

ПРОФЕСИОНАЛНА ДЪРЖАВНА ТЪРГОВСКА ГИМНАЗИЯ „ДИМИТЪР
ХАДЖИВАСИЛЕВ“ - СВИЩОВ

ТЕОРИЯ

Тема: Въведение в поставянето на цели и изграждането
на потребителски профили (персони)

1. Значение на поставянето на цели

Маркетинговите цели определят какви резултати трябва да бъдат постигнати чрез рекламните кампании и как ще се измерва успехът.

- Продажби • Трафик • Разпознаваемост

2. Потребителски профили (персони)

Персоните представляват описание на типични клиенти според техните интереси, нужди и поведение.

- Възраст • Интереси • Поведение

3. Приложение в дигиталния маркетинг

Чрез правилно определени цели и добре изградени персони кампаниите стават по-ефективни и по-добре таргетирани.

- Таргетиране • Персонализация • Оптимизация

Изготвил: Цветелин Борисов