

Інтернет-маркетинг та дослідження в цифровому просторі

Очередько Максим Віталійович

каб. 410

kmbm_omv@ztu.edu.ua

Посилання на курс: <https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=7388>

Практичне завдання №2 - План заняття

1. Організаційні питання та обговорення домашнього завдання

2. Дискусія

Питання для обговорення:

1. Що таке таргетинг, і чому він важливий у цифровому маркетингу?
2. Які основні види таргетингу використовуються в інтернет-маркетингу?
3. Чим відрізняється таргетинг у Facebook Ads, Google Ads та TikTok Ads?
4. Як збираються дані для ефективного таргетингу? Які є обмеження щодо збору даних?
5. Що таке Lookalike Audience і як його використовувати в рекламних кампаніях?
6. Чи можуть автоматизовані алгоритми платформ ефективніше таргетувати аудиторію, ніж маркетологи?
7. Які є ризики неправильного налаштування таргетингу?
8. Тестування в рекламних кампаніях? Навіщо?

3. Практичні завдання

1. **Для обраного вами бізнесу опишіть цільову аудиторію та побудуйте портрет клієнта.**

Для зручності пропоную оформити вашу відповідь у формі таблиці. Кількість сегментів та запитання, на які потрібно відповісти, можуть бути розширені за потреби.

СЕКМЕНТИ			
	СЕКМЕНТ 1	СЕКМЕНТ 2	СЕКМЕНТ 3
Товари Послуги, які купують			
Хто купує?			
Чому вони це купують?			
Коли вони це купують?			
Де вони це можуть купити?			
Як відбувається оплата?			
Як відбувається отримання товару чи послуги?			
ПОРТРЕТИ			
	ПОРТРЕТ СЕКМЕНТУ 1	ПОРТРЕТ СЕКМЕНТУ 2	ПОРТРЕТ СЕКМЕНТУ 3
Стать			
Вік			
Сімейний стан			
Місце проживання			
Рід занять			
Дохід			
Де працює			
Де найбільше проводить час офлайн			
Де найбільше проводить час онлайн			
Основні цінності в контексті досліджуваного			

бізнесу			
Які проблеми та болі			
Які причини цих проблем			
Що потрібно зробити для усунення цих проблем			
Що буде якщо не вирішити ці проблеми			
Скільки часу потрібно для прийняття рішення клієнтом			
Які ключові фактори, що впливають на прийняття рішення			
Чи можлива повторна покупка			

2. Визначте ключові категорії для таргетингу вашої цільову аудиторію.

Опишіть кожну категорію та поясніть її значення для ефективного маркетингового впливу.

3. Запропонуйте канали комунікації на основі категорій визначених в попередньому завданні. Аргументуйте вибір.

Для зручності вашу відповідь надайте у формі таблиці.