



Как эффективно управлять вашей потенциальной аудиторией

Евгений Храмов

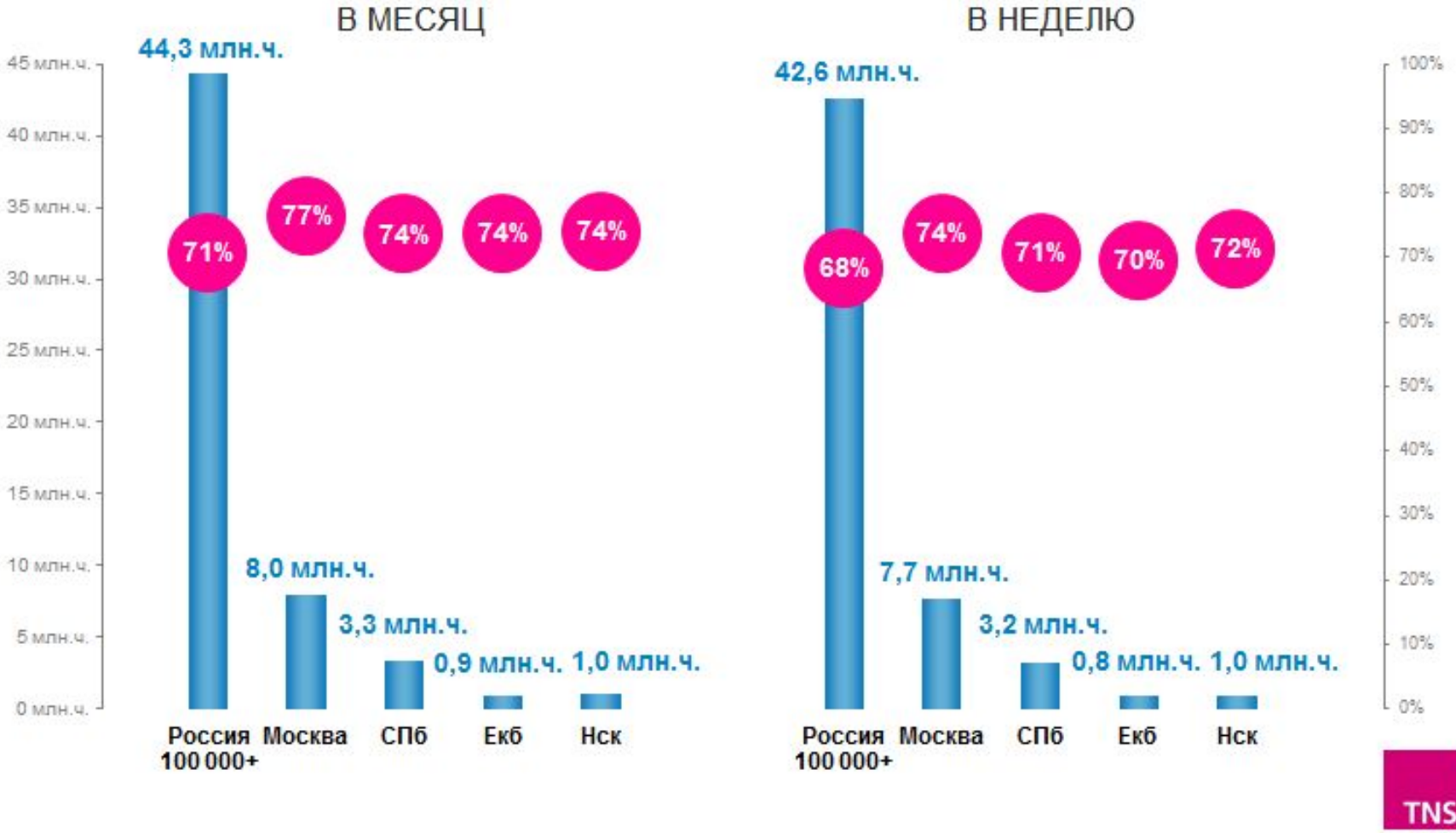
Директор департамента маркетинга
ARTOX media | Digital Agency



- Целевая аудитория в социальных медиа.
Каждый охотник желает знать где сидит фазан.

