

Rozpoznanie różnych współczesnych grup odbiorców

Ćwiczenie

Cel ćwiczenia: Rozpoznanie różnych współczesnych grup odbiorców i analiza ich charakterystyk, preferencji i zachowań zakupowych.

Kroki ćwiczenia:

1. Wybierz trzy różne grupy odbiorców, które chciałbyś bliżej przyjrzeć się pod kątem ich cech demograficznych, psychograficznych i zachowań zakupowych. Przykładowe grupy odbiorców mogą obejmować młodych profesjonalistów, rodziny z dziećmi, seniorów, miłośników podróży itp.
2. Przeprowadź badania i analizy dotyczące wybranych grup odbiorców, korzystając z różnych źródeł informacji, takich jak raporty branżowe, badania rynku, analizy danych demograficznych, społecznościowych i behawioralnych.
3. Dokonaj identyfikacji cech demograficznych każdej grupy, takich jak wiek, płeć, poziom wykształcenia, dochód, miejsce zamieszkania itp. Zapisz te informacje.

4. Przeanalizuj cechy psychograficzne każdej grupy, takie jak wartości, style życia, zainteresowania, preferencje, potrzeby i aspiracje. Zapisz te informacje.
5. Zbadaj zachowania zakupowe każdej grupy, takie jak preferowane kanały zakupowe, motywacje zakupowe, decyzje zakupowe, czynniki wpływające na wybór produktów/usług itp. Zapisz te informacje.
6. Przygotuj zestaw pytań lub ankiety, które mogą być użyteczne do gromadzenia informacji bezpośrednio od przedstawicieli każdej grupy odbiorców. Możesz skorzystać z pytań dotyczących preferencji, zachowań zakupowych, oczekiwań wobec produktów/usług itp.
7. Na podstawie zebranych informacji, stwórz profil każdej grupy odbiorców, zawierający szczegółowe opisy ich cech demograficznych, psychograficznych i zachowań zakupowych.
8. Porównaj i analizuj różnice i podobieństwa między wybranymi grupami odbiorców. Zidentyfikuj potencjalne możliwości i wyzwania związane z docieraniem do każdej z tych grup.

9. Na podstawie zebranych danych i analiz, opracuj rekomendacje dotyczące strategii marketingowej skierowanej do każdej z grup odbiorców. Skoncentruj się na dopasowaniu komunikacji, ofert, kanałów marketingowych i treści do preferencji i potrzeb każdej grupy.

10. Zapisz wnioski z przeprowadzonych analiz