



Поговорим о том, что такое целевые аудитории и кто может к ним относиться

Целевая аудитория компании не ограничивается потребителями её товаров и услуг.

В широком смысле целевые аудитории — это все, чьё мнение непосредственно влияет на работу компании.

У многих брендов целевой аудиторией являются администрации торговых центров, поскольку бренды конкурируют между собой за торговые площади. От администраций зависит, как будет представлен бренд в торговых центрах.

Часто целевой аудиторией является пресса, поскольку она формирует общественное мнение о компании и отношение к ней потенциальных потребителей.

Целевыми аудиториями могут быть сотрудники (текущие, потенциальные, бывшие). Многие компании сегодня активно развивают бренд работодателя, чтобы легко привлекать подходящие кадры на свои вакансии, чтобы сотрудникам было интересно решать поставленные задачи.

Конкуренты тоже являются целевой аудиторией, поскольку в зависимости от коммуникаций бренда они будут выстраивать с ним определённые отношения. Из коммуникаций они могут делать выводы о стратегии компании или корректировать свою стратегию.

Целевой аудиторией могут быть разные стейкхолдеры, так или иначе заинтересованные в компании. Например, арендодатели, от которых зависят условия аренды помещений.

Финансовые институты могут по-разному относиться к компании в зависимости от её коммуникаций. Например, банки и страховые компании могут изучить социальные сети компании,

прежде чем принять решение о выдаче ей ссуды или заключении договора.

Есть и другие аудитории.

В целом, для некоммерческих проектов целевыми аудиториями могут быть:

люди, которым может понадобиться помощь организации;
адвокаты, сотрудники государственных органов, общественные деятели, которые могут согласиться сотрудничать и помогать организации;

- люди, которые могут читать материалы организации;
- люди, которые могут стать активистами организации;
- сочувствующие;
- люди, которые готовы предложить донаты или другую помощь;
- люди, которые могут помочь с грантовой работой;
- сотрудники;
- волонтеры;
- медиа;
- конкуренты;
- арендодатели;
- финансовые институты;
- прочие стейкхолдеры.