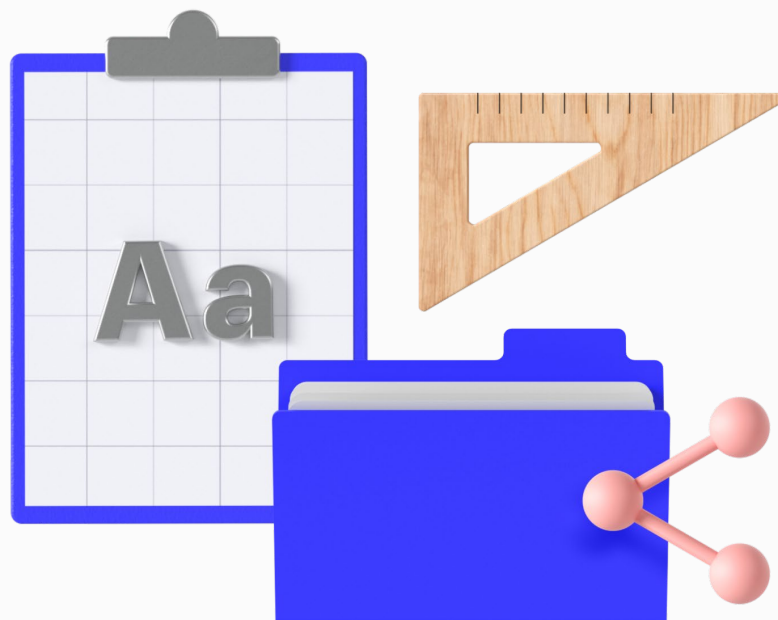


Разделить аудиторию на сегменты

Разделить аудиторию на сегменты

Цель

Определить целевую аудиторию проекта и разделить её на сегменты по схожим признакам.



Изображение: Skillbox

Разделить аудиторию на сегменты

Задачи

- ✓ Определить целевую аудиторию на основе брифа
- ✓ Разделить целевую аудиторию на сегменты
- ✓ Описать портреты аудитории

Что такое целевая аудитория и её сегментация?

Целевая аудитория — группа потенциальных покупателей, которой интересен продукт компании.

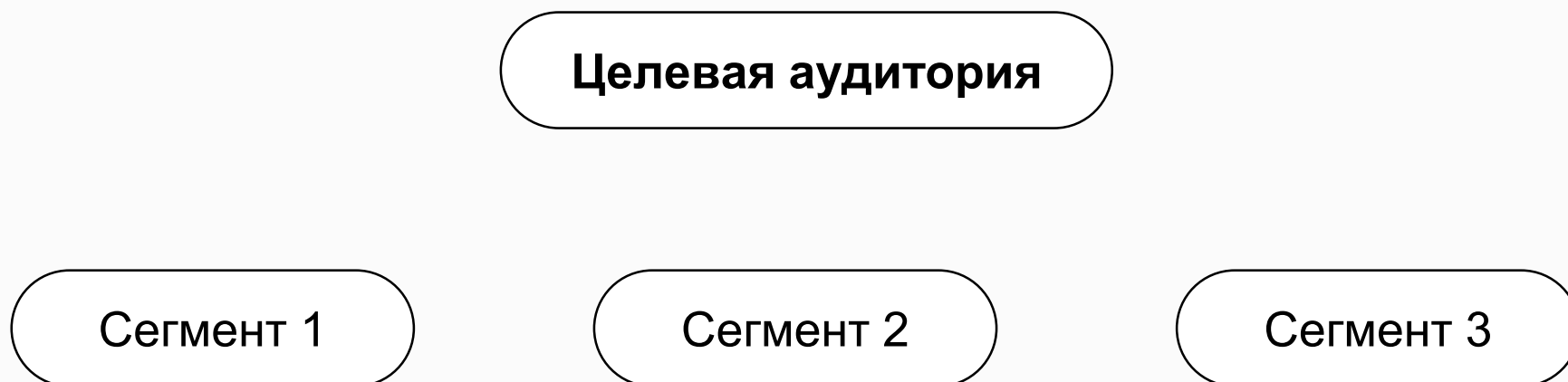


Сегментация — деление целевой аудитории на несколько мелких групп, чтобы более точно сформулировать «боли» и ключевые сообщения для каждой из них.