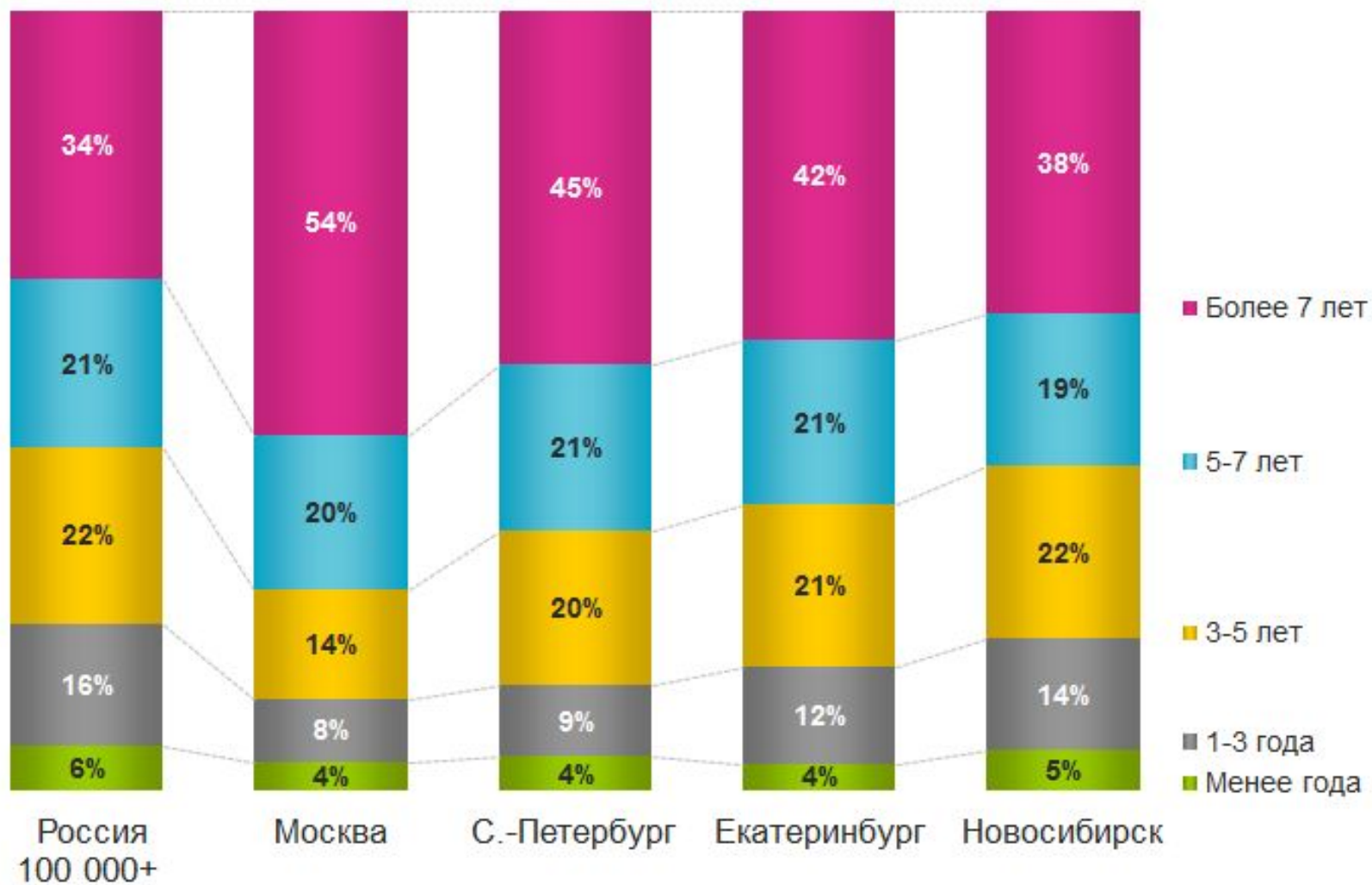


Пользователи интернета, 12+ лет





Стаж пользования интернетом, 12+ лет





Топ-20 интернет-проектов, 100 000+, 12-64

лет

в среднем за день

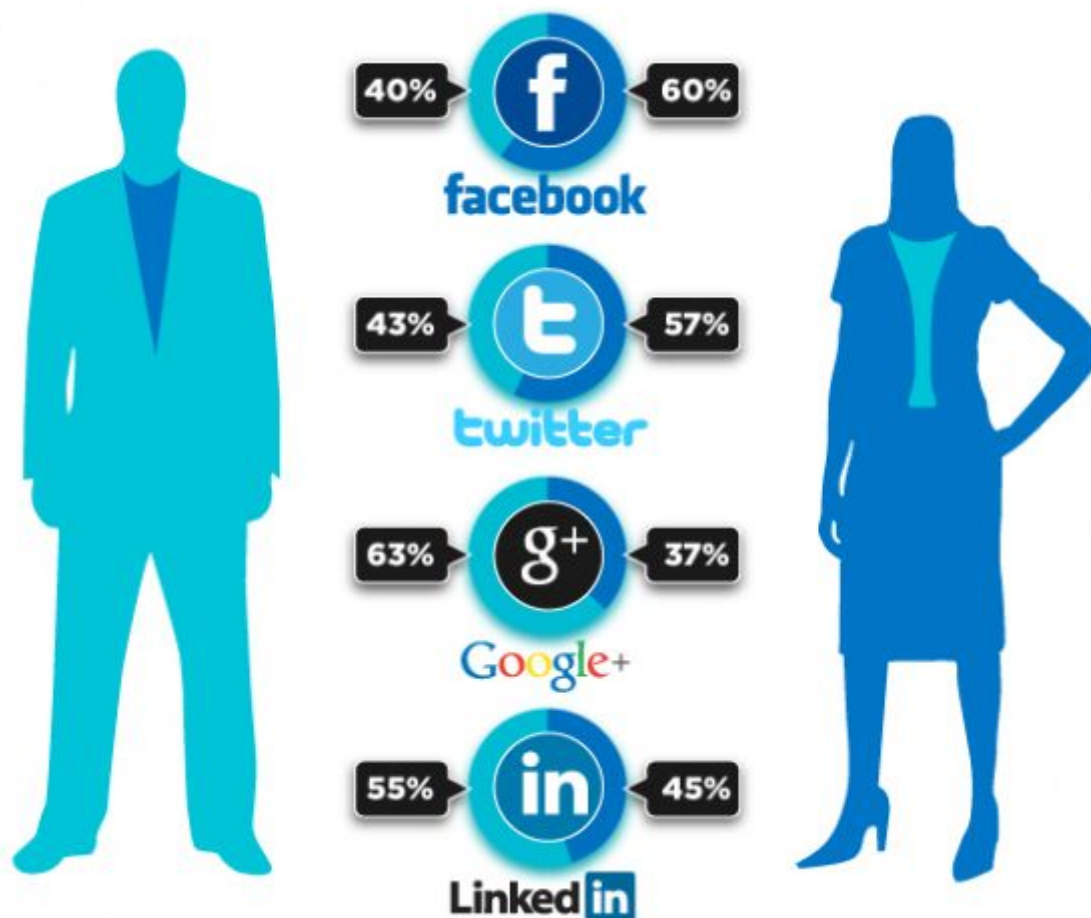
в среднем за неделю

за месяц

Яндекс (35 проектов) 21 564 т.ч.	Яндекс (35 проектов) 32 725 т.ч.	Mail.ru (31 проект) 37 618 т.ч.
Mail.ru (31 проект) 19 485 т.ч.	Mail.ru (31 проект) 32 119 т.ч.	Яндекс (35 проектов) 37 584 т.ч.
Vk.com 17 862 т.ч.	Vk.com 27 111 т.ч.	Vk.com 31 512 т.ч.
Odnoklassniki.ru 11 206 т.ч.	Google (ru+com) 21 276 т.ч.	Google (ru+com) 30 891 т.ч.
