

The background is a dark blue gradient with various abstract elements: a grid of small dots in the top-left and bottom-right, a circle with diagonal lines in the top-center, a circle with horizontal lines in the bottom-right, and several wavy, multi-line patterns in shades of blue. There are also some small white circles and lines scattered throughout.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА



ПОТРЕБИТЕЛИ

модуль 3

- 1 Поведение потребителей
- 2 "Целевая аудитория": определение и сегментация
- 3 Процесс принятия решения о покупке
- 4 Способы выявления потребностей ЦА

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ



Целевая аудитория

потенциальные и реальные клиенты, имеющие заинтересованность в товаре/услуге

ЦА удовлетворяет вашим требованиям

- гендер;
- возраст;
- локация;
- уровень дохода;
- увлечения;
- поведение.

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

2 ТИПА ЦА

1

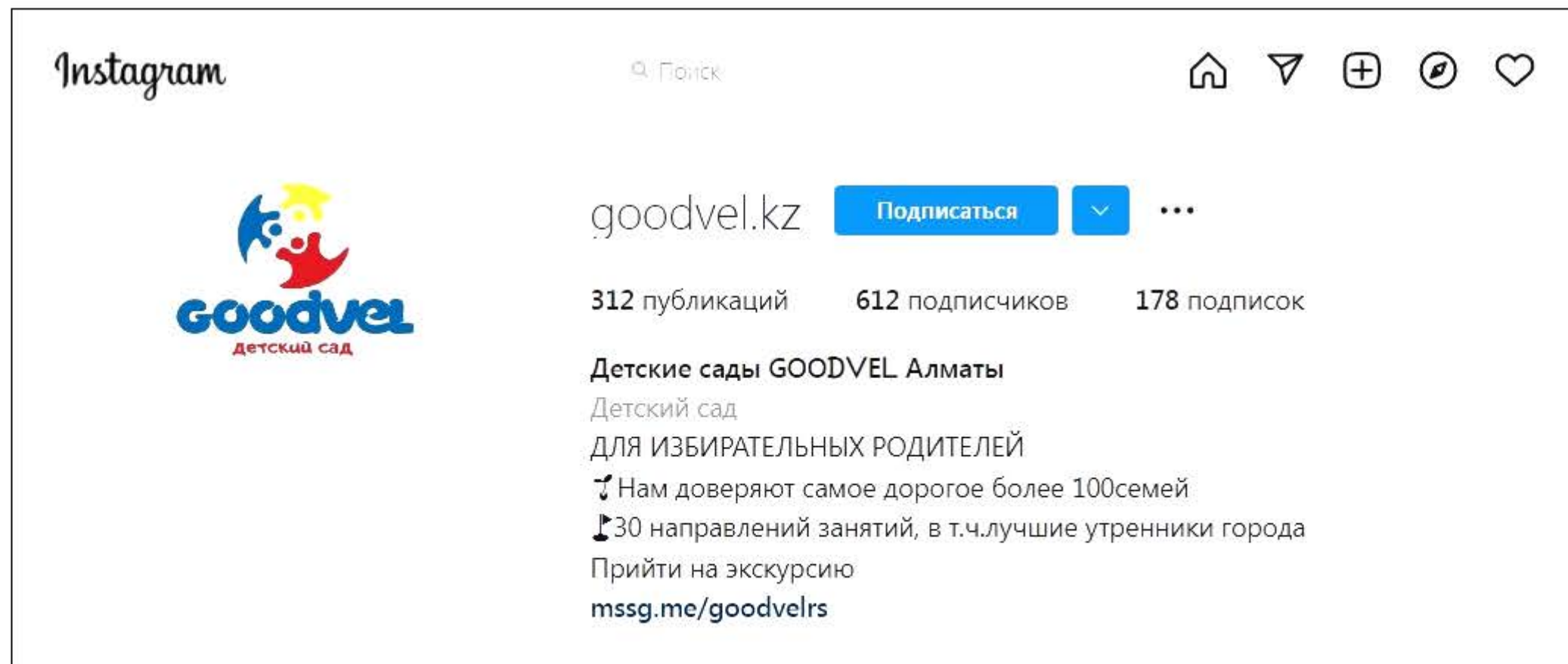
ПЕРВИЧНАЯ

Инициаторы
Люди, принимающие
решение о необходимости
приобретения продукта

2

ВТОРИЧНАЯ

Не являются инициаторами
совершения покупки, но
также вовлечены



пример

ЦА Instagram аккаунта компании
"GOODVEL"

