



*Как определить целевую аудиторию
и создать аватар клиента за 15 минут?*

Целевая аудитория

- **Целевая аудитория (target audience, целевая группа, ЦА) — аудитория, на которую, в первую очередь, целевым образом направлена маркетинговая коммуникация.**

Целевая аудитория имеет общие или схожие:

- признаки (демографические, географические, экономические, психографические и проч.);
- представление о "качестве" товара (услуги), имеет схожее отношение к качеству общения, коммуникации;
- мотивации к покупке;
- методы и способы совершения покупки;
- предпочтения к месту совершения покупок.

Что такое ЦА/ЦГК?!

Под портретом потенциального клиента (customer profiling) в маркетинге понимают целевую аудиторию, которой интересен продукт/услуга/товар Вашей компании.

Метод «5W» Марка Шеррингтона

это 5 вопросов, помогающие
определить целевую
аудиторию и психологические
характеристики
потенциальных покупателей.

- **Способ сегментирования:**
- **What? / Что?**
- Разделение типов товара.
- Например: разница в упаковке и виде товара.
- **Who? / Кто?**
- Разделение по типу потребителя.
- Например: мужчины, женщины, дети, студенты.
- **Why? / Почему?**
- Разделение по мотивации к совершению покупки.
- Например: выгодные цены, каждодневная необходимость.
- **When? / Когда?**
- Разделение в ситуации, в которой совершается покупка.
- Например: праздник, перед работой, на выходные, в подарок.

- **Where? / Где?**
- Разделение по типу каналов сбыта.
- Например: продажа в магазинах, салонах, интернет-магазинах.

Теперь можно обратиться к более полному определению ЦА.

К нашим исследованиям мы можем добавить социальные сети и посмотреть его фото, как он живет и его интересы.

7 вопросов для определения целевой аудитории



Составляем портрет клиента и уточняем важные детали:

- Пол, возраст
- Образование и профессия
- Доход (стабильность)
- Семья (замужем/женат, дети)
- Мотивация к покупке товара (какие проблемы клиент закрывает приобретя товар. Например: улучшить здоровье, поднять уровень знаний и т. п.)
- Психологическое состояние (уверен ли в будущем, стабильность)
- География (не всегда важно)

В социальных сетях мы можем узнать следующее:

1. Какие хобби, интересы и увлечения
2. Какой жизненный путь у клиента сейчас (фото, цитаты, картинки и музыка могут дать нам представление). Где живет клиент (квартира/дом, съемное жилье).
3. Какие задачи (трудности) стоят в данный момент
4. Какие страхи у клиента-специалиста, семейного человека, родителя (зависит от вида товара/услуги)
5. О чем мечтает клиент во всех ролях, которые перечислены в предыдущем пункте
6. К чему стремится клиент в семье/карьере/жизни?

7. Какой тип мышления у клиента (аналитический или эмоциональный (у женщин эмоциональность выше))
8. Что клиент хочет изменить в своей жизни?
9. Какие приоритеты и ценности? Что важно?
10. Есть ли определенный сленг у клиента, как у специалиста, услышав, который он бы обратил внимание на товар или услугу?
11. Увлечения, какие места посещает, какие страницы просматривает, на какие сообщества подписана?
12. Также можно узнать владеет ли автомобилем, нет ли ремонта в жилье.

Пример: Целевая аудитория для товаров для похудения

- **Что:** БАДы для похудения, спортивный инвентарь, одежда, диеты.
- **Кто:** мужчина, женщина.
- **Почему:** эстетика, здоровье, личная жизнь, карьера.
- **Когда:** сезон отпусков, праздник, общее желание (не зависит от дат).
- **Где:** интернет, магазины, салон, аптека, сетевой маркетинг.
- **Возраст:** 18-21, 22-27, 28-32, 33-38, 39-45, 45-50, 50-60.