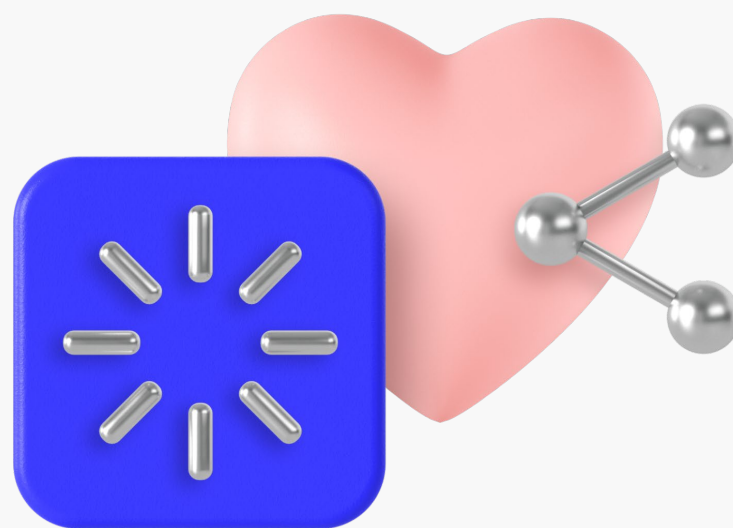


Разделить аудиторию на сегменты

Общий принцип сегментации



Определение и сегментация ЦА



Изображение: Skillbox

Для чего нам нужно определение ЦА

Выявить основные характеристики клиентов	Чтобы определить, кто эти люди
Узнать проблемы и желания аудитории	В контексте сферы деятельности заказчика, но не его продукта. Помогает узнать, почему аудиторию может заинтересовать наше предложение. Или от конкурентов
Определить важные для клиента характеристики продукта	Как именно продукт заказчика поможет решить проблемы и удовлетворить желания
Выбрать правильные каналы коммуникации	И найти те площадки, где сосредоточено больше целевой аудитории
Сделать эффективное продвижение	Составить подходящие контент-план, текст и визуалы для рекламы, подобрать блогеров, оформить сообщество, сформировать стиль коммуникации

Вопросы брифа для определения ЦА

- Какое соотношение по полу?
- Какой возраст составляет ядро аудитории?
- Почему у них может возникнуть интерес в продуктах/услугах компании?
- Чем занимаются эти люди: интересы, сфера их деятельности, доход?
- Какие действия они должны сделать, чтобы стать клиентом?