ПЕРВИЧНАЯ

Родители

ВТОРИЧНАЯ

Дети

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

- 1 АНАЛИЗ ТОВАРА**
Сравнительный конкурентный анализ товара/услуги
- 2 QFD (РАЗВЕРТЫВАНИЕ ФУНКЦИИ КАЧЕСТВА)**
Ключевые факторы выбора и ценности & Технические характеристики продукта
- 3 SWOT АНАЛИЗ**
Определение точек роста. Стратегический анализ внутренней и внешней среды.
Поиск ЦА и рынка
- 4 СЕГМЕНТИРОВАНИЕ**
Определение целевого сегмента на основе ключевых свойств

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ



АНАЛИЗ ТОВАРА

Сравнительный конкурентный анализ товара/услуги

INSIGHT Критери выбора	BENEFITS Получаемые выгоды/преимущества	REASONS TO BELIEVE Причины для веры/доверия
Надежность заключения сделки	"Мы гарантируем надежность вашей сделки. Спросите наших клиентов!"	<ul style="list-style-type: none"> • Точные и проверяемые цифры по количеству сделок • Кейсы и отзывы клиентов
Прозрачность на всех этапах сделки	"Мы сделаем для Вас больше, чем любое другое агентство"	<ul style="list-style-type: none"> • Запрос статуса по контакту • 24/7 поддержка от менеджеров
Стоимость услуг	"Мы подберем квартиру по Вашему запросу и по выгодной цене!"	<ul style="list-style-type: none"> • Донесение до клиентских групп точной финансовой модели компании

Итог работы

- список выявленных потребительских факторов выбора
- отраженные в бизнес-процессах, получаемые выгоды
- причины для доверия, оформленные в ключевых сообщениях

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

2

QFD (РАЗВЕРТЫВАНИЕ ФУНКЦИИ КАЧЕСТВА)

