СБЕР МАРКЕТИНГ

Пример исследования

Артём Павлов

Руководитель проекта «Нейромаркетинг» ООО «С-МАРКЕТИНГ»:

- @artem_pavlov_psy
- pavlov@sbermarketing.ru

СБЕР МАРКЕТИНГ

Выявление психотипов целевых аудиторий (ЦА) B2C

Содержание исследования:

1. Изучили рекламные креативы со статистикой и сайт компании.
2. Посредством проективных методик выявили ключевые смыслы, которые бренд транслирует через визуалы и семантику сообщений.
3. Описали психотипы целевых аудиторий, которые привлекает бренд.
4. Сформировали гипотезы о возможных персонализированных концепциях позиционирования для каждой из выявленных аудиторий.
5. Подготовили рекомендации для создания адаптированных креативов: цвета, геометрия, визуал, семантика, люди, взаимодействия.
6. Описали усредненный креатив, подходящий для всех четырех ЦА.

СБЕР МАРКЕТИНГ

ЦА-1 «Красотки»

Гендер: Женщины

Ключевые личностные черты: Яркие, Модные, Зависимые от социальных оценок, Чувствительные, Эмпатичные

Ценности:
Социальный статус, Забота о себе, Комфорт, Эстетика, Пассивный доход, Признание

Чем занимаются:

- Самовыражаются, блистают, покоряют, позволяют себя любить.
- Предприниматели в сфере услуг, торговли, индустрии красоты, моды, организации мероприятий, интернет-торговли, искусства.
- Блогеры, представители творческих профессий

СБЕР МАРКЕТИНГ

ЦА-1 «Красотки»

Побуждающие мотивы покупки:

Создать идеальный образ себя, привлекать внимание, влюблять окружающих и через это управлять ими.

Главная идея позиционирования:

Бренд– идеальный уход и забота для звёздного результата.

Поведение и принятие решения:

- Каждый раз реагируют на рекламу.
- Если им о себе не напоминать, уйдут к другим брендам.
- Отдают предпочтение раскрученным или лимитированным продуктам
- Покупают эмоционально, а значит много.
- Любят общаться с сотрудниками компании, принимать их помощь.
- Обожают персональный и VIP-подход.
- Готовы купить больше и дороже, чем могут позволить — в кредит или рассрочку.

СБЕР МАРКЕТИНГ

ЦА-1 «Красотки»

Цвета

- Розовый
- Бежевый
- Фисташковый
- Красный
- Натуральный желтый
- Голубой
- Модные цвета сезона

Геометрия

- Округлые элементы без углов
- Крупные формы

Интересы

- Индустрия красоты
- Путешествия
- Шопинг
- Вечеринки
- Фитнес
- Танцы
- Мода

СБЕР МАРКЕТИНГ

ЦА-1 «Красотки»

Семантика

- Ярко
- Богиня
- Шопинг
- Дорого
- Мода
- Красота
- Нежная
- Замечать
- Идеальный
- VIP
- Чувства
- Привлекать
- Комфорт
- Натурально
- Флирт
- Забота
- Внимание
- Признание
- Обольщение
- Страсть

Примеры слоганов

- Тебя заметят
- Будь яркой
- Ты самая важная персона – везде
- Выбирай и обольщай
- Идеальная внешность для идеальной тебя

ЦА-1 «Красотки»

Визуал:

1. Легкая, стройная женщина (девушка)
2. Много внимания уделяет внешности
3. Знает себе цену и умеет себя показать
4. Любит яркую жизнь и умеет быть заботливой
5. Ценит красоту и комфорт
6. Считает флирт оружием и прекрасно им владеет
7. Игривый наклон головы, непринужденная поза без фиксации, кадр сделан во время движения
8. Яркая, открытая улыбка, смех
9. Крупное красивое лицо в хорошем качестве
10. Одежда с открытыми плечами, шеей, руками или спиной
11. Крупные, яркие принты, украшения или рисунки на одежде
12. Волосы светлые, длинные, распущенные
13. Крупные аксессуары
14. Белые, ровные зубы

СБЕР МАРКЕТИНГ

ЦА-1 «Красотки»

Люди:

- Модельная внешность, 25-40 лет
- Похожа на телезвезду
- Волосы распущены
- Легкая челюсть
- Большие глаза
- Яркий макияж

Эмоции:

- Страсть
- Игра
- Желание
- Чувственность
- Нежность

Взаимодействие:

- Рука, лицо, рот, свое тело
- С аксессуарами
- С собой
- С мужчиной
- С мужскими атрибутами
- С мягкой игрушкой
- С милыми животными

СБЕР МАРКЕТИНГ

Универсальный креатив для всех четырёх ЦА

Цвета:
натуральные оттенки красного, синего, коричневого

Побуждающие мотивы покупки:
внимание и забота о себе, которая помогает улучшить
улучшить качество жизни и достигать своих целей
целей

Общая идея позиционирования:
бренд №1 – внимание, уход и самовыражение

Семантика:
забота, внимание, доверие, красота, защита

Геометрия:
округлые формы

Люди:
мужчина, женщина или без действующих лиц

Взаимодействия:
с собой или продуктом

Визуал:
демонстрация своей красоты, уверенности и
успешности

Эмоции:
эмпатия, доверие, честность

СБЕР МАРКЕТИНГ

Спасибо !