



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Проект от
15.06.2022

МОЙБИЗНЕС

**КАК ОПРЕДЕЛИТЬ
СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ**



Об авторе

Анна Иванова

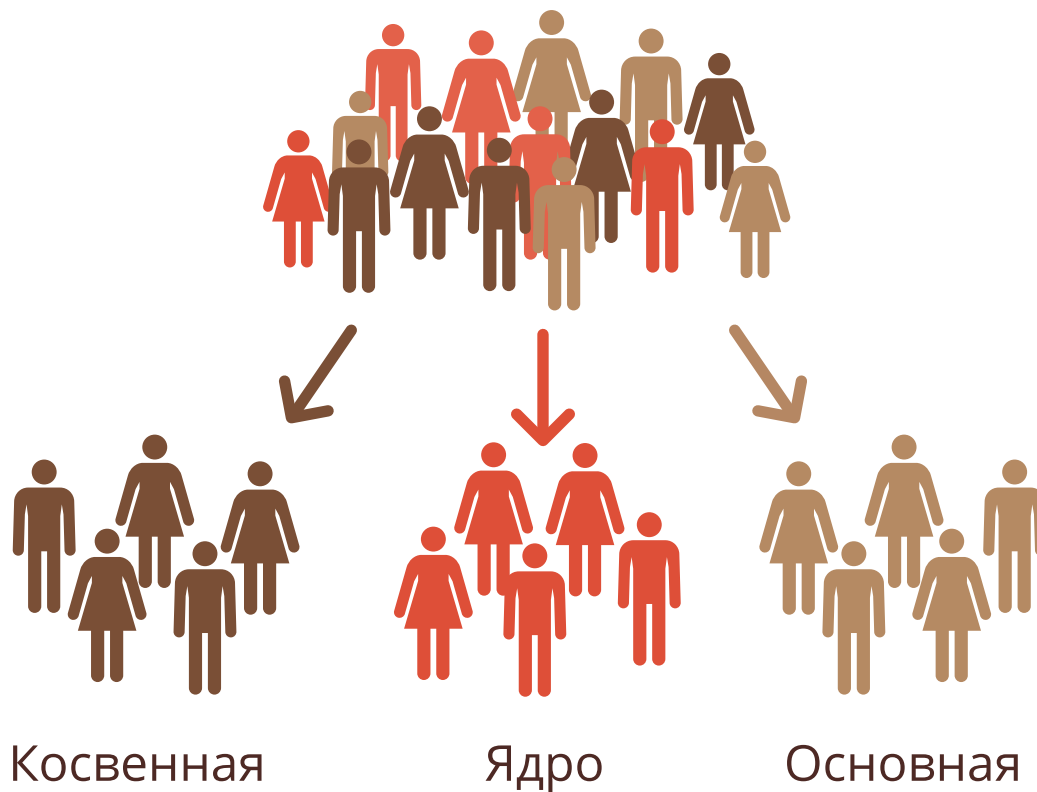
Директор Агентства «Рекламный дайджест»

- Более 25 лет работает в сфере маркетинга
- Куратор проекта позданию книг о Томске
- Кандидат философских наук
- Путешественник, журналист, фотограф

Определение и структура целевой аудитории (ЦА)



Структура целевой аудитории







**Какие примеры продуктов
приходят вам в голову,
когда мы говорим о ядре,
основной и косвенной ЦА?**

1.

Портрет аудитории

Причины создания портрета целевой аудитории

- Разработка максимально эффективной рекламной кампании
- Формирование оптимального ассортимента товаров и перечня услуг
- Сокращение времени на продвижение интернет-магазина или точки продаж
- Расширение клиентской базы

Зачем нужно знать своих клиентов?

- 1 Составить портрет целевой аудитории, детализировать признаки своего
- 2 Рассказать о продукте на языке клиента
- 3 Сделать бренд узнаваемым в среде потенциальных покупателей
- 4 Составить коммерческие предложения адресно
- 5 Сделать рекламную кампанию рентабельной
- 6 Сократить расходы на рекламу
- 7 Повысить конверсию продаж и возврат инвестиций
- 8 Сформировать круг постоянных покупателей
- 9 Получать преимущество перед конкурентами
- 10 Правильно определить потенциал развития

Демографический принцип



- Состав семьи
- Жизненный цикл семьи
- Уровень дохода
- Род занятий

Поведенческий принцип



- Мотивация при покупке
- Лояльность
- Информированность о товаре
- Удовлетворение потребностей

Психографический принцип



- Общественное положение
- Образ жизни
- Тип личности

Географический принцип



- Регион
- Структура коммерческой деятельности
- Динамика региона



**Какие параметры вам
кажутся самыми ценными
при анализе вашей ЦА?**

2.