Google (ru+com) 9 276 т.ч.	Odnoklassniki.ru 19 401 т.ч.	Youtube.com 28 270 т.ч.
Youtube.com 5 850 т.ч.	Youtube.com 17 498 т.ч.	Odnoklassniki.ru 25 150 т.ч.
Rambler (25 проектов) 4 016 т.ч.	Wikipedia.org 12 601 т.ч.	Wikipedia.org 23 186 т.ч.
Wikipedia.org 3 263 т.ч.	Rambler (25 проектов) 9 623 т.ч.	Facebook.com 17 738 т.ч.
Facebook.com 2 909 т.ч.	Facebook.com 9 223 т.ч.	Avito.ru 17 513 т.ч.
Avito.ru 2 564 т.ч.	Avito.ru 8 768 т.ч.	Rambler (25 проектов) 17 292 т.ч.
Gismeteo.ru 2 381 т.ч.	LiveJournal.com 7 480 т.ч.	LiveJournal.com 16 175 т.ч.
LiveJournal.com 2 246 т.ч.	Gismeteo.ru 6 628 т.ч.	Gismeteo.ru 11 666 т.ч.
Fotostrana.ru 1 688 т.ч.	Kinopoisk.ru 5 164 т.ч.	Kinopoisk.ru 11 437 т.ч.
Kinopoisk.ru 1 297 т.ч.	Rbc.ru 4 675 т.ч.	Blogspot (com+ru) 10 988 т.ч.
Rbc.ru 1 232 т.ч.	Ria.ru 4 479 т.ч.	Ria.ru 10 694 т.ч.
Twitter.com 1 077 т.ч.	Blogspot (com+ru) 4 186 т.ч.	Rbc.ru 9 930 т.ч.
Rutracker.org 1 008 т.ч.	Rutracker.org 3 944 т.ч.	Kp.ru 9 625 т.ч.
Qip.ru 992 т.ч.	Fotostrana.ru 3 799 т.ч.	Adobe.com 9 398 т.ч.
Webalta.ru 968 т.ч.	Kp.ru 3 630 т.ч.	Rutracker.org 8 629 т.ч.
Blogspot (com+ru) 940 т.ч.	Twitter.com 3 343 т.ч.	Tiu.ru 8 622 т.ч.

