

## **Возрастной диапазон 20-25 лет**

### **Портрет:**

- **Возраст:** 20-25 лет
- **Жизненный этап:** Студенты и молодые профессионалы, которые только начинают свою карьеру.
- **Доход:** Низкий до среднего, часто зависит от родителей или стипендий.

### **Ценности:**

- **Здоровье и внешний вид:** Сильное стремление к здоровому образу жизни и поддержанию внешнего вида.
- **Удобство:** Продукты, которые экономят время и усилия.
- **Экологичность:** Интерес к экологически чистым продуктам и заботе о природе.

### **Предпочтения:**

- **Бренды:** Интерес к модным и популярным брендам, которые используются их сверстниками.
- **Технологии:** Ценят инновации и новшества в продуктах.
- **Цена:** Ориентированы на доступные по цене продукты.

### **Точки контакта:**

- **Социальные сети:** Instagram, TikTok, YouTube.
- **Мероприятия:** Университетские кампусы, концерты, фестивали.
- **Онлайн:** Интернет-магазины, приложения для покупок.

### **Рычаги давления:**

- **Социальное доказательство:** Рекомендации и отзывы от сверстников и блогеров.
- **Рекламные акции:** Скидки, пробные версии, бесплатные образцы.
- **Визуальные элементы:** Яркий и стильный дизайн упаковки.

## **Возрастной диапазон 26-30 лет**

### **Портрет:**

- **Возраст:** 26-30 лет
- **Жизненный этап:** Установившиеся в карьере профессионалы, возможно, создающие семью.
- **Доход:** Средний до высокого, стабильный доход.

### **Ценности:**

- **Здоровье и благополучие:** Акцент на здоровье и поддержание высокого уровня жизни.
- **Эффективность:** Продукты, которые дают заметные результаты.
- **Баланс:** Поиск баланса между работой и личной жизнью.

### **Предпочтения:**

- **Качество:** Готовы платить за высококачественные и эффективные продукты.
- **Удобство:** Продукты, которые легко использовать и включить в ежедневную рутину.
- **Экологичность:** Устойчивое производство и экологическая ответственность.

### **Точки контакта:**

- **Социальные сети:** Facebook, Instagram, LinkedIn.
- **Мероприятия:** Конференции, профессиональные встречи, фитнес-центры.
- **Онлайн:** Профессиональные блоги, медицинские и здоровые сайты.

### **Рычаги давления:**

- **Эффективность продукта:** Доказательства эффективности, клинические исследования.
- **Качество обслуживания:** Отличное обслуживание клиентов, гарантия качества.
- **Личное воздействие:** Персонализированные предложения и рекомендации.

## Возрастной диапазон 31-35 лет

### Портрет:

- **Возраст:** 31-35 лет
- **Жизненный этап:** Стабильные карьеры, семейные обязательства.
- **Доход:** Средний до высокого, стабильный доход.

### Ценности:

- **Здоровье семьи:** Забота о здоровье как личном, так и семьи.
- **Долговечность:** Продукты, которые обеспечивают долгосрочные результаты.
- **Ответственность:** Экологическая и социальная ответственность брендов.

### Предпочтения:

- **Бренды:** Доверие к проверенным брендам с хорошей репутацией.
- **Эффективность:** Высокая эффективность и безопасность продукта.
- **Удобство:** Простота использования и интеграция в семейную рутину.

### Точки контакта:

- **Социальные сети:** Facebook, Instagram.
- **Мероприятия:** Семейные мероприятия, ярмарки здоровья, родительские собрания.
- **Онлайн:** Сайты для родителей, медицинские блоги, форумы здоровья.

### Рычаги давления:

- **Доверие:** Рекомендации от врачей и специалистов.
- **Репутация:** Надежность и репутация бренда.
- **Образование:** Информативные кампании о преимуществах продукта и его безопасности.

## Общие стратегии

- **Социальные доказательства:** Использование отзывов и рекомендаций от авторитетных лиц и блогеров.
- **Инновации:** Подчеркнуть уникальные технологии и преимущества продукта.
- **Экологичность:** Подчеркнуть экологически чистые материалы и устойчивое производство.
- **Маркетинговые акции:** Скидки, акции, пробные версии для привлечения внимания.

