

С чего начать? С начала.

- Анализ потребностей целевой аудитории и проблемного поля проекта.
- Определите
 - Нужен ли ваш проект целевой аудитории?
 - Может ли он удовлетворить потребность ЦА?
 - Какие есть схожие проекты?
 - Какие есть экстремальные риски?

Целевая аудитория проекта

- Персональные данные
 - Географические
место проживания, работы, место потребления товара или услуги
- Демографические
 - возраст, пол, семейное положение и размер семьи, национальность, профессия, образование
 - Экономические
занятость, уровень дохода, размер накоплений
- Психологические
 - темперамент, социальная группа, черты характера, жизненная позиция, образ жизни, система ценностей
- Поведенческие
 - приверженность и степень лояльности к фирме и бренду, частота потребления товара или услуги, восприимчивость маркетинговых акций

Определение Целевой Аудитории по методике М. Шеррингтона "5W"



WHAT - WHO - WHY - WHEN - WHERE

- What: товар или услуга с описанием конкретных свойств (сервис по продаже билетов через мобильные, товар в интернет магазине и т.п.).
- Who: Все персональные характеристики потенциального покупателя.
- Why: Почему потребители приобретают той или иной товар или сервис, чем они руководствуются при выборе (цена, необходимость, оригинальность и пр.).

- Where: Место реализации товара (сайт, интернет-магазин, Яндекс.Маркет, физический магазин и пр.).
- When: Когда совершается покупка (утро, вечер, сезон, праздники и пр.).

Khramatrix

Объединяет персональные характеристики, информацию, относящуюся к модели поведения, мотивации и содержащуюся в матрице Шеррингтона (5W) и добавляющую к ним существенные данные, относящиеся именно к поведению представителей целевой аудитории в интернете.

- Целевая функция: описание задачи (постановка проблемы или вопроса), которую потребитель хочет решить через обращение к интернету и применительно к вашему продукту или услуге.
- Целевые действия: любое действие представителя целевой аудитории на ресурсе компании в интернете, которое реализует его потребность в получении информации, покупке товара или услуги.
- Лид: это целевое действие, по которому производится оценка эффективности или происходит оплата услуг.