art_web

Агентство интернет-маркетинга

Семинар 2

Что такое ЦА и зачем ее сегментировать?

ЧЕГО
ХОЧЕТ
ТВОЯ
ЦА
целевая аудитория от Ц до А

Что такое целевая аудитория?

Целевая аудитория (на английском — **target audience, target group**) — «это совокупность реальных и потенциальных потребителей товара или услуги, которые готовы изменить свои предпочтения в пользу данного товара или услуги под воздействием маркетинговых мер».

Виды целевой аудитории

- целевая аудитория в **b2b** сегменте (business to business – бизнес для бизнеса)
- целевая аудитория в **b2c** сегменте (business to customer – потребительский бизнес)

Как определить целевую аудиторию

Как составить портрет целевой аудитории?

Более точно описать ЦА поможет точная **характеристика целевой аудитории**. Для старта составьте портрет (или профиль) целевой аудитории по простой схеме:

1. Пол, возраст, уровень дохода, статус, семейное положение, профессия — т.е. *социально-демографический портрет и психографические характеристики*;
2. Где проводит свободное время ваша потенциальная ЦА (в каких соцсетях зарегистрированы, какие форумы читают и т.д.)
3. Какие проблемы клиента может решить ваш товар или услуга?
4. Какие эмоции вызывает ваш товар или услуга, с чем ассоциируется? Может быть, повышает статус, позволяет ему чувствовать себя здоровым и спортивным и т.д.
5. Причины купить именно ваш продукт, а также причины купить аналогичный товар у конкурентов

Сегментирование целевой аудитории

Для сегментирования целевой аудитории можно использовать методику *«5W» английского маркетолога Марка Шеррингтона.* Это наиболее популярный **метод определения целевой аудитории** и психологических характеристик, присущих потенциальным покупателям.

Сегментация рынка проводится по пяти вопросам:

Что (What) – сегментация по типу товара (повседневная одежда, одежда премиум класса и т. д.);

Кто (Who) – сегментация по типу потребителя (по гендерному признаку, по возрасту и т. д.);

Почему (Why) – сегментация по типу мотивации к покупке (мода, престиж, необходимость);

Когда (When) – сегментация по ситуации покупки, время (регулярные покупки, импульсные {в подарок});

Где (Where) – место покупки сегментация по каналам сбыта;

Многие крупные рекламные агентства подкрепляют **исследование целевой аудитории фотографией** самого яркого представителя группы.

Таким образом, **сегментирование целевой аудитории** позволяет создавать более персонализированную рекламу для персонажей из разных сегментов. Основное преимущество этого метода определения целевой аудитории — презентация товара или услуги, оттолкиваясь от запросов ЦА, с учетом ее поведения, желаний и

Целевая аудитория в интернет-маркетинге

Как привлечь целевую аудиторию с помощью интернет-маркетинга

Для этого можно использовать все многообразие каналов для «ловли» целевой аудитории интернет-рекламы:

1. SEO;
2. Контент-маркетинг;
3. Контекстная реклама;
4. Социальные медиа (продвижение в социальных сетях, блогах, форумах и т.п.);
5. Медийная интернет-реклама (баннеры, тизеры и т.п.).

Продвижение в сети стоит начать с анализа. Ведь у каждого канала продвижения, будь то Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм, Яндекс.Директ, своя целевая аудитория.

Основной плюс интернет-маркетинга - специальный инструмент — таргетинг (или таргетирование). Таргетинг позволяет работать только с той целевой аудиторией, которая имеет определенные характеристики, и показывать рекламу только выбранной группе людей.

Вывод. На этапе разработки стратегии рекламной кампании имеет смысл ставить ***определение и анализ целевой аудитории*** на первое место. Не пытайтесь забыть про это, отложить на потом и т.д. — такое отношение к своим клиентам может обернуться потерей и