

Как создать портрет потребителя

1. Определитесь с источниками, где вы будете собирать информацию об аудитории. Среди самых эффективных:

- ☐ Сайты со статистикой, например, Росстат, Яндекс Вордстат.
- ☐ Аналитика социальных сетей, к примеру, статистика в VK.
- ☐ Опросы и анкеты, которые можно распространять среди существующих или потенциальных клиентов.
- ☐ Онлайн-формы для сбора обратной связи на сайте или в рассылках.

2. Соберите данные, которые помогут создать максимально точный портрет потребителя. Ключевые метрики:

- ☐ Демография — пол, возраст, семейное положение.
- ☐ География — места проживания и отдыха.
- ☐ Психография — ценности, интересы, стиль жизни.
- ☐ Уровень дохода и покупательские привычки — при каких условиях клиент приобретает товары.
- ☐ Каналы коммуникации — где и как удобнее всего взаимодействовать с клиентом.
- ☐ Проблемы и мотивации — что может вызвать сложности, а что, наоборот, побуждает к действиям.

3. Начните применять собранные данные стратегически, чтобы персонализировать предложения для клиентов. Что можно сделать:

- ☐ Улучшать клиентский опыт. Пробуйте новые каналы коммуникации, популярные среди аудитории. Например, мессенджеры.
- ☐ Адаптировать продукт или услугу под собранные данные. К примеру, если данные указывают на интерес к экологичным решениям, включите их в линейку и добавьте соответствующую информацию к описанию товара.
- ☐ Персонализировать маркетинг. Предлагайте товары и услуги, которые максимально близки интересам и потребностям клиентов, например, отправляйте индивидуальные предложения по электронной почте.
- ☐ Начать принимать стратегические решения на основе информации. Например, если опросы помогли выявить сезонность спроса на вашу продукцию — скорректируйте управление запасами и настройку рекламных кампаний под определенные даты.

4. Организуйте эффективное и безопасное хранение собранных данных. Вот несколько рекомендаций:

- ☐ Убедитесь, что данные доступны всем сотрудникам, которым они могут понадобиться для работы: маркетологам, продавцам, аналитикам.

- ☐ Используйте теги и категории для структурирования информации, чтобы быстро находить нужные данные.
- ☐ Регулярно удаляйте устаревшую информацию и добавляйте актуальную.
- ☐ Для защиты данных используйте надёжные системы хранения, настройте права доступа и соблюдайте требования законодательства, например, 152-ФЗ «О персональных данных».

Хранить данные лучше в облачных системах CRM, например: Bitrix24, AmoCRM. На защищенных корпоративных серверах или специализированных аналитических платформах, например, Yandex DataLens.

Ошибки при работе с портретом потребителя. Типичные просчеты:

- **Создавать слишком общий или, наоборот, подробный портрет.** Если информация слишком обобщенная, портрет теряет практическую ценность, не позволяет эффективно адаптировать бизнес-стратегию. Слишком детализированное описание может отвлечь от ключевых характеристик. С ним сложно правильно использовать данные.

× Недостаточно подробный

Женщины 25–45 лет.

× Слишком подробный

Женщины 32 лет, брюнетки, любят джемперы в оттенке светлый беж из пряжи с содержанием шерсти альпаки не менее 50%.

- **Собирать портрет по аналогии с конкурентами, без учета индивидуальных особенностей бизнеса.** Конкуренты могут иметь совершенно другую целевую аудиторию, а их подходы могут не работать в вашем случае.

Пример

Если кофейня конкурента расположена рядом со зданием колледжа и ориентирована на студентов, а ваша работает в бизнес-центре в основном для сотрудников офисов — их система скидок и акций вам не подойдет.

- **Игнорировать эмоциональные факторы при создании портрета.** Люди принимают решения не только рационально, но и эмоционально. Этот аспект часто недооценивается.

Пример

Если вы продаете подарочные наборы, важно учитывать не только их стоимость, но и эмоции, которые подарок может вызвать.

Лучше регулярно обновлять информацию о клиентах, чтобы поддерживать актуальность портрета и делать более точные выводы. Исследовать аудиторию один раз и навсегда не получится. Её предпочтения и потребности будут изменяться со временем и под влиянием трендов.