Методы исследования целевой аудитории

Методы исследования ЦА



Ошибки при исследовании целевой аудитории

- Исследовать ее одним методом
- Однократный анализ ЦА
- Исследовать только ядро ЦА
- Не привлекать к исследованиям профессионалов (маркетологов, психологов, экономистов)



**Какие методы изучения
целевой аудитории
подходят именно вам?**

3.

Психотипы потребителей

Социально-демографические параметры



Шесть основных психотипов потребителей



Обыватели
(нормативные
материалисты)



Интеллигенты
(одухотворенные
традиционалисты)



Новаторы
(независимые
творческие личности)



Карьеристы
(целеустремленные
прагматики)



Гедонисты
(ценители
удовольствий)



Подражатели
(конформисты)

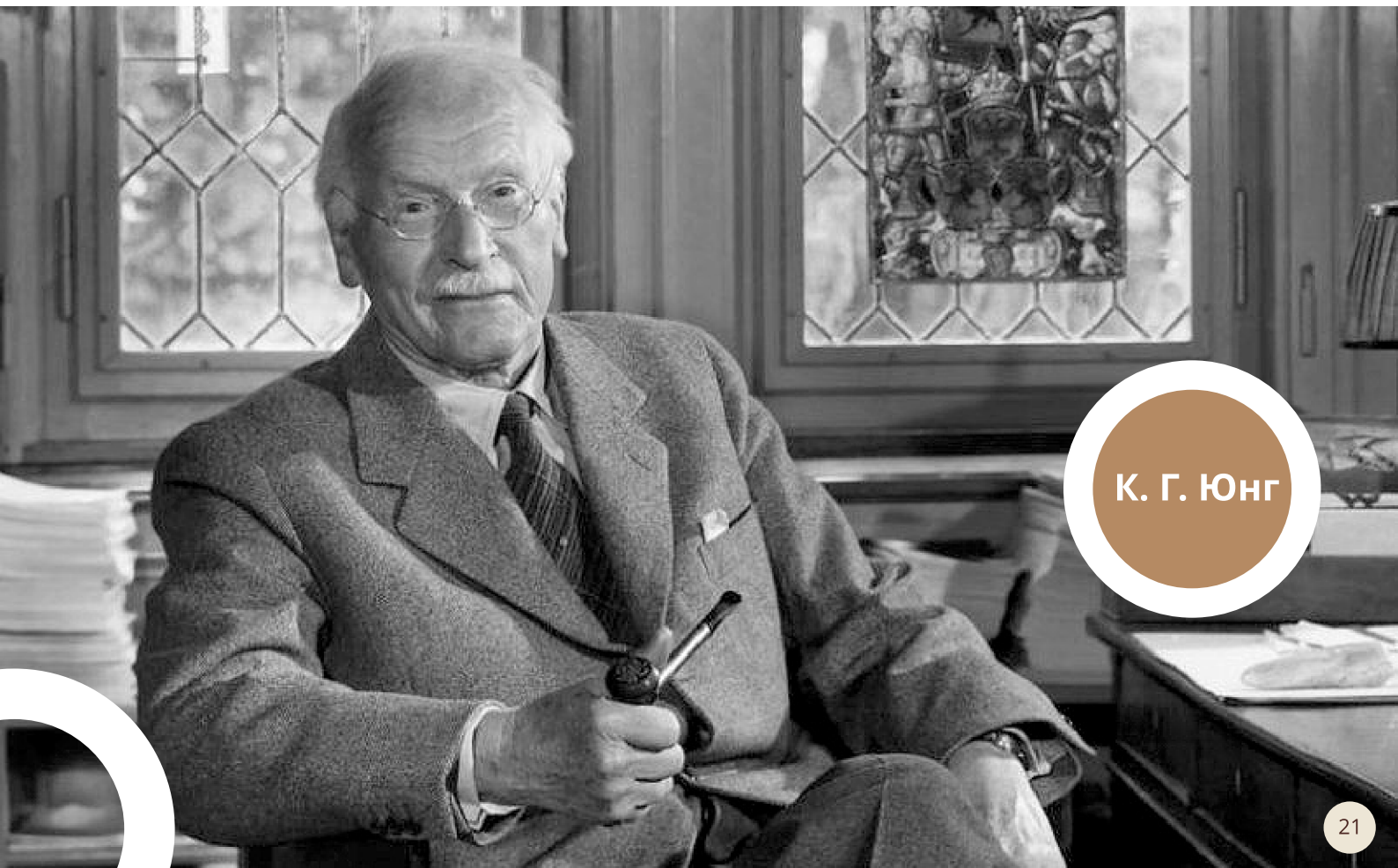


**Вы нашли себя
среди этих психотипов?**

**Узнали в них типичных
представителей
своих покупателей?**

4.

