

Вера Двуреченская

**Вы узнаете все о целевой
аудитории и бизнесе**

«ЛитРес: Самиздат»

2019

Двореченская В. В.

Вы узнаете все о целевой аудитории и бизнесе /
В. В. Двореченская — «ЛитРес: Самиздат», 2019

С чего начинается любой бизнес? С клиента. Поэтому нужен портрет идеального клиента. Как и где найти свою целевую аудиторию, как составить её портрет — об этом вы узнаете из моей книги. Вы получите ясное и четкое представление о целевой аудитории. Самая сложная задача — это определить целевую аудиторию для своего продукта, от этого зависит ваш бизнес. Также нужно определить, какую проблему решает ваш продукт или услуга. Все картинки взяты с сайта Pixabay License. Бесплатно для коммерческого использования.

Содержание

С чего начинается любой бизнес?	5
Зачем нужен портрет идеального клиента?	7
Реклама и бизнес	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

С чего начинается любой бизнес?

С клиента. Поэтому нужен портрет идеального клиента.

Как и где найти свою целевую аудиторию, как составить её портрет, об этом вы узнаете из моей книги. Вы получите ясное и четкое представление о целевой аудитории.

Самая сложная задача – это определить целевую аудиторию для своего продукта, от этого зависит ваш бизнес. Так же нужно определить какую проблему решает ваш продукт или услуга.



Целевая группа, целевая аудитория – это группа людей объединённых общими признаками для какой-то цели или задачи. Например, мужчины от 35-50 лет имеющие права на вождение машины. Сточки зрения рекламы именно они с наибольшей вероятностью купят машину.

Целевой рынок – это группа потребителей, на которую бизнес направляет рекламу, чтобы продать товар или услугу и получить желаемые результаты. Целевой рынок – это инструмент, для определения группы клиентов.

Чтобы определить целевую аудиторию, сначала надо определить, какую проблему решает продукт или услуга. Проблема должна быть известной, о которой потребители знают и, заинтересованы в ее решении.

Правильное выделение ЦА дает возможность использовать те возможности, которые воздействуют наиболее эффективно. Даже лучшая реклама не сработает, если ее увидят не те люди.

Наиболее популярный метод для определения целевой группы называется «5W». Этот разработан Марком Шеррингтоном и предполагает получение ответов на пять вопросов:

Что? – какой товар (пример: продукты питания, игрушки, одежда и т. д).

Кто? – категории потребителей (например: женщины, дети, менеджеры, домашние животные).

Почему? – зачем нужна покупка (например: игрушки для развития навыков и познание мира ребенком, одежда – это защита от холода, жары и возможность выглядеть соответственно обстановке).

Когда? – в какое время сделана покупка (например: покупка по пути домой с работы, во время прогулки, запланированный поход в магазин).

Где? – в каком месте сделана покупка (например: магазины «Магнит», аптеки, супермаркеты).

Знание целевой аудитории дает возможность донести информацию о товаре конкретной группе людей и создать для них нужный товар, продавать его в нужном месте. Этой аудитории нужен ваш товар или услуга и интересны преимущества, которые вы предлагаете.

Люди, которые покупают у вас продукт или пользуются вашими услугами. Это и есть ваша целевая аудитория.

Целевая аудитория, удовлетворяет свои потребности, с помощью вашего продукта или услуги.

При определении целевой аудитории важно обращать внимание на ее численность. У каждой аудитории есть активная группа потребителей продукта, которые пользуются товаром чаще всего.

У этих людей обязательно есть, что то общее. Место проживания, возраст, климат, национальность, образование, количество детей, уровень дохода, пол, семейное положение, национальность, образование, профессия и т.д.

Зачем нужен портрет идеального клиента?

Портрет идеального клиента я начала составлять совсем недавно. Думаю, и так все покупают. И зачем оно мне вообще-то нужно. Но когда все проанализировала поняла, что можно продавать больше и сократить расходы на рекламу, продвижение и так далее. Не знание своей Ц.А.— это провал вашего бизнеса или продукта, увеличение расходов на создание и продвижение продукта.

Вот пример: открылся фотосалон на выезд, потратили кучу денег на листовки, раздавали всем подряд, но услуги оказались не востребованными, звонков было мало.

Решили выяснить, кому чаще всего требуются услуги фотографа на выезде. После анализа Ц.А. выяснили, что – это свадьбы, юбилей, маленькие дети, жители отдаленных районов.

Наладили связь со свадебными салонами, раздали информацию в детских садах и школах, создали группу салона в Вконтакте и бизнес стал налаживаться. Большую часть клиентов стала приносить группа в контакте, стали еще больше работать в Вконтакте.

Реклама и бизнес

Вконтакте», Facebook, Instagram – здесь можно проводить опросы, исследования, создавать группы для товара или услуги, здесь можно показывать товар только жителям указанной местности, геолокация позволяет определить потребности клиентов.



Красноярке холодно, поэтому спрос на теплую обувь будет больше, чем на купальники.

Возраст и материальная обеспеченность, так же влияют на реализацию товаров и услуг. Поэтому пенсионерам лучше дать рекламу лекарств или очков, рекламировать автомобили лучше людям от 35 до 50 лет.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.