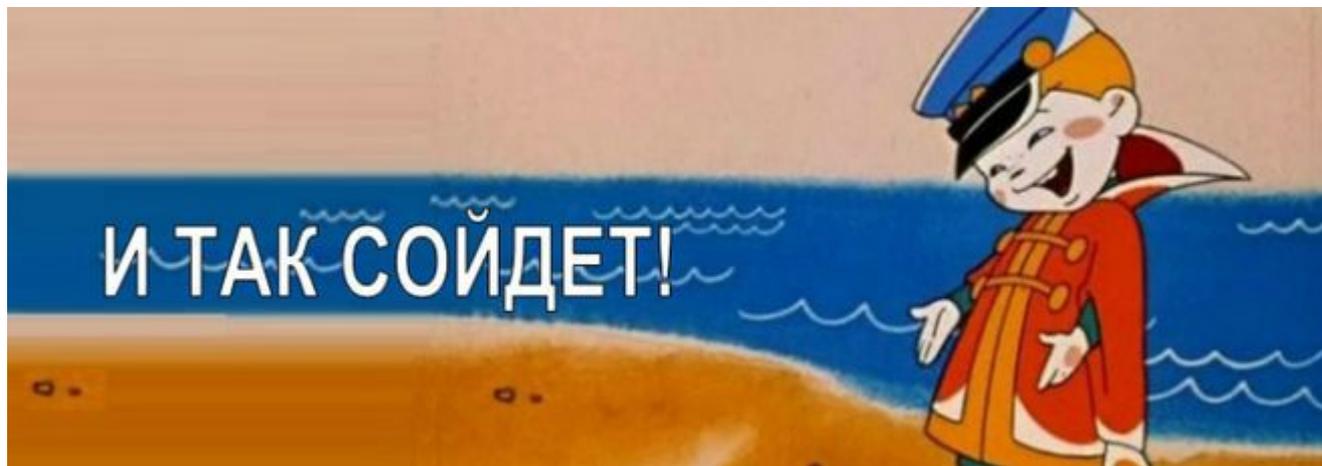
ВАРИАНТ 2

отбеливающие полоски

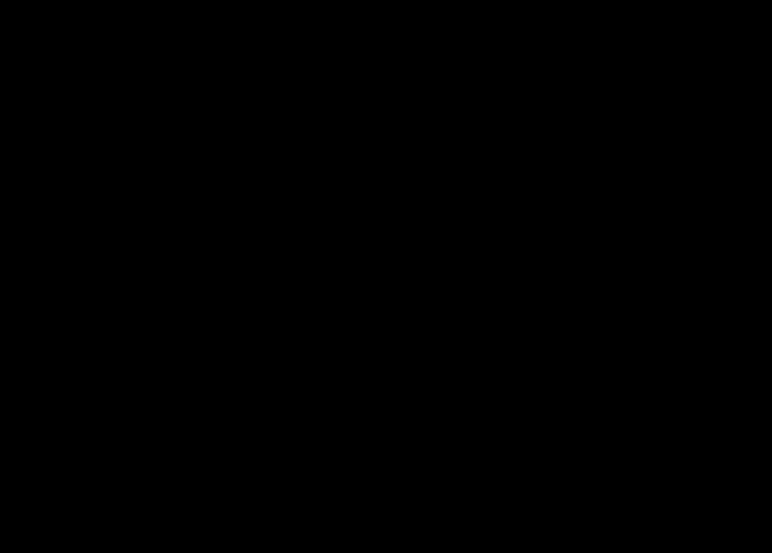
Объединяем

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!