Ключевые факторы выбора и ценности & Технические характеристики продукта

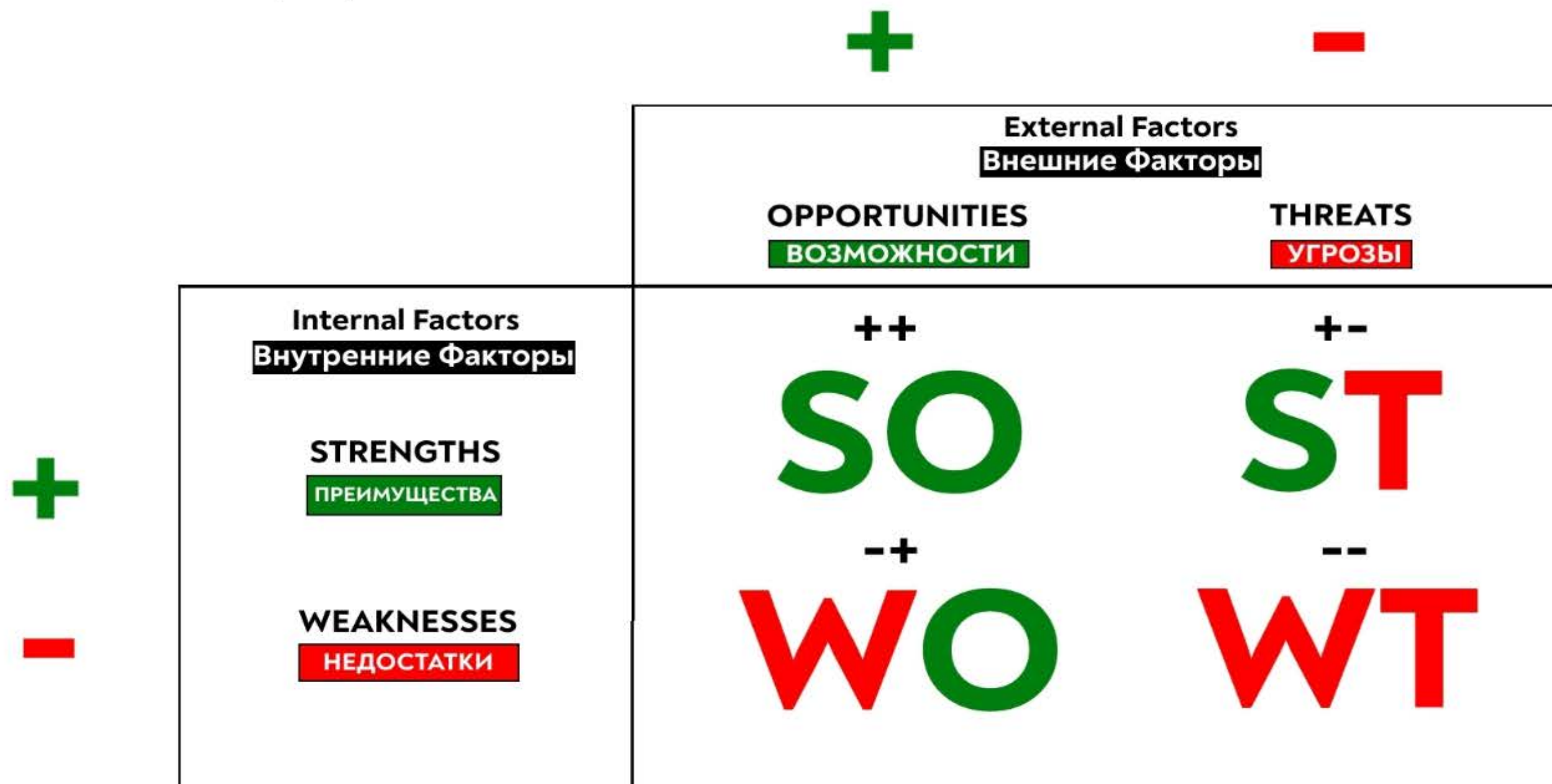
Ценности (КФВ)	Мера значимости	Технические характеристики					ИТОГИ
		Возможность предварительного ознакомления	Возможность онлайн оплаты	Наличие системы индивидуального развития	Фильтр по стоимости, городам, продуктам	Синхронизация с сервисами	
Простота использования	0,414	1,242 (3)	1,242 (3)	3,726 (9)	3,726 (9)	1,242 (3)	11,178
Функционал	0,223	0,669 (3)	0,223 (1)	2,007 (9)	2,007 (9)	2,007 (9)	6,913
Надежность	0,206	0,206 (1)	0,206 (1)	0,206 (1)	0,618 (3)	0,618 (3)	1,854
Цена	0,139	0,417 (3)	0,139 (1)	0,417 (3)	0,139 (1)	0,417 (3)	1,529
Внешний вид	0,018	0,018 (1)	0,018 (1)	0,054 (3)	0,054 (3)	0,054 (3)	0,198
ИТОГИ	1	2,552	1,828	6,41	6,544	4,338	

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

3

SWOT АНАЛИЗ

Определение точек роста. Стратегический анализ внутренней и внешней среды.
Поиск ЦА и рынка

