

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ

Задание «Описание целевой аудитории»

Данное задание состоит из 2 частей: создание портрета целевого потребителя и построение карты пути покупателя.

1.

Вам необходимо самостоятельно выбрать объект (компанию) и **создать портрет целевого потребителя**. Заполняйте описание согласно пунктам показателей таблицы.

Таблица «Портрет целевого потребителя»

Показатель	Описание
1. Социально-демографические характеристики	...
2. Психологические характеристики	...
3. «Болевые точки» и проблемы клиентов	...
4. КФВ (Ключевые факторы выбора и приоритеты)	...
5. Ценности	...

2.

Вам необходимо для выбранного объекта (компании) создать **карту пути потребителя (CJM)**. В данном задании CJM оформляется в форме таблицы. Заполняйте столбцы «Цели покупателя» и «Точки контакта» согласно стадии пути покупателя.

Таблица «Customer Journey Map»

Стадия пути покупателя	Цели покупателя	Точки контакта
1. Актуализация потребности и поиск информации
2. Оценка и сравнение предложений
3. Сделка/Покупка
4. Владение товаром/Проживание услуги

Пример выполнения:

Описание объекта работы

Название компании/бренда: «Atributika&Club»

Профиль деятельности: продажа косметической продукции

Интернет-сайт: <https://shop.atributika.ru>

1. Создание портрета целевого потребителя

Показатель	Описание
1. Социально-демографические характеристики	<ul style="list-style-type: none">Женщины в возрасте 25-40 лет со средним доходом или доходом ниже среднегоИмеют семью и проживают в городах-миллионниках или крупнейших городахИмеют высшее образование
2. Психологические характеристики	<ul style="list-style-type: none">Любят проводить свободное время в домашней обстановке с семьей
3. «Болевые точки» и проблемы клиентов	<ul style="list-style-type: none">Сложно найти качественный продукт по невысокой ценеОпасение, что косметическая продукция может нанести вред здоровью
4. КФВ (Ключевые факторы выбора и приоритеты)	<ul style="list-style-type: none">Возможность купить качественную продукцию с натуральным составом по невысокой цене
5. Ценности	<ul style="list-style-type: none">Сохранение здоровья

2. Карта пути покупателя (CJM)

Стадия пути покупателя	Цели покупателя	Точки контакта
1. Актуализация потребности и поиск информации	<ul style="list-style-type: none">Определить доступные способы удовлетворения своей потребностиВыявить перечень возможных решений	<ul style="list-style-type: none">ПоисковикиИнформационные порталыАгрегаторы предложенийИнтернет-магазиныСайт компанииПриложение компании
2. Оценка и сравнение предложений	<ul style="list-style-type: none">Сравнить схожие товары по наиболее важным характеристикамВыбрать наиболее подходящего варианта	<ul style="list-style-type: none">Агрегаторы предложенийИнтернет-магазиныСайт компанииПриложение компании

3. Сделка/Покупка	<ul style="list-style-type: none"> • Приобрести товар без проблем и негативных эмоций 	<ul style="list-style-type: none"> • Интернет-магазины • Сайт компании • Приложение компании
4. Владение товаром/Проживание услуги	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать товар. • Взаимодействовать с брендом онлайн при положительном впечатлении о приобретенных товарах бренда 	<ul style="list-style-type: none"> • Социальные сети • Приложение компании • Email