

Grupa docelowa & Persona

Kim jest grupa docelowa?

Grupa docelowa, grupa targetowa to odbiorcy, którzy są potencjalnymi klientami Twojej firmy, jej usługi lub produktu. To do nich głównie skierowany jest komunikat w mediach społecznościowych. Modelowego odbiorcę mogą określać kryteria geograficzne i demograficzne. Mogą mieć znaczenie region, wielkość miasta czy dzielnica. Wiek mieszkańców, poziom ich wykształcenia, najczęściej wykonywane zawody, średnia wielkość gospodarstwa domowego. Znaczenie mogą mieć również zainteresowania, cele, marzenia, obawy, na które możesz odpowiedzieć. Istotne, w zależności od branży mogą być również przekonania polityczne, czy religijne.

Kim jest persona?

Persona to reprezentant_ka Twojej grupy docelowej. To osoba posiadająca już konkretne cechy: precyzyjnie określony wiek, charakter, miejsce zamieszkania. Posiada wnikliwie opisane potrzeby i wylistowane frustracje, na które Ty, Twój produkt czy usługa możecie odpowiedzieć.

Różnica z przykładem

GRUPA DOCELOWA	PERSONA
<ul style="list-style-type: none">• Dane demograficzne: głównie kobiety 26+• Zasięg geograficzny: duże miasta, zwłaszcza Warszawa• Wykształcenie: wyższe• Życie zawodowe: kobiety przedsiębiorcze, wysokie stanowiska• Status materialny: wysoki• Poziom życia: wygodny, luksusowy	<ul style="list-style-type: none">• Joanna, 37 lat• Rozwija swój biznes w branży jubilerskiej• Chciałaby przyciągnąć do marki osoby o wyższym statusie materialnym• Chce pozycjonować markę jako luksusową• Ulubione marki: Tatum, Chloe

Do kogo mówię?

Imię: _____

Wiek: _____

Stanowisko: _____

Charakter:

-
-
-

Zainteresowania:

-
-
-

Przykładowy szablon

Ważne dla mnie:

-
-
-

Preferencje zakupowe:

-
-

Co mnie frustruje:

-
-
-

Ulubione marki:

-
-

Dążenie

Unikanie

Dane

Intuicja

Autorytet wewn.

Autorytet zewn.

Konformizm

Nonkonformizm