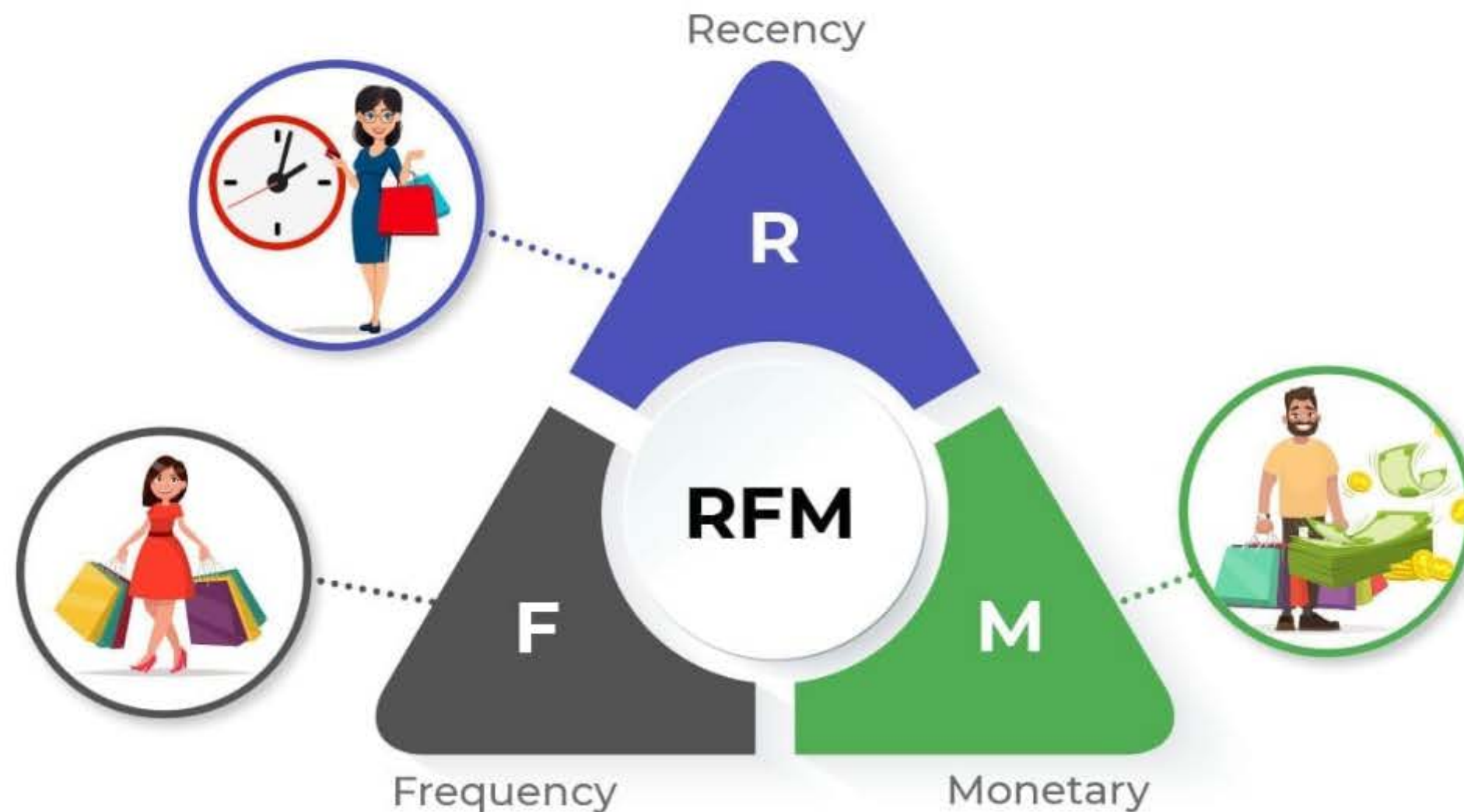


"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

4

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

Определение целевого сегмента на основе ключевых свойств



RFM-анализ

сегментация клиентов в анализе
сбыта по лояльности

- R Recency (Давность)**
Чем меньше времени прошло с момента последней активности, тем больше вероятность, что клиент повторит действие
- F Frequency (Частота)**
Чем больше каких-либо действий совершит клиент, тем больше вероятность того, что он их повторит в будущем
- M Monetary (Деньги)**
Чем больше денег было потрачено клиентом, тем больше вероятность того, что клиент снова сделает заказ

"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

4

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

Определение целевого сегмента на основе ключевых свойств



"ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ": ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ

4

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

Определение целевого сегмента на основе ключевых свойств

Критерии сегментирования

Социально-демографические

Пол, возраст, поколение, образование, доход, национальность, религия

Географические

Климат, уровень развития региона, количество жителей, экономика региона

Поведенческие

Повод к покупке, эмоциональность, рациональность, желания, нужды

Психографические

Мотивация приобретения, жизненные ценности, позиция, референция