

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
Конец ознакомительного фрагмента.	7

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).

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.