

Кто твоя целевая аудитория

(ЦА)

Представьте, что вы начали строить дом, прежде чем провели анализ почвы. Так и с анализом ЦА.

Вы должны для начала понять цель привлечения аудитории (Что вы хотите донести до ЦА? Идею бизнеса? Продукт? Образ жизни?)



Чем больше деталей в портрете, чем больше характеристик в нем учтено, тем выше шанс создать предложение, максимально соответствующее потребностям вашей целевой аудитории

- «Зачем прописывать?

Пусть будут все» - скажете вы

Представьте, что Вы биатлонист... Вы бежите дистанцию и Вам надо сделать пять выстрелов в цель. Но не просто в мишень (молоко), а в центр (7-10). Нам, как биатлонисту, интересна только цель 7-10. Иначе что?

Иначе штрафной круг и больше время на прохождения дистанции. И, скорее всего, Вы пробежите такую же дистанцию, как и все, но придете последним.

Те же 5 выстрелов, что и у всех, а времени тратите больше и результат не высокий, а то и последнее место



**Так и у нас
Будете «стрелять в
молоко» - будете делать
огромное количество
действий, а результат
будет минимальный.
Стреляем точно в
цель!!!**

ПРЕДСТАВЛЯ
ЕМ СВОЕГО
ВИРТУАЛЬНО
ИДЕАЛЬНОГО
ЧЕЛОВЕКА,
который будет
слушать только
тебя,
которому ты
принесешь
пользу от своих
действий и
предложений



**Ответь на
следующие
вопросы:**



1. Кто ваш потенциальный клиент?

Пол? Возраст? Род занятий? Семейное положение?

Профессия?

Пример: Виктория, 33 года, работает в крупной корпорации (сидит в декрете), замужем, имеет 2 детей

2. Что хочет в действительности ваш потенциальный клиент? О чем мечтает? Чего он хочет для себя и для своих близких?

Пример: Мечтает путешествовать с семьей, хочет рассчитаться с долгами и ипотекой, купить новую машину, оплатить учебу детям

3. В чем нуждается в действительности ваш потенциальный клиент?

Пример: Виктория нуждается в новом телефоне, сапогах на зиму и хочет похудеть к новогодним праздникам.

4. О чем он думает? Как он думает? Как он мыслит?

Пример: Виктория думает как заработать в интернете. Смотрит Инстаграм по вечерам, ищет любые возможности заработка. Хочет открыть свое дело, но не знает с чего начать.

5. Каковы его ценности, приоритеты?

Пример: Виктория ставит на первое место свою семью, хочет больше проводить времени с семьей.

6. Что у него «болит»? О чем «страдает»?

Пример: Виктория уже год пытается заработать в интернете, но по факту только тратит деньги из семейного бюджета. Она хочет признания, хочет популярности.

7. Черты характера?

Пример: Виктория самодостаточная, целеустремленная, веселая девушка, быстро увлекается, но ленится доводить дело до конца и т.д.

8. Что у него (нее) не получается?

Пример: Виктория не знает технической стороны заработка в интернете, не знает с чего начать в первую очередь.

9. Решения каких именно проблем он (она) ищет?

Пример: Виктория хочет раскрутить свой инстаграм, чтобы продвигать свой продукт (идею, себя и т.д.)

10. Как он (она) представляет идеальное решение проблемы?

Пример: Виктория хочет найти пошаговый алгоритм привлечения подписчиков и раскрутки инстаграма.

11. Что он (она) пробовал раньше для решения проблем и почему не помогло?

Пример: Виктория проходила бесплатные тренинги и не внедряла их на практике.

12. Чего он (она) боится? Что его радует? Что его вдохновляет?

Пример: Виктория боится, что потеряет еще время и к результату не придет. Её радуют поездки за границу. Её вдохновляет помогать людям.

13. Какие социальные сети любит больше: инстаграм, вк или одноклассники?

Пример: Виктория проводит больше времени в Инстаграм, в Одноклассниках не зарегистрирована, ВК не понимает.

14. На каких именно ресурсах проводит больше всего времени?

Пример: YouTube, Tik-tok и т.д.

15. Время активности / свободное время?

Пример: Виктория может активно заниматься с 7 вечера до полуночи

16 .С кем общается? За кем наблюдает?

Пример: общается с подружками и наблюдает за мамами - блогерами.

17. На какие ключевые слова ЦА реагирует? На какие посты лучше реагирует? Какие чаще всего делает репосты? Что сохраняет в закладки?

Пример: Виктория сохраняет интересные страницы по продвижению в интернете. Репосты делает интересных фильмов.

18. Над какими вопросами размышляет? Что ищет в поисковиках?

Пример: Виктория думает как заработать в интернете, как написать пост, как сделать качественную фотографию и т.д.

19. Где отдыхает, развлекается?

Пример: Виктория ходит по выходным в кино и кафе, играет в бильярд с мужем. Ходит на волейбол.

20. Что ещё ему (ей) интересно?

Пример: Музыка, спорт, кино.

21. Что ему (ей) может помешать купить у вас продукт?

Пример: Высокая цена, недостаток информации, лучшее предложение у конкурентов и т.д.

22. Какие у него (неё) могут быть возражения?

Причины отказа?

Пример: нет денег, нет времени изучать курс, боится что не получится и т.д.

23. Что именно может помочь принять решение о покупке?

Пример: Акции, ограничения, дедлайн, отзывы о вашем продукте, экспертность, уверенность.

24. За что готов платить дополнительно?

Пример: за консультацию, за личную работу

25. Что будет идеальным результатом после приобретения?

Пример: получит 10.000 подписчиков в Инстаграм за 3 месяца, выйти на доход 10 тыс. рублей в месяц

26.Каковы слабые места клиента?(боль)

Пример: лень, не знает заработать в интернете и т. д.

27.Почему клиент должен прийти к вам ,а не к вашим конкурентам?

Пример: личный подход к каждому человеку, заинтересованность в вашем результате, гарантия результата.

**Вы можете этот список продолжать до
бесконечности.**

**Чем точнее вы пропишите свою ЦА,
тем лучше будете знать боли и
как их закрыть своим предложением.**