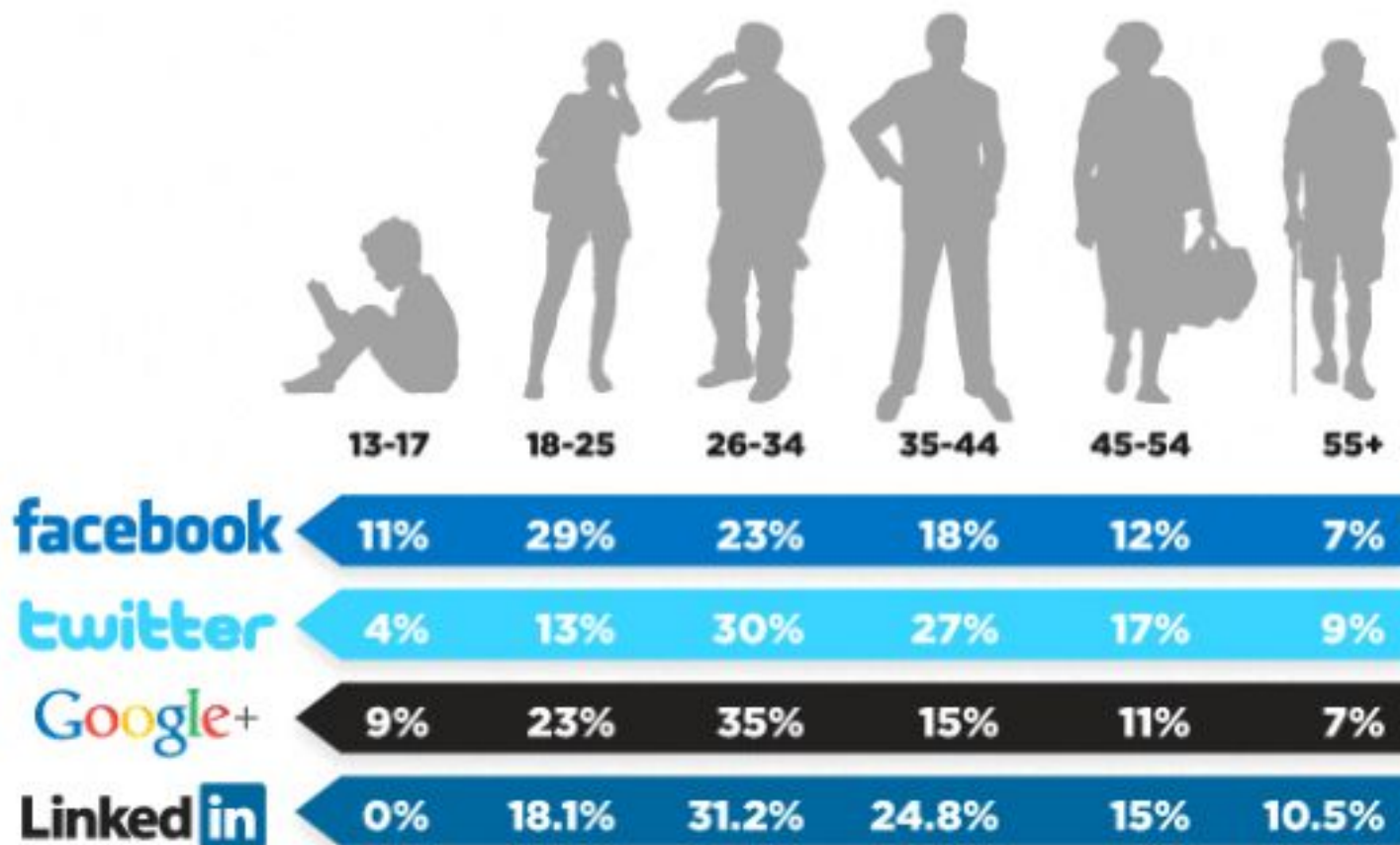


Распределение в соцсетях по полу





Распределение в соцсетях по возрасту





— Описание целевой аудитории
- основа формирования
любого коммерческого
проекта.



Целевая аудитория

Целевая аудитория – это те покупатели, для которых предназначен ваш товар или ваша услуга. Которые не только могут хотеть их приобрести, но и иметь физически такую возможность.

Ваша задача сложна – имея чёткое представление о том, какой цели вы хотите достигнуть, как можно точнее определить кто же является той самой аудиторией, для которой предназначено ваше сообщение.



Пример использования знания о ЦА

...Рано или поздно каждый ребёнок попадает в забавные, неожиданные, странные, веселые и прочие ситуации, связанные с автомобилем. Важно не упустить такой момент и рассказать о нём всему миру!



ŠKODA



FAVORIT F MOTORS

ВСЕГДА С ВАМИ С 1994 ГОДА

ARTOX media

Digital-агентство



Пример использования знания о ЦА



ŠKODA



FAVORIT  MOTORS
ВСЕГДА С ВАМИ С 1994 ГОДА

ARTOX media
Digital-агентство

Пример использования знания о ЦА



SIMPLY CLEVER

ŠKODA



Автопрага
Официальный дилер ŠKODA

Конкурс «Шкодники и Шкодницы»

до награждения
осталось
0 дней

ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА

10 февраля компания "Автопрага" поздравила главных шкодников и шкодниц, а всем нам получила счастливые улыбки! Самые теплые фотографии ищите [здесь](#) и [здесь](#) (размещаем ссылки на группы). Мы благодарим участников за положительные эмоции и желаем расти большими и счастливыми!



1-е место
Дракон и лапата.
Санникова Марина Николаевна

1157 голосов



проектор BenQ W700



2-е место
Мне всего лишь только год, а я - заядлый шководовод!
Комков Алексей Сергеевич

1138 голосов



поездка на 4 человек
в «Этномир»



3-е место
Катаем по району))
Ильинский Максим Сергеевич

1110 голосов



Microsoft Xbox 360, 250Gb!

