

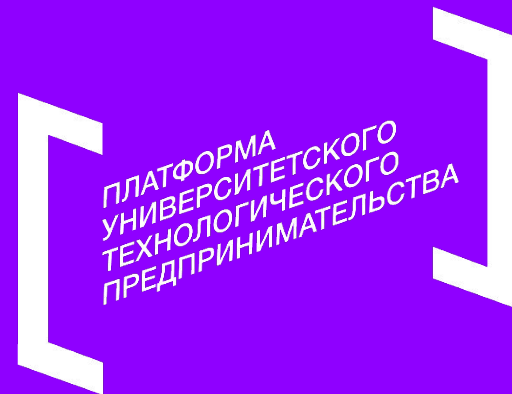
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



открытые
инновации
СТАРТАП-СТУДИЯ



Национальный
исследовательский
Томский
государственный
университет



АЛЕКСАНДР СМИРНОВ

- Старший трекер студенческих акселераторов
- Бизнес-трекер
- Трекер студенческих команд
- Автор и лектор продуктовых лекций и практик образовательной программы
- Тренер предпринимательских компетенций и продуктовых навыков



ПЛАН

1. Для чего нужно определять целевую аудиторию
2. b2b, b2c, b2g, b2b2c
3. ЛПР, ЛДПР

ВАШ ПРОДУКТ
НЕ НУЖЕН ВСЕМ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



это люди, заинтересованные в товаре, услуге
или сервисе

**ЛЮДИ, У КОТОРЫХ ЕСТЬ ПОТРЕБНОСТИ ИЛИ ПРОБЛЕМЫ,
КОТОРЫЕ МОЖЕТ РЕШИТЬ ПРОДУКТ**