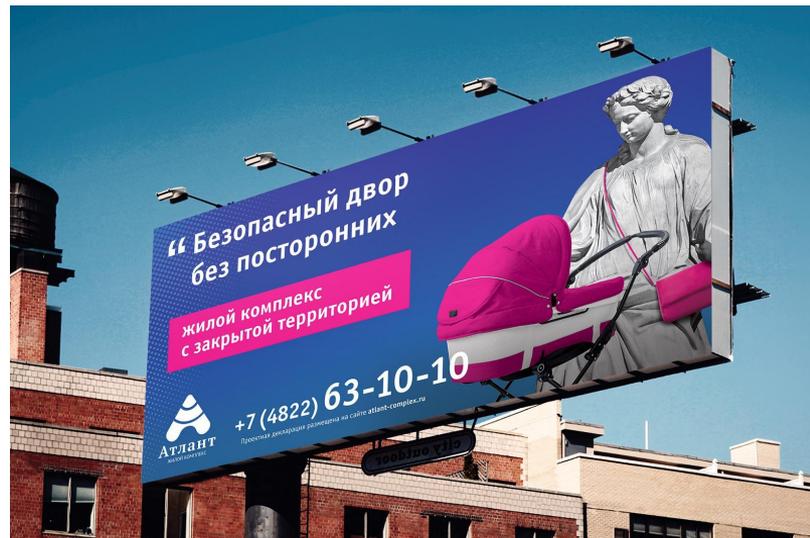
Вы – не ваша ЦА

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



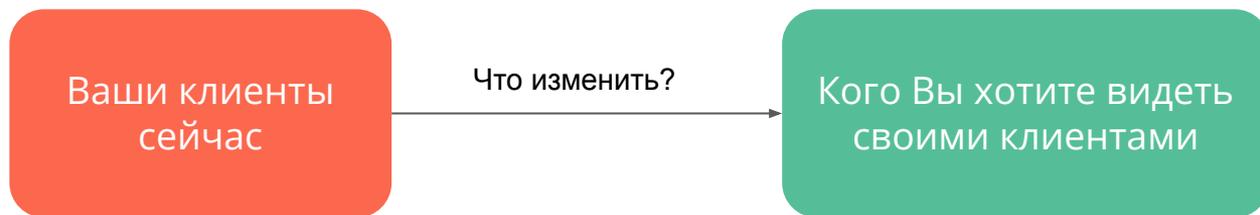
Уроки. Запомните!

