

Рассмотрим, почему бывает сложно определиться с целевой аудиторией

В учебниках по маркетингу часто можно встретить определение, что целевая аудитория — это потребители товаров и услуг компании. Однако это более сложная категория.

1. Может возникать множество нюансов, связанных с потреблением товара. Это связано с его предназначением, организацией его продажи, отношением к нему в обществе, текущими трендами. Рассмотрим на примере обычной мягкой игрушки.

Принято считать, что её целевой аудиторией являются дети. Но детям покупают игрушки их родители. Значит, спрос зависит от платежеспособности и выбора родителей. Однако многие родители отталкиваются от вкусов детей. При этом сегодня нарастает тренд выбирать игрушки, несущие образовательную и развивающую ценность. В зависимости от того, как компания будет позиционировать свою игрушку динозавра, она будет продвигаться на ту или иную группу родителей.

У мягкой игрушки могут быть и совершенно другие аудитории. Например, если эта игрушка — микроб гонореи, то её аудиторией будут уже не дети и родители, а люди, которые покупают сувениры на подобную тематику как забавный подарок. Продвигать такую игрушку будут по совершенно другим каналам.

2. С определением целевой аудитории могут быть связаны проблемы этики. Особенно это актуально для фармы. Препарат метформин показан при инсулинорезистентности и должен продаваться по рецепту, но на практике его скупают без рецепта люди, которые считают, что он поможет им снизить массу тела. И фармкомпания не сопротивляется распространению информации, будто бы метформин имеет такие свойства. То есть фактическими потребителями товара могут являться не те, кому он показан.

3. При правильном подходе можно найти аудиторию любым идеям. Например, художник Пьеро Мандзони продавал так называемое «Дерьмо художника», консервные банки с фекалиями. Сегодня они



представляют собой произведение искусства концептуализма и оцениваются приблизительно в 220 000 евро. То есть художник выбрал своей целевой аудиторией любителей искусства. Хотя потенциально можно выделить и другую аудиторию, ведь телесные выделения политиков и звёзд могут представлять интерес для прессы, так как много говорят о состоянии здоровья.

Эти примеры показывают, что вопрос выбора целевой аудитории очень важен, от его решения зависит успех проекта. Однако выбрать целевую аудиторию не всегда просто.