Разделить аудиторию на сегменты

Пример сегментации

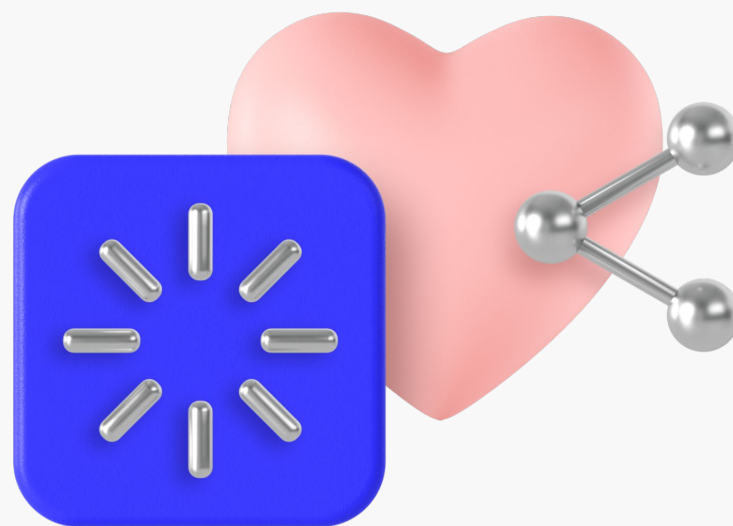
Заинтересованы в покупке недвижимости

Молодые
люди, живущие
с родителями

Семьи

Удалённые
сотрудники

Портреты аудитории

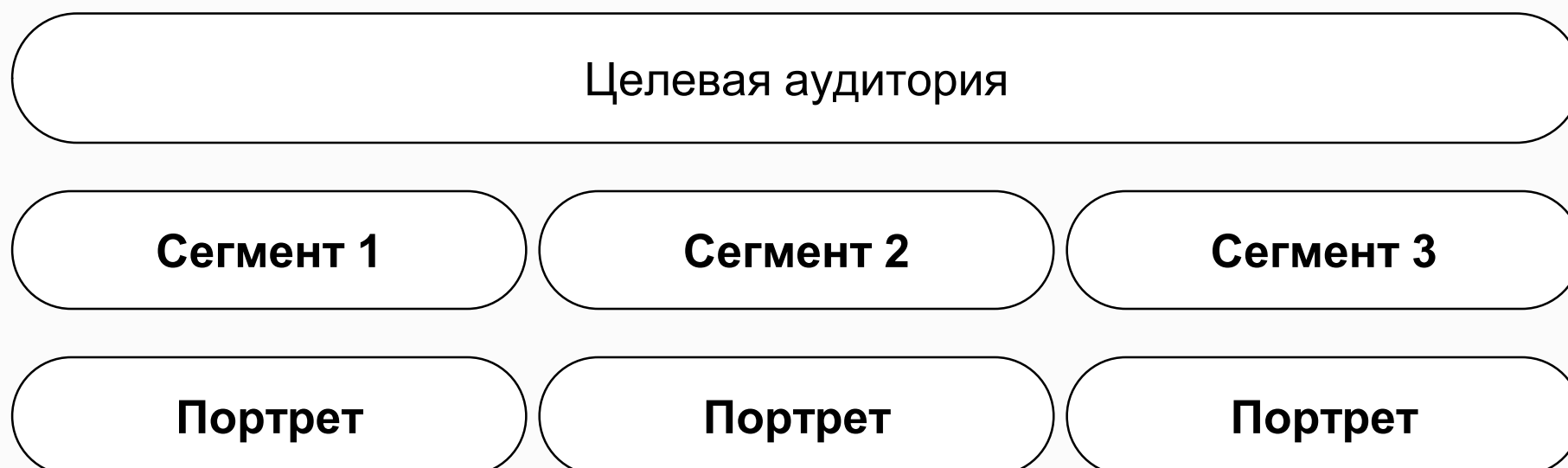


Изображение: Skillbox

Разделить аудиторию на сегменты

Что такое портрет аудитории

Собирательный образ одного сегмента целевой аудитории, отражающий особенности поведения и отношения к продукту.



Разделить аудиторию на сегменты

Из чего состоит портрет сегмента

Описательная характеристика

Как выглядят покупатели, кем работают, чем занимаются вне работы, какие ценности у них?

Чтобы понять, где и как найти эту аудиторию и как настроить коммуникацию с ней.

Продуктовая характеристика

Информация, отражающая процесс выбора, оценки и покупки продукта/услуги.

Важно узнать, чтобы понять мотивацию клиента и его решения.

Разделить аудиторию на сегменты

Описательная характеристика

Необходимые данные:

- пол
- возраст
- география проживания
- семейное положение
- уровень дохода

Дополнительные данные:

