

Команда ЧПОУ « Смоленского кооперативного  
техникума Смолоблпотребсоюза»  
с проектом «Тёркин-club»  
Модуль С1 : «Целевая аудитория»

Татарчук Е.В.

Русакова Ю.К.

- ▶ Целевая аудитория – термин, используемый в маркетинге или рекламе для обозначения группы людей, объединённых общими признаками, или объединённой ради какой-либо цели или задачи



# Потребность в реализации проекта

 Кайя Татарчук  
8 дек в 11:12

Имея необходимость остановиться на пару дней в городе Смоленске, пал бы ваш выбор на хостел? И не просто хостел, а хостел с тематикой военных лет, где веет миром, победой, славой и ностальгией о наших дедах?

Имея необходимость остановиться на пару дней в городе Смоленске, пал бы ваш выбор на хостел вблизи от центра города? И не просто хостел, а хостел с тематикой военных лет, где веет миром, победой, славой и ностальгией о наших дедах? Открытое голосование

да, конечно	45	75%
нет, не интересно	15	25%

Проголосовало 289 человек Получить код

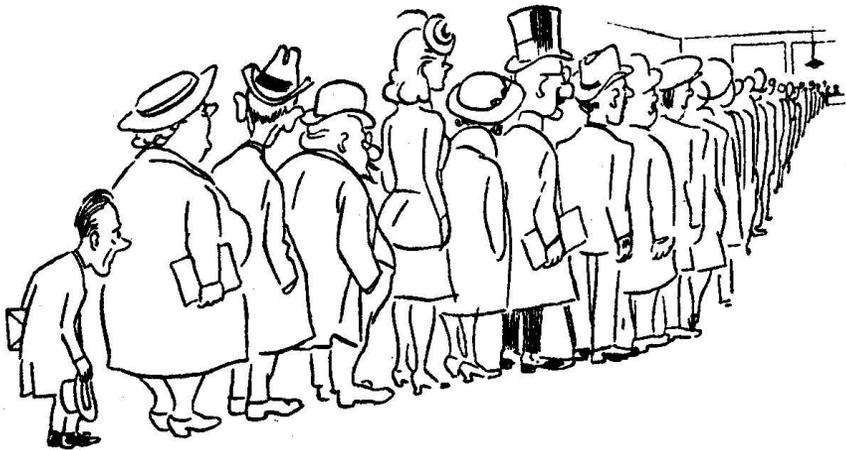




Учредители	Уставный капитал, руб.	Доля в Уставном капитале, %
Татарчук Екатерина	3 500	35
Русакова Юлия	3 500	35
Смоленский Областной Союз Потребительских Обществ	3 000	30

# Анализ целевой аудитории

- ▶ Для формирования портрета целевой аудитории ООО «Тёркин-club» проведен анализ на основании 5 основных параметров, а также их подразделов. Рыночный сегмент B2C & B2B.



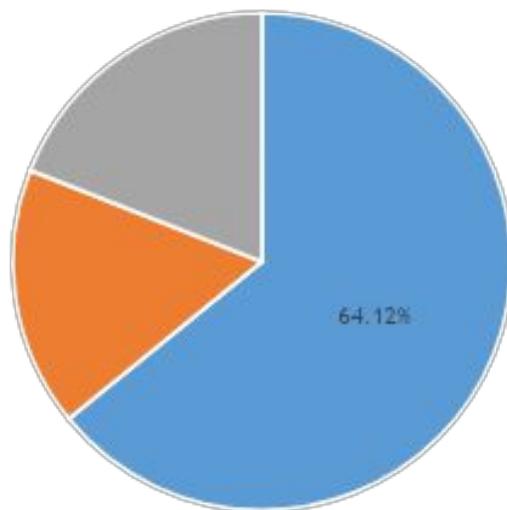
- Более глубокая сегментация позволит эффективнее использовать маркетинговый бюджет, повышая процент конверсии. Для сегментирования целевой аудитории «Туристы» использовали методику «5W»-Марка Шеррингтона

Кто?	Турист (спортивно-оздоровительный туризм) Возраст: 16-35 S: средний Мужчины и женщины Социальный аспект: активный образ жизни	Турист (культурно-познавательный туризм) Возраст: 18-70 S: средний Мужчины и женщины Социальный аспект: уравновешенный или активный образ жизни	Турист (семейный туризм) Возраст: 25-45 S: средний Мужчины и женщины Социальный аспект: активный образ жизни	Турист (бизнес туризм) Возраст: 35-40 S: средний Мужчины и женщины Социальный аспект: активный образ жизни	B2B
Что?	Место для хранения инвентаря, заказ билетов на спортивные мероприятия	Экскурсионное обслуживание, предоставления путеводительных карт	Зона игр для детей, занятия рукоделием и рисунком с детьми	Полный набор оргтехники, выход в Интернет	Бесплатный ужин, скидки для постоянных клиентов, автостоянка
Почему?	Хостел в пешей доступности от СГАФКСТ, дворца спорта «Юбилейный».	Хостел в пешей доступности от главных достопримечательностей города.	Хорошая транспортная развязка.	Хорошая инфраструктура, хостел находится вблизи центра города.	Большое количество койко-мест
	Дешевле, чем у аналогов	Дешевле, чем у аналогов	Дешевле, чем у аналогов	Дешевле, чем у аналогов	Экскурсионное обслуживание Удобное расположение
Когда?	Во время спортивных и оздоровительных мероприятий	Во время открытий новых культурно-исторических мест, проведения разного рода культурных мероприятий, во время праздников	Во время отпусков, каникул, праздников.	По необходимости.	Во время заказов, как правило во время праздников
Где?	Через Интернет (группы мероприятий, на сайтах спортивных организаций, системы бронирования)	Через Интернет (системы бронирования, сайты и страницы культурных центров, предстоящих мероприятий) /на месте	Через Интернет	Через Интернет	Через Интернет
			(системы бронирования/ на страницах мероприятий в соц. сетях)	(системы бронирования)	(системы бронирования)/ по договору о сотрудничестве

# Процент посещаемости



Процент посещаемости



■ Туристы ■ Посетители больницы ■ Студенты

# Расчёт емкости рынка, потенциальной доли рынка «Тёркин-club»

Показатели	Оценка
Емкость рынка чел./год	350 0000 чел.
Потенциальная доля рынка, %	8%
Потенциальная доля рынка, чел	28 000 чел.