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



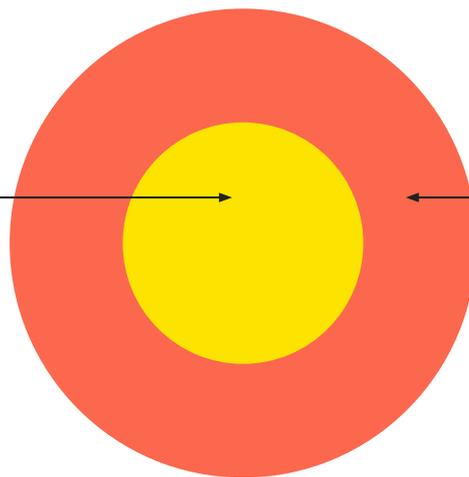
Skillbox + **ingate**

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



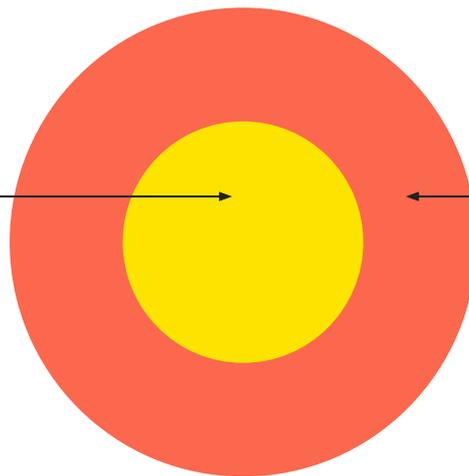
Периферия – потенциальные покупатели

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

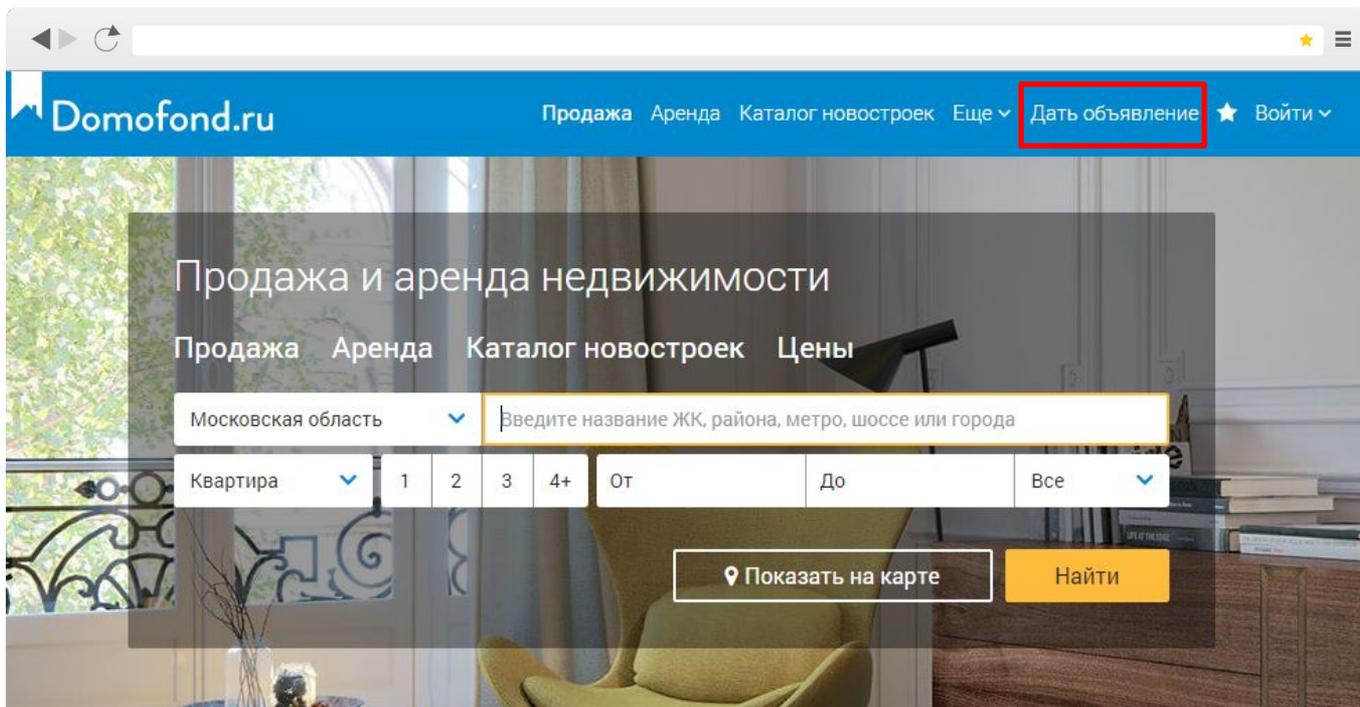


B2B и B2C

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

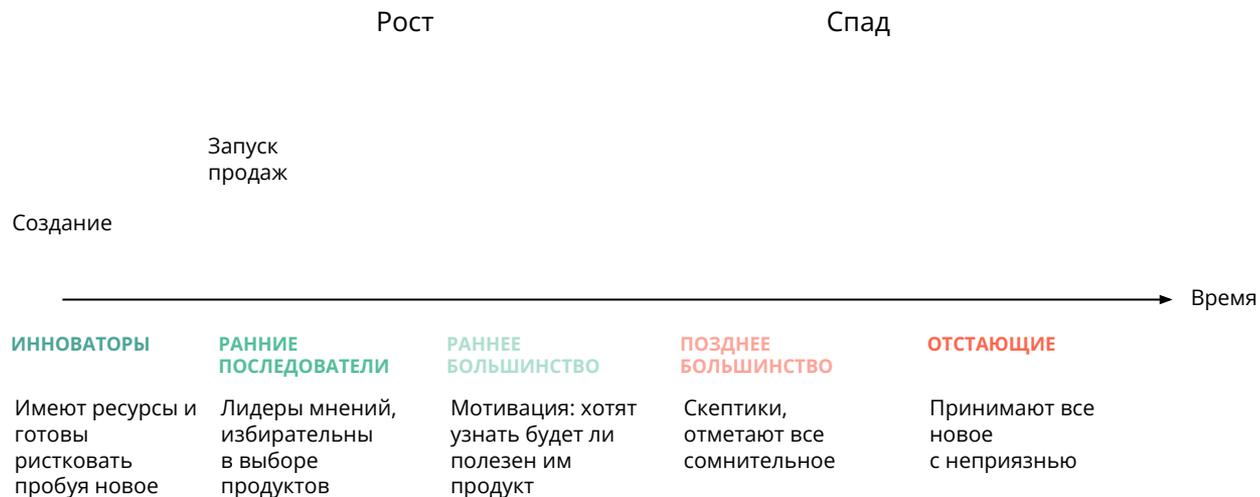
**Бочкова Ольга
Николаевна**
1000 руб/час
5++ 43



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.