

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

ПОРТРЕТ НАСТОЯЩЕЙ ЦЕЛЕВОЙ
АУДИТОРИИ КАК ПОНЯТЬ, НАЙТИ,
ПРИВЛЕЧЬ



РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ПОРТРЕТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Выделите сегменты вашей аудитории (минимум 2 ключевых сегмента):

Например:

Самозанятые предприниматели, 35-45 лет (репетиторы, коучи, психологи, юристы, художники, актеры и тд). Получают доход от своей деятельности 10-50 тыс. руб. в месяц.

Собственники микро-бизнесов (бизнес из 1-10 человек), чаще он уже существует в оффлайн продолжительное время. Личный доход 10-100 тыс. руб. в месяц.

Таблица для составления портрета

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
1. Определите пол, возраст и деятельность		
2. В какой стране/городе он проживает?		
3. Сайты и социальные сети, где он часто проводит время		
4. Какие у него приоритеты и жизненные ценности?		
5. Есть ли у него специфический сленг, как у специалиста, услышав который он обратил бы внимание на продукт?		

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
6. Какие эмоции вызывает у него ваш продукт (возможно повышает статус, позволяет чувствовать себя особенным)?		
7. Какие решения он пробовал раньше, и почему они ему не помогли?		
8. Как он представляет себе идеальное решение своей проблемы?		
9. Чего он больше всего боится?		
10. О чем он думает большую часть времени?		

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
<p>11. Как изменится его жизнь после решения его проблемы?</p>		
<p>12. Как он узнал о Вас?</p>		
<p>13. Какие надежды он связывает с Вашим предложением?</p>		
<p>14. В чем он продолжает сомневаться?</p>		
<p>15. Что он думает о цене?</p>		
<p>16. Чего ему не хватает для полного счастья?</p>		
<p>17. Что ему нравится в Ваших конкурентах?</p>		

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
18. Что ему не нравится в Ваших конкурентах?		
19. Покупал ли он раньше решения, подобные Вашему? Если да каковы впечатления, если нет — что помешало?		
20. Что он считает самым важным в решении?		
21. Готов ли он к покупке? Если да что ему мешает купить, если нет что нужно, чтобы стать готовым?		
22. В каких ситуациях потребность в продукте обостряется?		

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2
23. Что всегда производит на него отталкивающее впечатление?		
24. Какой способ оплаты ему максимально удобен?		

Какой из двух сегментов вы могли назвать «Идеальным клиентом»?