*Фотографии призов незначительно отличаются от оригинала

ŠKODA



FAVORIT F MOTORS
ВСЕГДА С ВАМИ С 1994 ГОДА

ARTOX media
Digital-агентство



- Характеристики целевой аудитории - параметры, знание которых позволяет настроить ваш бизнес на ваших потенциальных покупателей.



Характеристики целевой аудитории

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

Ещё один хороший пример



facebook

DIY Академия
АССИДУУ
Нравится: 30 524 · Обсуждают: 1 551

Электронинструменты для домашних мастеров

Лучшие проекты для домашней мастерской.
House of Bosch

Make it your home. Спроектируй, построй и декорируй сам свой дом. Так, как тебе хочется и больше всего нравится. Здесь ты найдешь множество проектов, руководств и ценных советов. Добро пожаловать на сайт «House of Bosch».

- Спальня и ванная
- Детская комната
- Рабочее помещение (мастерская)
- Гостиная
- Столовая и кухня
- Терраса



Bosch Россия | Электронинструменты Bosch | Садовая техника | Профессиональные электроинструменты | Контакт | Russian Federation

Электронинструменты для домашних мастеров

Разработано для жизни

Главная | Инструменты | Принадлежности | База знаний | Сервисное обслуживание | Новости

База знаний > Руководства к проектам

House of Bosch

Спальня и ванная

Детская комната

Рабочее помещение (мастерская)

Гостиная

Столовая и кухня

Терраса



- Матрица описания **khramatrix 2.0**. Использование знаний о ЦА для формирования концепции построения коммуникации в социальных медиа.



Khramatrix 2.0

khramatrix 2.0 — это методология, которая позволяет вам не только разобраться с вашей целевой аудиторией, но и подробно расписать все необходимые данные для того, чтобы ваш сайт, ваша рекламная кампания, ваши коммуникации с потенциальными покупателями были эффективны.

Khramatrix 2.0



Целевая аудитория	Описание целевой аудитории	Поведение в интернете	Целевая функция	Целевое действие	Выбор лида
Название целевой аудитории, принятое в компании	Пол, возраст, образование, доходы, семейное положение, географическое положение и т.п. Необходимое и достаточное количество параметров.	С какой целью использует интернет, модель поведения в интернете (постоянство, активность и т.п.), какими сервисами пользуется...	Какую задачу хочет решить в интернете применительно к вашему продукту или услуге. Купить, получить подтверждение правильности решения, выбрать, собрать информацию ...	Определение типов действий, которые может совершить в процессе решения своей задачи.	Лидом будем считать то целевое действие, по которому рассчитываются показатели КРІ, ставятся планы, разрабатывается мотивация и т.п.
...

Khramatrix 2.0



Целевая аудитория	Описание целевой аудитории	Поведение в интернете	Целевая функция	Целевое действие	Выбор лица
Название целевой аудитории, принятое в компании	Пол, возраст, образование, доход, семейное положение, географическое положение и т.д. Необходимое и достаточное количество параметров.	С какой целью использует интернет, модель поведения в интернете (постоянство, активность и т.д.), какими сервисами пользуется...	Какую задачу хочет решить в интернете применительно к вашему продукту/услуге. Купить, получить подтверждение правильности решения, выбрать, собрать информацию...	Определение типов действий, которые может совершить в процессе решения своей задачи.	Лидом будем считать то целевое действие, по которому рассчитываются показатели KPI, ставятся планы, разрабатывается мотивация и т.д.





— Определение целевых действий и лидов. Сходства и отличия.



Целевые действия и лиды

Целевые действия – множество действий, осознанно совершаемых посетителем сайта или аккаунта в социальных медиа и решающие его задачи (закрывают потребности).

Лиды – те целевые действия, которые мы признаём наиболее ценными для себя, по которым измеряем эффективность, используем в качестве показателей для оплаты работы подрядчиков, ответственных за продвижение.



