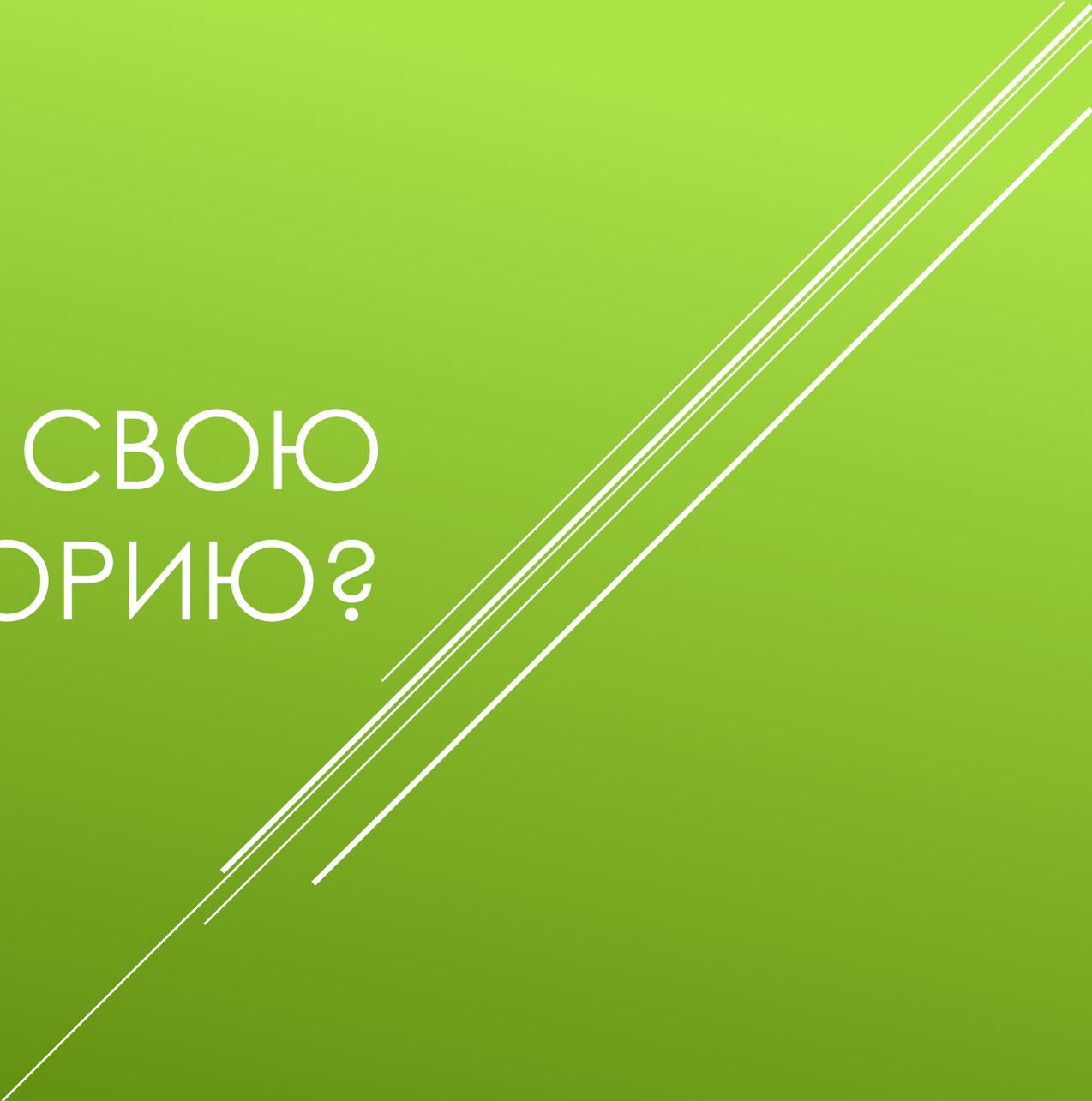


КАК ОПРЕДЕЛИТЬ СВОЮ
ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ?

The background is a solid green color. On the right side, there are several white lines of varying lengths and thicknesses, all slanted upwards from the bottom-left towards the top-right, creating a sense of motion or a graphic element.

НУЖНО РЕШИТЬ ЗАДАЧИ:

ГДЕ ПРОДАВАТЬ

КОГДА ПРОДАВАТЬ

ЧТО ПРОДАВАТЬ

ГДЕ продавать

Вам нужно знать как правильно определить целевую аудиторию, чтобы понять где обитает ваш клиент. Где его искать, а точнее, где реализовать рекламную кампанию, чтобы он точно её увидел и она точно сработала.