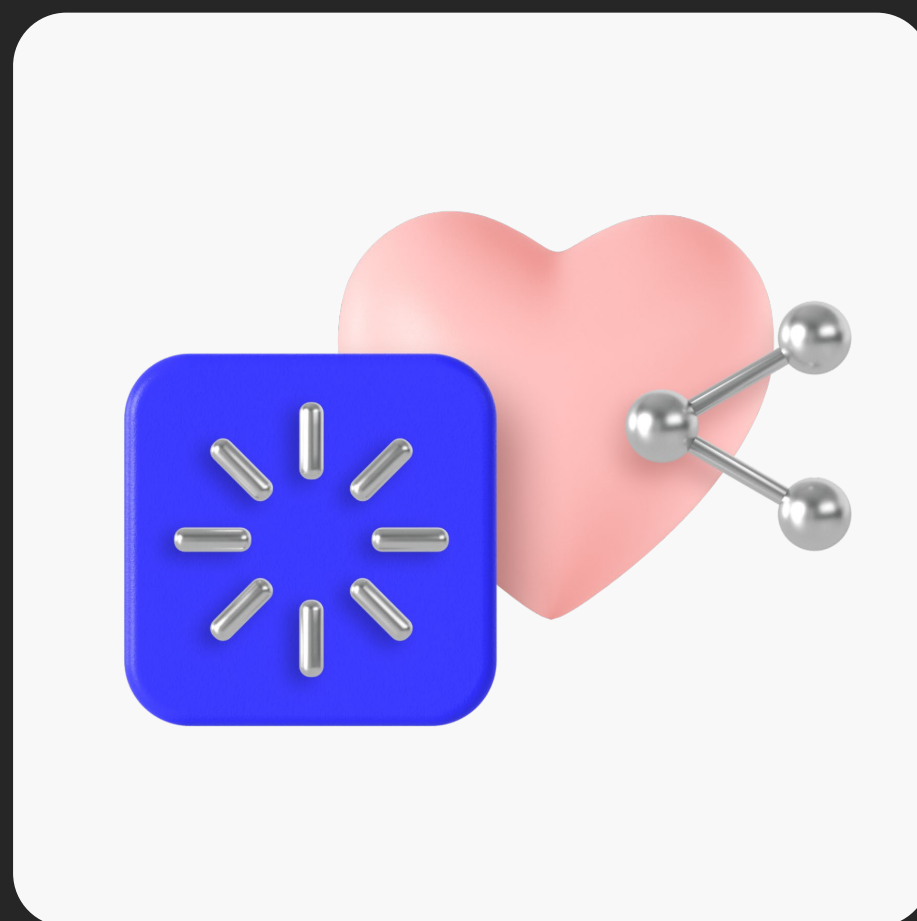
- наличие детей
- уровень образования
- занятость, сфера деятельности
- хобби и интересы
- как потребляют информацию, какие ресурсы читают, в каких соцсетях проводят время

Разделить аудиторию на сегменты

Продуктовая характеристика

Цели и задачи	Проблема, которую пользователь хочет решить с помощью продукта/услуги заказчика
Мотивы	События и ситуации, которые привели к покупке. Почему человек начал пользоваться продуктом/услугой
Барьеры	Препятствия на пути к покупке. Что мешает начать пользоваться продуктом/услугой
Критерии выбора	На что обращают внимание при выборе продукта/услуги и принятии решения

Пример описания портрета



Изображение: Skillbox

Разделить аудиторию на сегменты

Основные характеристики

Целевая аудитория — заинтересованы в покупке квартиры.

Сегмент 1 — молодые люди, живущие с родителями.

Основные характеристики	
Пол	Мужской
Возраст	20 лет
География	Москва
Семейное положение	Не женат

Дополнительные характеристики

Дополнительные характеристики	
Наличие детей	Нет
Уровень образования	В процессе получения высшего образования
Занятость, сфера деятельности	Студент Подрабатывает, но живёт с родителями
Хобби, интересы	Поиск себя, саморазвитие, построение карьеры
Как потребляют информацию	Смотрят вакансии и стажировки на сайтах компаний, следят за блогерами, общаются с друзьями в мессенджерах, смотрят короткие вертикальные ролики

