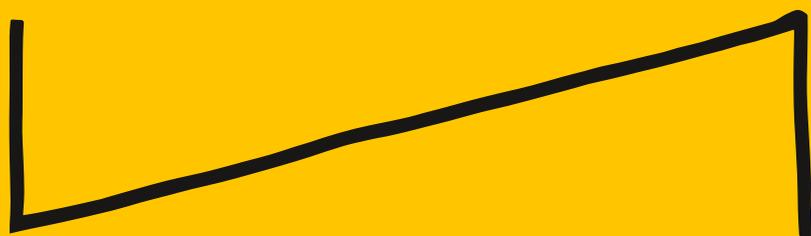


## Глава 2

ВЫБОР

РЫНКА



ПОИСК

ПОКУПАТЕЛЯ



НАШ  
КЛИЕНТ!  
!

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Итак, бизнес-идея найдена, самое время понять, нравится ли она людям (и прежде всего — твоим будущим клиентам!). Как это сделать? Лучший способ — спросить у них. Но для начала хорошо бы разобраться — кто они?





**Эти люди и есть твоя целевая аудитория.**

# ЗНАКОМИМСЯ БЛИЖЕ

---

Аудитория — это не просто «какие-то люди, которым интересен мой проект». Это вполне конкретные люди. И что же их отличает от всех остальных? Правильный ответ — набор социально-демографических признаков. Звучит заумно? На самом деле все очень просто. Посмотри на список и поймешь, что это.

Г

ПОЛ

ВОЗРАСТ

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА  
(РАЙОН, ГОРОД, СТРАНА)

УРОВЕНЬ ДОХОДА

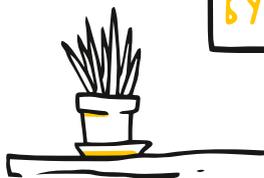
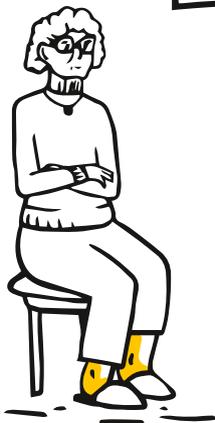
ПРОФЕССИЯ

Л

Взгляни на представителей двух разных целевых аудиторий и список их социально-демографических признаков. Как ты думаешь, они ведут похожий образ жизни? В одних и тех же магазинах покупают одежду? Одинаково проводят свободное время?



	КЛИЕНТ А	КЛИЕНТ Б
ПОЛ	МУЖСКОЙ	ЖЕНСКИЙ
ВОЗРАСТ	25	75
СТРАНА	РОССИЯ	РОССИЯ
ДОХОД	ВЫСОКИЙ	СРЕДНИЙ
ПРОФЕССИЯ	РЭП-ИСПОЛНИТЕЛЬ	ПЕНСИОНЕРКА, В ПРОШЛОМ-ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР



# РАЗНОШЕРСТНАЯ КОМПАНИЯ

Один и тот же продукт могут использовать самые разные люди, поэтому, как ты, наверное, догадываешься, социально-демографических признаков недостаточно для составления точного портрета целевой аудитории. Придумай и запиши три разные категории пользователей этих продуктов и услуг.



## ПОСЛЕДНЯЯ МОДЕЛЬ IPHONE

КАТЕГОРИЯ 1 ОФИСНЫЕ РАБОТНИКИ,  
ДОСТАТОК ВЫШЕ СРЕДНЕГО

КАТЕГОРИЯ 2 ДЕВУШКИ ОТ 15 ДО 20, ЛЮБЯТ  
ПРИВЛЕКАТЬ К СЕБЕ ВНИМАНИЕ,  
У НИХ БОГАТЫЕ РОДИТЕЛИ

КАТЕГОРИЯ 3 СТАРТАПЕРЫ, ОТ 20 ДО 35  
ЛЕТ, АКТИВНЫЕ, МНОГО  
ПУТЕШЕСТВУЮТ



# ВИДЕОКУРС «КАК СТАТЬ ПОПУЛЯРНЫМ БЛОГЕРОМ»

КАТЕГОРИЯ 1 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

КАТЕГОРИЯ 2 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

КАТЕГОРИЯ 3 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# ШКОЛА СПОРТИВНОЙ ГИМНАСТИКИ