ЦА НУЖНО ЗНАТЬ, ЧТОБЫ

PRODUCT ПРОДУКТ

- Создать уникальный продукт

PLACE МЕСТО

- Знать, где обитает ваша ЦА
- Определить каналы продаж



PRICE ЦЕНА

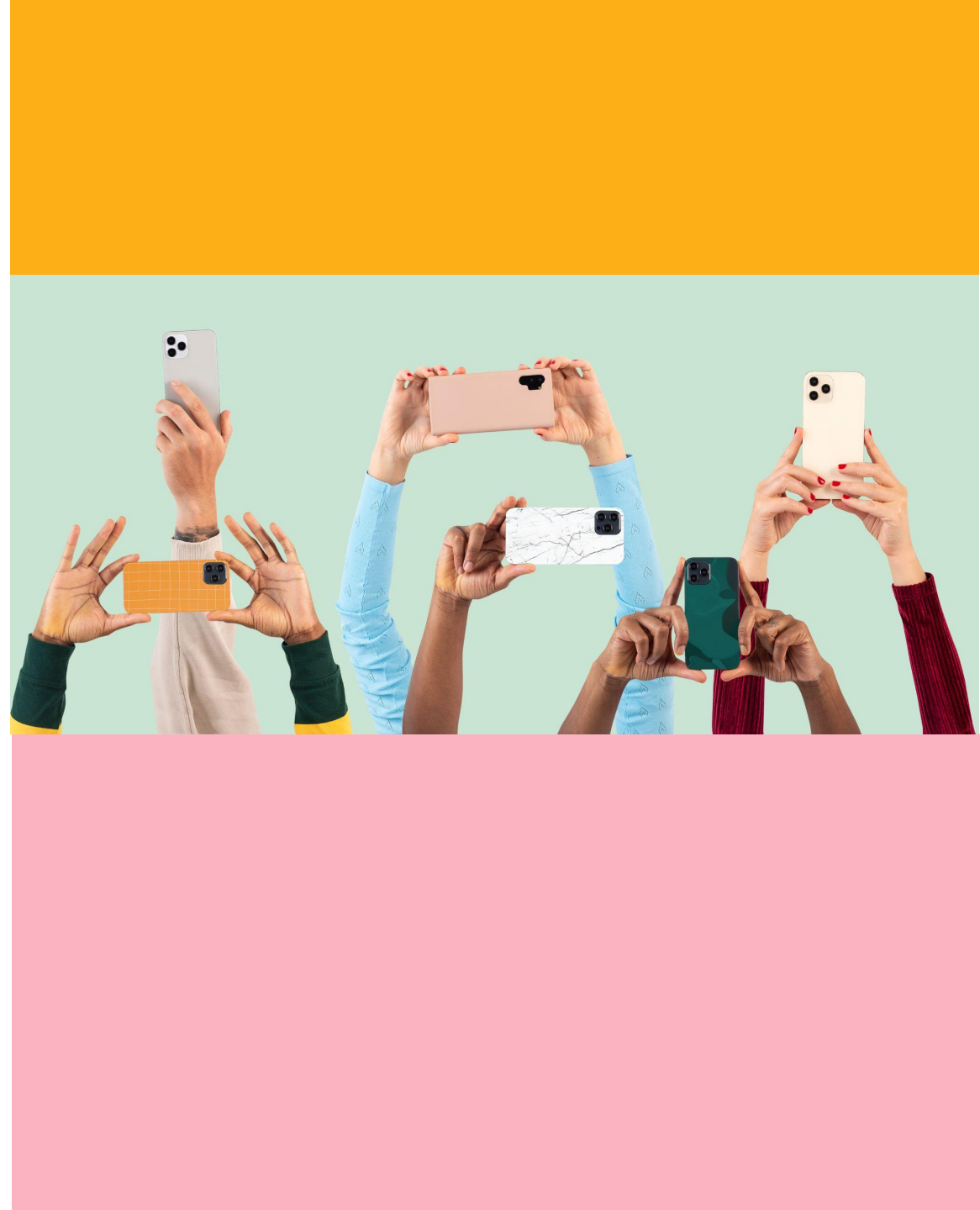
- Формировать ценовую политику

PROMOTION ПРОДВИЖЕНИЕ

- Выбрать канал коммуникации и запустить эффективную рекламу

СЕГМЕНТАЦИЯ

Сегментация целевой аудитории – это разделение потенциальных покупателей на группы, объединенные общими признаками



СЕГМЕНТАЦИЯ



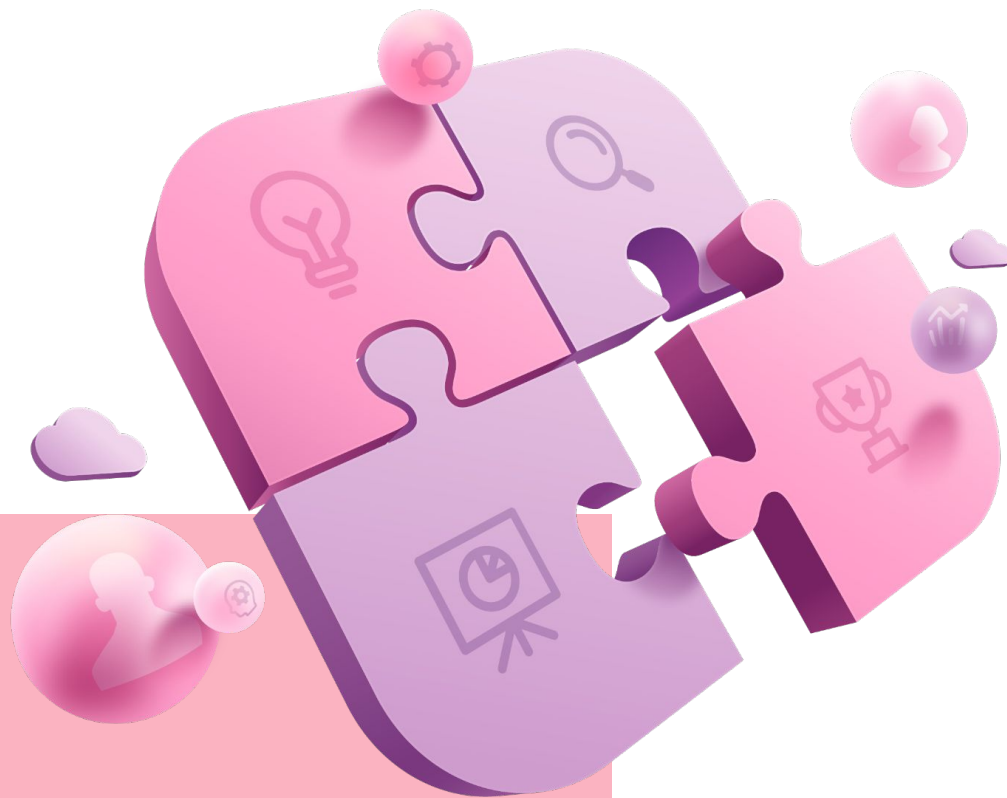
РАНЬШЕ

Демографическая сегментация: женщины 20–60 лет, живут в мегаполисе



СЕЙЧАС

Контекстная сегментация: учитывают мотивы и **контекст**, в котором находятся клиенты, их поведение и данные о предыдущих покупках.