Целевые действия и лиды



Ещё один пример



LAVKALAVKA в вашем городе
Москва [ЧТО ТАКОЕ LAVKALAVKA](#) | [МАГАЗИН НА КУРСКОЙ](#) | [КОНТАКТЫ](#) | [ДОСТАВКА И ОПЛАТА](#) | [РЕЦЕПТЫ](#) [Найти](#)
[Войти](#) | [Зарегистрироваться](#)

ПОДДЕРЖИ МЕСТНОГО ФЕРМЕРА!
LAVKALAVKA
МОСКВА

[ВСЕ ПРОДУКТЫ](#) • [lavkalavka.кухня](#) • [новая еда](#) • [блоги](#) • [сми](#) • [газета](#) • [поставщикам](#) • [проекты](#) • [вакансии](#) • +7 (495) 724 35 32

[МЯСО](#) • [ПТИЦА](#) • [РЫБА](#) • [БАКАЛЕЯ](#) • [МОЛОКО.СЫР](#) • [ЗАГОТОВКИ](#) • [ОВОЩИ.ФРУКТЫ.ЯГОДЫ](#) • [НАБОРЫ](#) • [ВЕЩИ](#) • [АГРОТУРИЗМ](#)

доставка обедов из фермерских продуктов. каждый день. LavkaLavka.кухня

[Каталог](#) » [Овощи, фрукты, ягоды](#) » [Фрукты, ягоды](#)

Фермер [Корзина](#)

[Иван Новичихин](#) В Вашей корзине нет товаров.

[Почему у нас такие цены?](#)

[В LavkaLavka сейчас](#)

 **I СЪЕЗД**
РАЗВИТИЮ РЫНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ

[20 040](#) [Москва](#) [Reutov](#) [Sa](#) [Lyubertsy](#) [Карта](#) [Мероприятия](#)

facebook Ищите друзей, места или предметы



Lavka

Нравится: 23 348 • Обсуждают: 486 • 189 были з

Еда/Напитки
Фермерский кооператив LavkaLavka. Лучшие продукты из деревни. Поддержи местного фермера! [lavkalavka.com](#), +7 (495) 724 35 32

[Подробнее](#) – [Предложить правку](#)



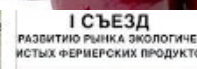
[Фотографии](#)



[Нравится](#)



[Карта](#)



[Мероприятия](#)

Самое важное ▾

[Опубликовать](#) [Фото/Видео](#)

Напишите что-нибудь...

 **Lavka**
4 ч. назад

66 друзьям
нравится Lavka



[Suggest Lavka to Your Friends](#)

[Смотреть все](#)



— Как сделать ваши послания
соответствующими
ожиданиям вашей ЦА.



Несколько простых правил

- Пишите о том, что вашей аудитории интересно, а не о том, что интересно вам (до формирования трендов ещё надо дорасти).
- Говорите с аудиторией на простом, максимально понятном ей языке.
- Объясняйте сложные вещи просто и, если того требуется, максимально избегая использования профессиональной лексики (если это уместно).
- Аудитория переменчива - постоянно изучайте её поведение, её предпочтения, тренды.
- Будьте честны и открыты. Просто будьте людьми.




И ещё один интересный пример



Алёна Ланская

Сообщество белорусской участницы
Евровидения 2013 в цифрах

 Старт работ —
2 (!) недели
до финала

ARTOX media
Digital-агентство



>15 000

Количество участников
сообщества Алёны
(за 2 недели выросло
в 7 раз)



25 000

Сумма действий
обратной связи:
лайки, репосты,
комментарии



350

Среднее количество
действий на один
пост в сообществе



3,8 млн.

Просмотров
страницы Алёны
уникальными европейскими
пользователями



— Использование данных **khramatrix 2.0** для дальнейшего развития коммуникации с ЦА.



Несколько простых правил

- Знание вашей целевой аудитории позволит сделать ваш товар или услугу более интересной для покупки.
- Знание вектора развития аудитории, смещения интересов поможет планировать коммуникацию в соцмедиа и сделать её актуальной.
- Расширяйте информационную зону за счёт областей, лежащих рядом с основной, тестируйте новые подходы, новые активности.
- Помните о возможности переноса взаимодействия из социальных медиа в



**Большое спасибо за внимание.
Готов ответить на ваши вопросы.**



Евгений Храмов

Директор департамента маркетинга
ARTOX media | Digital Agency



yevguenykhramov



khramatrix



yxramov