UX/UI – Målgruppsanalys

**Vad är en målgruppsanalys?**

* Du undersöker och analyserar en specifik grupp människor som du vill nå med din produkt, tjänst eller budskap
* En viktig process inom marknadsföring och affärsutveckling
* I din roll inom IT och programmering kan målgruppsanalyser vara relevanta när du utvecklar och marknadsför programvara eller tekniska lösningar.
* Hitta de problem som din specifika målgrupp upplever, och bygg din lösning efter de problem som hittas

**Google Analytics**

* Innan du kan analysera din målgrupp måste du först veta vilken målgrupp du attraherar
* Google Analytics är ett gratis verktyg som används för att spåra vilka som besöker din webbplats eller domän
* Spårar geografisk plats
* Spårar enhetens inställningar, som webbläsaren, enhet, system etc
* Spårar användarens ålder, kön, ålder, hur lång tid den spenderar på sidan samt vilka subdomäner som besöks
* Implementeras med en snabb JS stub
* Väldigt enkelt

**Demografi**

För att förstå din målgrupp måste du ha en klar bild av deras demografiska egenskaper

* Ålder
* Kön
* Plats
* Utbildningsnivå
* Yrke
* Relationsstatus

Vad händer med gdpr? Det skyddas inte av gdps det är en gråzon (än sålänge)

**Beteendemönster**

Studera hur din målgrupp integrerar med teknik

* Vilka enheter använder de?
* Hur använder de enheterna?

Detta kan hjälpa dig att anpassa din produkt eller tjänst eller deras beteende. Få de att upprepa en handling kontinuerligt. Detta gör det till en vana.

**Problem, Behov och Önskemål**

* Identifiera de problem eller utmaningar som din målgrupp står inför.
* Din produkt eller tjänst kan möjligen lösa dessa problem
* Identifiera de specifika behov och önskemål som din målgrupp har
* Detta är avgörande för att utforma produkten eller tjänsten på ett sätt som tillfredsställer deras krav.

**Konkurrensanalys**

* Utvärdera konkurrenterna som riktar sig till samma målgrupp
* Vad erbjuder de och hur kan du differentiera din lösning
* Läs (negativa) recensioner av konkurrenternas tjänster
* Se dessa som feedback för att göra din produkt bättre än deras.

**Kommunikationskanaler**

Försök att förstå var din målgrupp söker information och hur de kommunicerar:

* Specificera poddar
* Facebook och Sociala Media
* Influencers och Youtubers
* Tidningar och skrifter
* MSN och Alternativa News

Detta hjälper dig att välja rätt marknadsförinkskanaler, var du skall placera din reklam.

**Personas (Påhittad karaktär)**

Skapa fiktiva karaktärer som representerar olika segment av din målgrupp:

* Profil (Medelklass person)
* Utmaningar (Tidsbrist i vardagen)
* Mål och Framgångsfaktorer (Skapa familj, resa, bra pension osv..)
* Hinder och Risker

Detta kan hjälpa dig att skapa en mer detaljerad och målinriktad marknadsstrategi

**Summering**

* När du har genomfört en noggrann målgruppsanalys kan du utforma en strategi på att engagera din målgrupp på ett effektivt sätt
* Viktigt både inom IT-sektorn och i marknadsföring av tekniska produkter och tjänster