Продуктовые характеристики

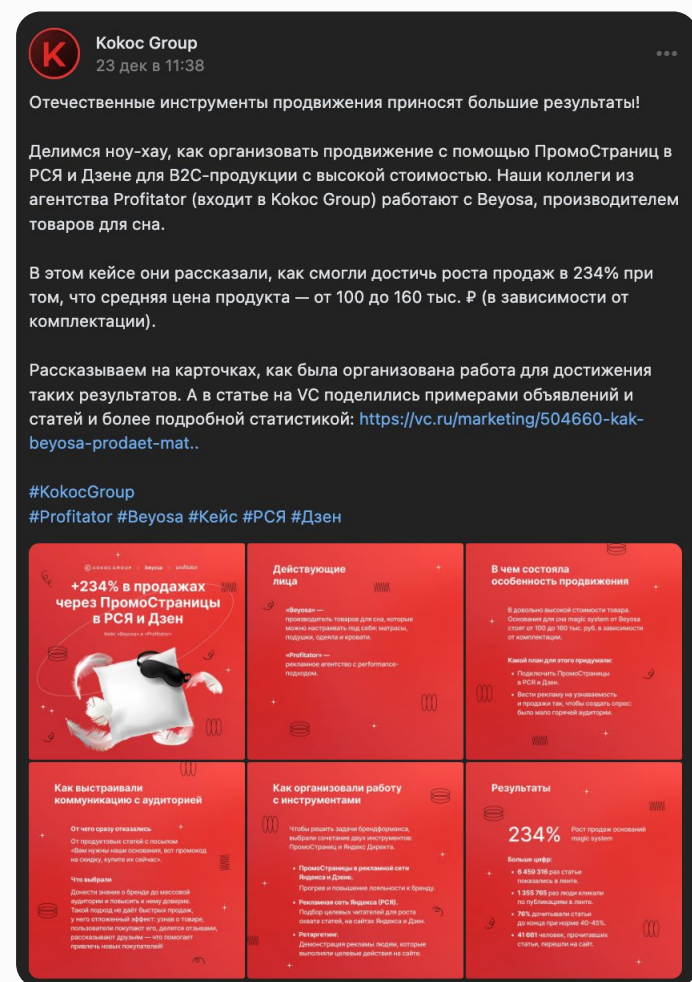
Продуктовые характеристики	
Цели и задачи Зачем ему квартира	Переехать от родителей и начать самостоятельную жизнь
Мотивы Что подтолкнуло к поиску квартиры	<ul style="list-style-type: none">• Сложности в том, чтобы пригласить друзей или девушку• Разговоры родителей о том, что «пора жить самостоятельно»
Барьеры Чего боится, что мешает	<ul style="list-style-type: none">• Не зарабатывает столько, чтобы взять квартиру• Не может подобрать слова, чтобы родители помогли с покупкой квартиры• Выход из зоны комфорта: нужно обеспечивать себя
Критерии выбора На что обращает внимание при выборе	<ul style="list-style-type: none">• В одном городе с родителями• Транспортная доступность• Близкое расположение магазинов и торговых центров

Разделить аудиторию на сегменты

Пример различия в продвижении на разные сегменты ЦА



Изображение: [Пост](#) в сообществе Kokos Group во Вконтакте. Сегмент — начинающие специалисты по продвижению



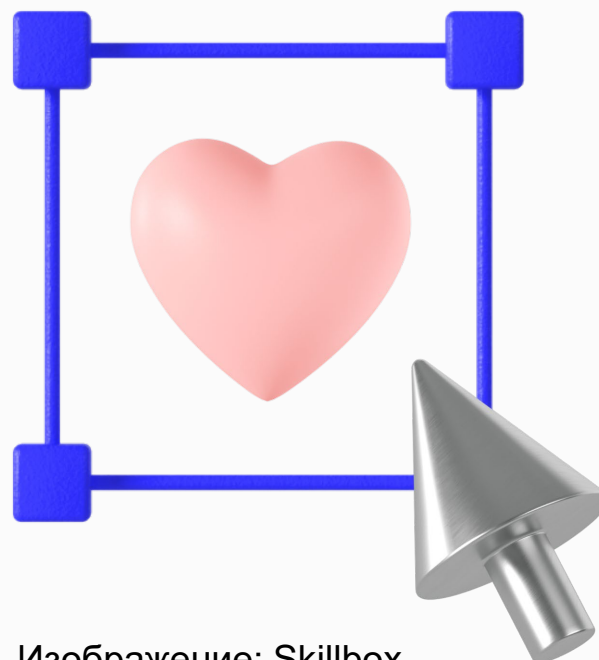
Изображение: [Пост](#) в сообществе Kokos Group во Вконтакте. Сегмент — потенциальные клиенты

Разделить аудиторию на сегменты

Выводы

Чтобы сегментировать аудиторию:

- ✓ Определите целевую аудиторию на основе брифа
- ✓ Разделите целевую аудиторию на мелкие группы
- ✓ Выявите описательные и продуктовые характеристики сегментов



Изображение: Skillbox