



Аудитория проекта от А до Я

У любого проекта есть ЦА — целевая аудитория, на интересы которой направлен продукт. В случае с медийными проектами, от подкастов до статей в Интернете, целевая аудитория — читатели, слушатели или зрители. При этом нельзя сказать, что у всех медиа одна ЦА: слушатели "Европы+" и зрители "России-1" будут совершенно разными. Разберемся, как определить, для кого создаётся проект, и как с этой информацией работать.

Первым шагом составляется портрет среднего потребителя. Учитывается все: пол, возраст, образование, доход, место жительства, интересов и желаний. Лайфхак: портрет того самого потребителя можно не выдумывать, а складывать из образов существующих людей. Получается настоящий LEGO-конструктор, который упрощает дальнейшую работу над проектом. Также важно понимать, что ЦА не может выглядеть как "мужчины и женщины, 14-60 лет, из России".

Имея чёткое представление о целевой аудитории, вам будет легче определить, где искать подписчиков и как с ними взаимодействовать. Если проект ориентирован на старшеклассников, привлечь их можно через школьные группы и беседы "ВКонтакте", а также с помощью рассылок в других соц. сетях. Язык в таких проектах скорее всего будет живым, лёгким, а оформление ярким и стильным.

А если вы решите ориентироваться на более взрослую аудиторию, подход изменится до неузнаваемости. Ровесников родителей будет легче привлечь к проекту по "сарафанному радио". И при работе с ними точно не стоит перебарщивать с сленгом или с слишком концептуальный дизайном.

У каждой аудитории есть свои плюсы и минусы, важно запомнить, что вы — не всегда представители вашей ЦА. А её определение на первых этапах работы точно упростит всю дальнейшую деятельность.

Впереди еще больше полезной информации для всех медийных проектов!
Оставайтесь на связи!