1. **Введение в предметную область**
   1. **Описание области**

Маркетинг – организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. Более кратко, маркетинг — деятельность, направленная на удовлетворение рыночных потребностей с целью извлечения прибыли. В общем смысле предназначение маркетинга состоит в «определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей».

* 1. **Способ поиска через социальные сети**

В социальной сети, как ни на каком другом сайте, у рекламодателей есть возможность транслировать свои рекламные объявления, строго направленные на целевую аудиторию. Только социальные сети дают рекламодателю возможность тонкого подбора целевой аудитории: от пола, возраста и места жительства до семейного положения, профессии и даже увлечений потенциального клиента. Например, у интернет-магазина электронных книг появляется возможность рекламировать свои товары не всем пользователям подряд, а лишь тем, у которых в графе увлечения написано “чтение книг” или тем, которые состоят в сообществах любителей читать, что делает рекламную компанию более эффективной.

* 1. **Лидогенерация и лиды**

Лидогенерация — элемент лид-менеджмента, маркетинговая тактика, направленная на поиск потенциальных клиентов с определёнными контактными данными.

Лид — потенциальный клиент, тем или иным образом отреагировавший на маркетинговую коммуникацию. Термином лид стало принято обозначать потенциального покупателя, контакт с ним, полученный для последующей менеджерской работы с клиентом.

1. **Цель проекта**

Проект преследует цель упрощения работы с лидогенерацией, повышение доступности для предпринимателей.

1. **Задачи для достижения цели**

* Разработка алгоритма проверки и выгрузки информации о группах и сообщениях в них в формат xlsx или json;
* Проектирование архитектуры БД для хранения информации о сообществах и сообщениях в них;
* Вёрстка интерфейса для доступа пользователя к функциональности проекта и доступа администратора к функциям настройки проекта.

1. **Проблема**

Гипотеза: Предприниматель заинтересован в привлечении большего количества людей к своему товару. Чтобы достичь своей цели, он занимается покупкой рекламы в сообществах в Telegram. Вместо этого он мог бы воспользоваться лидогенерацией.

Проблема: «размазанность» аудитории по множеству сообществ. Наш проект решает ее тем, что мы предоставляем лиды со всех сообществ по ключевым словам.

Предпринимателю мы предоставляем обширный каталог сообществ, в которых производится поиск.

1. **Актуальность**

В связи с событиями в феврале 2022, рынок рекламы сильно опустел, многие социальные сети стали запрещёнными в Российской Федерации и Telegram занял лидирующую позицию популярности среди соц. сетей.