**Интеллектуальная система анализа общественного мнения в среде интернет**

Продукт рассчитан для людей от 16 и старше, любой профессии и сферы деятельности, уверенные пользователи мобильных устройств, ПК которые пользуются разнообразными приложениями. Целевая аудитория представлена в табл. 1

|  |  |
| --- | --- |
| Целевая аудитория | Вторичная аудитория |
| * Возраст: 16 и старше;
* Высшее, специальное образование;
* Студенты, молодые специалисты и т.п.
* Доход: от 1000 до 50 000 в месяц.
 | * Возраст: 30 и старше;
* Высшее, специальное образование;
* Бизнесмены и т.п.
* Доход: более 50 000 в месяц.
 |
| Покупательское поведение |
| * Сравнивают и выбирают
* Любят все новое
* Предпочитают, что дешевле
 | * Могут платить за дорогостоящее приложения
* Любят качественный продукт
* Любят новое
 |
| Решение, каких проблем ищут |
| * Сочетание «Цена качество»
* Удобство использования
* Доступность
 | * Высокое качество
* Удобство использования
 |

Табл. 1 Целевая аудитория и вторичная аудитория

**Анализ ЦА на примере покупок в интернет магазине.**

Как выбирают товар и с чем сталкиваются?

1. Молодые люди и студенты 16 – 35 лет. Выбирают товары по мониторингу отзывов. Существующая проблема – трата времени. Зачастую покупают качественный товар.

2. Люди среднего возраста 35 - 55 лет. Выбирают товары по разным принципам по рейтингу продукт, по отзывам, по внешнему виду товара, поставщику, производителю и цене. Проблемы – трата времени. Покупают товар не всегда лучше качества.

3. Люди старшего поколения 55 и старше. Выбирают товар по внешнему виду и цене. Проблемы - трата денег, уловки мошенников, некачественный товар и т.п.

Проведя анализ, складывается понимание, что разработка приложения «Интеллектуальная система анализа общественного мнения в среде интернет» подходит для любого возраста и сфер.