КОГДА продавать

Немаловажен момент, когда показывать своё рекламное сообщение. Особенно это актуально, если мы запускаем рекламу не на постоянной основе, а в определённое время.

ЧТО продавать

Вы знаете где и когда ваши потенциальные клиенты проводят время, а значит остался один вопрос — что нужно донести до них. То есть какое предложение зацепит именно их. Ведь у всех у нас разные боли, страхи, критерии, интересы.



ПЕРЕХОДИМ К СОСТАВЛЕНИЮ ПОРТРЕТА

Для того, чтобы максимально точно выявить свою целевую аудиторию вам необходимо раскрыть следующие пункты:

1. Базовые критерии
2. Интересы
3. Платежеспособность
4. Задачи/проблемы



БАЗОВЫЕ КРИТЕРИИ

1. пол
2. возраст
3. география
4. семейное положение
5. образование
6. доход



ИНТЕРЕСЫ

Подробное изучение целевой аудитории и выявление интересов позволит вам стать на один уровень со своей аудиторией

1. Ключевые слова в поиске социальных сетей.

Выбирайте самые распространенные слова в вашем бизнесе и вводите их в поиск, после чего социальная сеть выдаст вам список людей, которые когда-либо упоминали их.

2. Сообщества.

Найдите для себя целевые сообщества и выявите, на что больше «клюет» ваша ЦА, что они больше всего лайкают и комментируют, на каких постах самая большая активность и почему.

ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ

Вы должны понимать потребительский статус своей целевой аудитории:

- качественная одежда/обувь/аксессуары
- досуг (что может себе позволить)
- продукты питания
- бытовая и компьютерная техника
- мобильная связь/интернет
- автомобиль (класс)
- образование
- ОТДЫХ



ЗАДАЧИ/ПРОБЛЕМЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Вы должны выявить, какие проблемы/задачи хочет решить ваша ЦА.

- низкий уровень доходов
- отсутствие общения
- отсутствие востребованности
- проблемы с внешним видом
- лишний вес
- проблемы с самовыражением
- проблемы с коммуникацией



Ответьте себе на вопрос: «Какие проблемы/задачи человека поможет решить ваш продукт?»

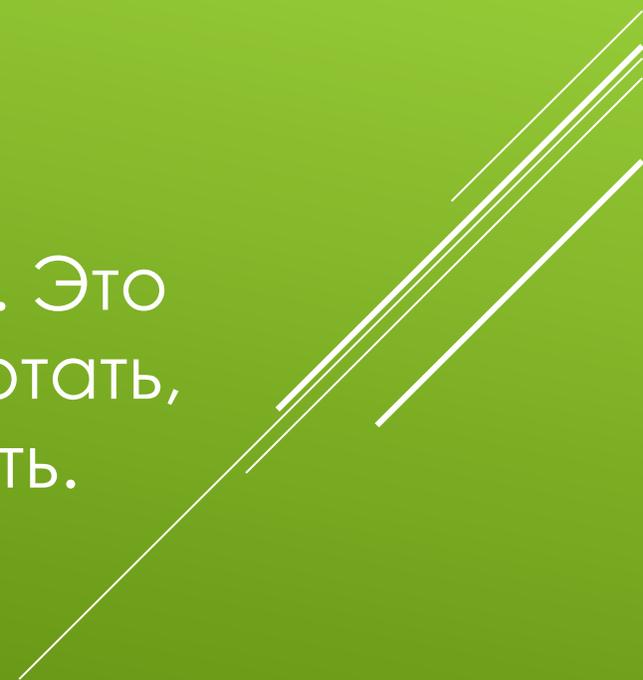
- самоутверждение
- самовыражение
- улучшение качества жизни
- увеличение возможностей
- укрепление здоровья
- уважение со стороны окружающих
- улучшение внешнего вида
- чувствовать себя востребованным



Старайтесь как можно глубже обозначить/выделить свою целевую аудиторию.

Найдите в своем товаре или предложении ту изюминку, которая решает проблему/задачу человека.

Постоянно изучайте свою целевую аудиторию. Это даст вам возможность понять как с ними работать, как привлечь, заинтересовать и как их удержать.



Нельзя относиться к анализу ЦА, как формальности – вы потеряете и время, и деньги.

Решать надо реальные проблемы и насущные потребности ваших потенциальных клиентов, именно для этого и нужно портретирование.

Портрет целевой аудитории может меняться. Его нужно составлять или править при запуске каждой новой рекламной кампании.