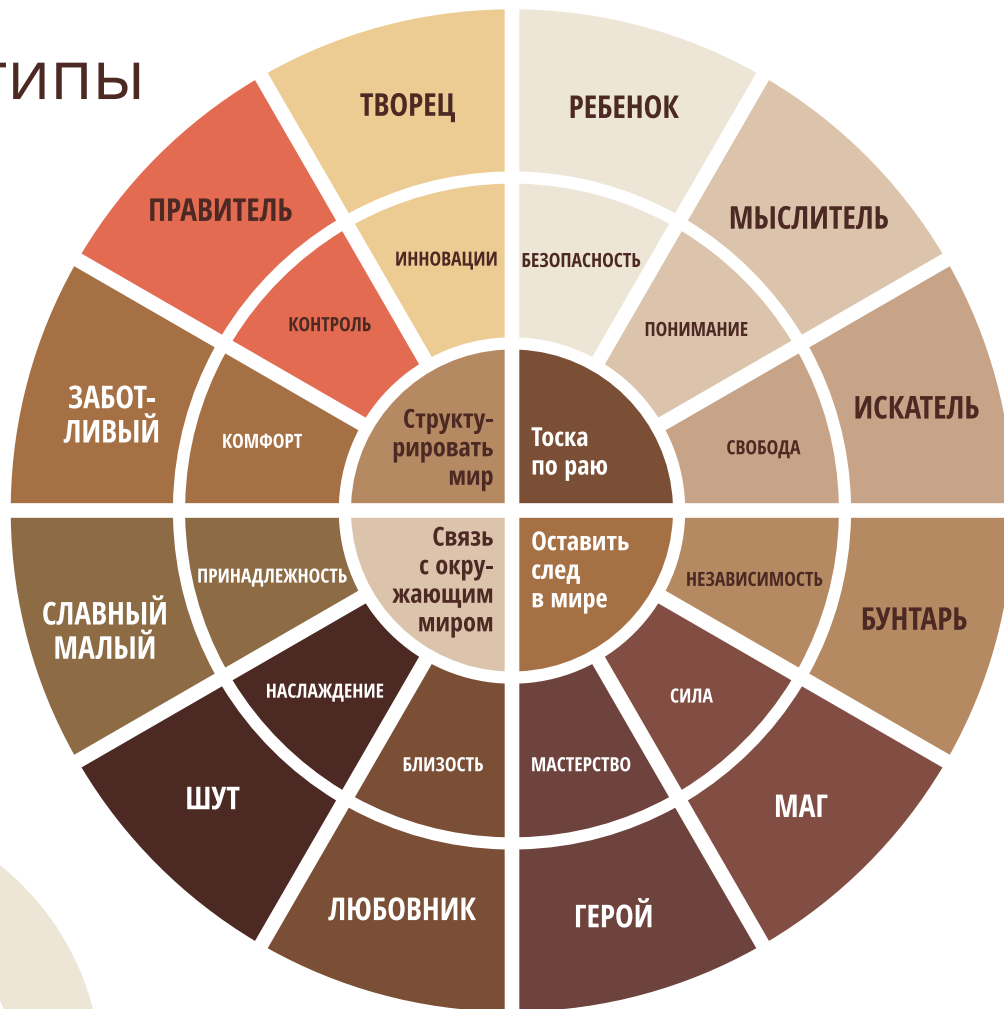
Архетипы в маркетинге



К. Г. Юнг



Архетипы





**Увидели архетипы
в своих любимых марках?**

**А самих себя
в качестве потребителей
в каком-то архетипе?**

Как использовать знания о психотипах и архетипах ЦА?

- Исследовать свой продукт на предмет психотипов и архетипов.
- Проанализировать к каким психотипам и архетипам обращаются конкуренты. Найти свободные ниши.
- Поправить или создать новые рекламные сообщения в соответствии с результатом.
- Оформить визуальные образы, которые вы используете в рекламе, в соответствии с архетипами и психотипами ЦА.
- Продумать меры по стимулированию покупателей и увеличению их лояльности.
- Исследовать варианты привлечения новых сегментов ЦА.
- Создать рекламные продукты в сочетании рациональных и эмоциональных компонентов.

Спасибо за внимание!
Удачи!