КОНТЕКСТ

КТО? ЦА

СИТУАЦИЯ какой контекст?

ЗАДАЧА что должен сделать?

ТИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ С КЛИЕНТАМИ

**B2C — business
to customers**

это продажа товаров
или оказание услуг
от бизнеса для конечного
потребителя
(физ. лица)

**B2B — business
to business**

когда один бизнес
оказывает услуги или
продает продукты для
другого бизнеса

**B2G - business
to government**

бизнес предоставляет
товары, услуги или какую-
либо продукцию для гос. фирм
и учреждений

ТИП РЫНКА ПО КАТЕГОРИЯМ ПОКУПАТЕЛЯ И ПРОДАВЦА

B2B

B2C

Предприятия

АУДИТОРИЯ

Потребители

Заработать денег

ЦЕЛЬ

Удовлетворить свои потребности

Крупные заказы

ОБОРОТ

В розницу

Коллективное

РЕШЕНИЕ

Индивидуальное

Несколько месяцев

СКОРОСТЬ РЕШЕНИЯ

Моментально

Бюджет предприятия

КТО ПЛАТИТ

Личный бюджет

ЛПР, ЛДПР

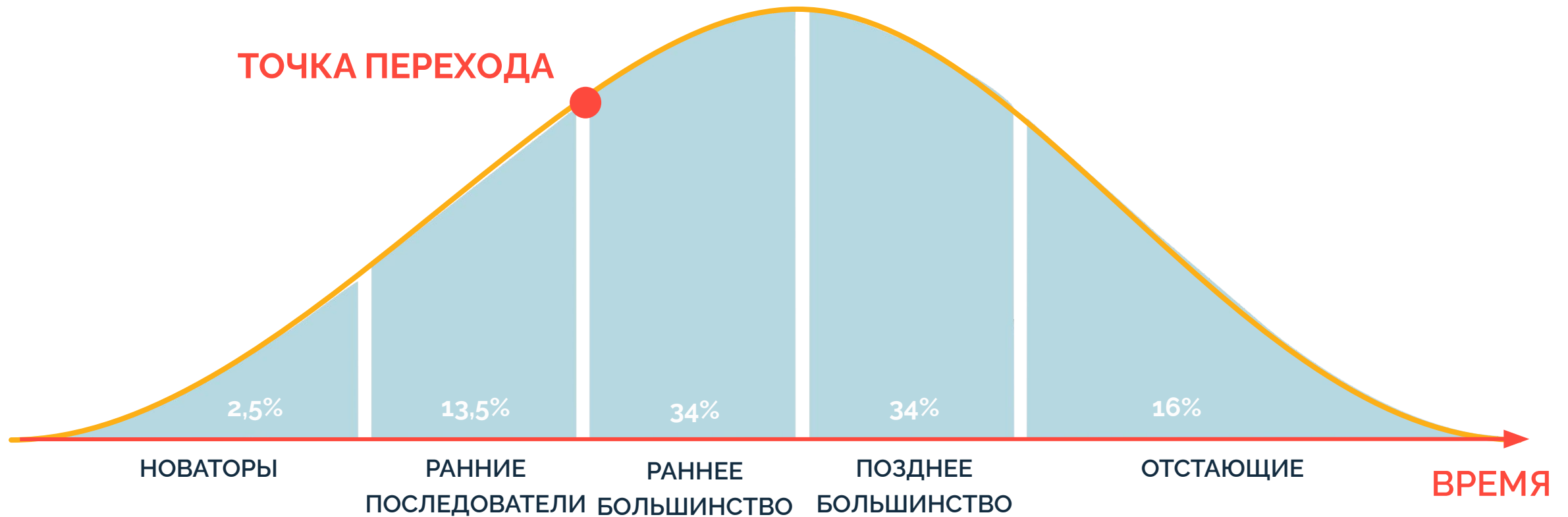
ЛПР

лицо принимающее решение. Один или несколько человек (коллектив), на которых лежит ответственность за принятие решения

ЛДПР

лицо, действительно принимающее решение

МОДЕЛЬ СЕГМЕНТАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К ИННОВАЦИЯМ



КОГДА ПРОВОДИТЬ СЕГМЕНТАЦИЮ

Начинать составлять точный портрет аудитории нужно, как только появилась идея о бизнесе



МОЖНО ЛИ МЕНЯТЬ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ?

Да и ещё раз да!