КАТЕГОРИЯ 1 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

КАТЕГОРИЯ 2 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

КАТЕГОРИЯ 3 \_\_\_\_\_



## ОЧКИ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

КАТЕГОРИЯ 1

---

---

КАТЕГОРИЯ 2

---

---

КАТЕГОРИЯ 3

---

---



## ЭКСКУРСИИ ПО КРЫШАМ ГОРОДА

КАТЕГОРИЯ 1

---

---

КАТЕГОРИЯ 2

---

---

КАТЕГОРИЯ 3

---

# КРУГИ ЭЙЛЕРА

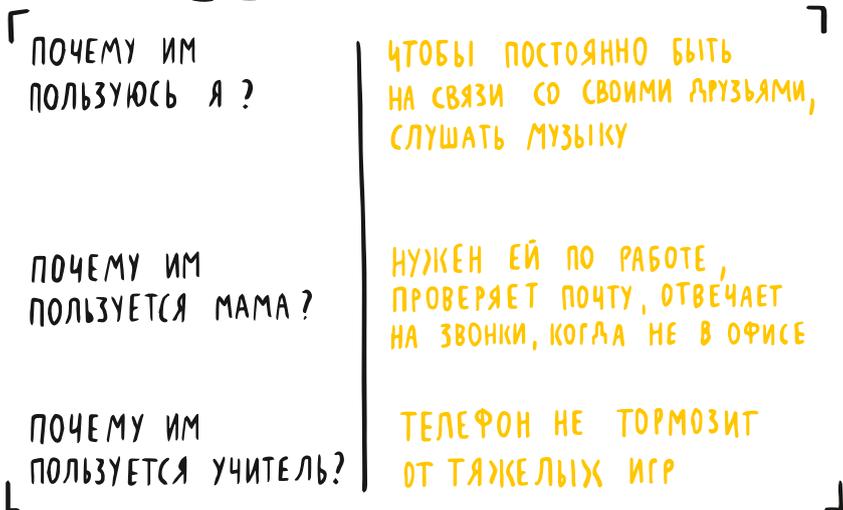
---

Понаблюдай за своими родителями, друзьями, учителями и другими знакомыми. Все они — целевая аудитория самых разных товаров и услуг. Попробуй найти продукт, которым пользуешься ты, а также еще как минимум двое твоих знакомых. Подумай, какую проблему для каждого из вас он решает.

Спроси у мамы/папы/сестры/учителя/друга, какой продукт они часто используют, чем он им нравится, какую их проблему решает. Ознакомься с примером.

## ОБЩИЙ ПРОДУКТ — IPHONE

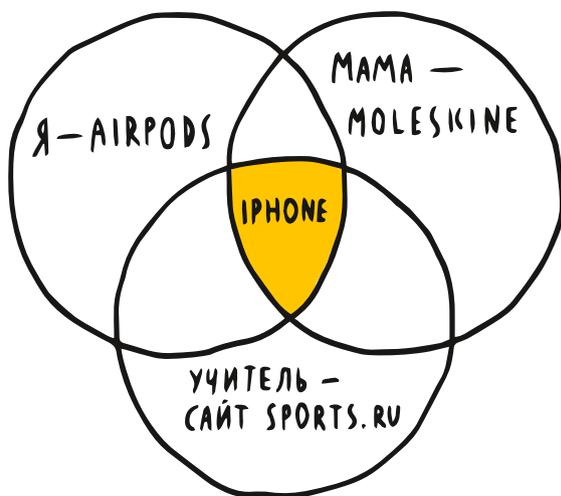
---



## ЛЮБИМЫЕ ПРОДУКТЫ

	ПРОДУКТ	ПОЧЕМУ ПОЛЬЗУЕМСЯ
Я	AIRPODS	МОГУ СЛУШАТЬ МУЗЫКУ ВЕЗДЕ, ДАЖЕ НЕЗАМЕТНО НА СКУЧНЫХ УРОКАХ
МАМА	MOLESKINE	УДОБНО ЗАПИСЫВАТЬ ДЕЛА НА ДЕНЬ; МАЛЕНЬКИЙ — ПОМЕЩАЕТСЯ В СУМКУ; СТИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН
УЧИТЕЛЬ	SPORTS.RU	ЛЮБИТ БЫТЬ В КУРСЕ СПОРТИВНЫХ НОВОСТЕЙ, НРАВИТСЯ СТИЛЬ ИЗДАНИЯ

Наглядно эту информацию можно представить с помощью кругов Эйлера. Место пересечения всех трех кругов — это и есть общий продукт, в данном примере — iPhone. Места пересечения двух кругов — это продукты, которыми пользуются только две категории клиентов (подумай, что это может быть в каждом из трех случаев).



Попробуй создать круг Эйлера для своего продукта. Выбери три категории пользователей твоего продукта (то есть он будет местом пересечения всех трех кругов Эйлера). Какие у них социально-демографические признаки? Почему пользуются твоим продуктом?

## МОЙ ПРОДУКТ

ПОЧЕМУ ИМ  
ПОЛЬЗУЕТСЯ?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ПОЧЕМУ ИМ  
ПОЛЬЗУЕТСЯ?

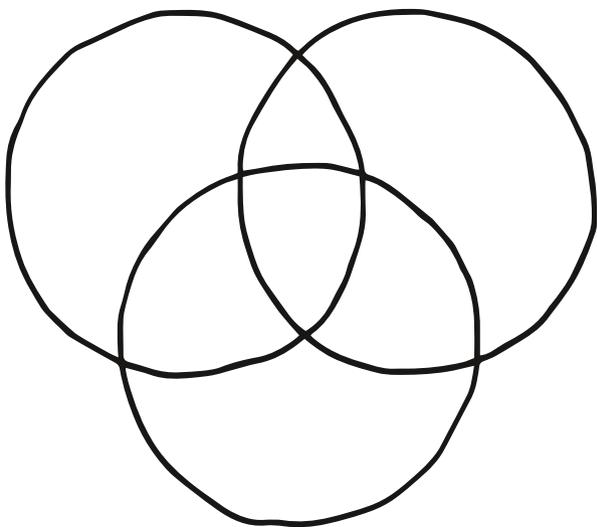
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ПОЧЕМУ ИМ  
ПОЛЬЗУЕТСЯ?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



Подумай, какие продукты могут быть любимыми у каждой категории. Почему они ими пользуются? Какими продуктами пользуются только две из трех категорий?



[Почитать описание, рецензии  
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

