

ТЕОРИЯ

Тема: Сегментиране на аудитории и персонализирани съобщения

1. Какво представлява сегментирането на аудитория

– Сегментирането означава разделяне на аудиторията на по-малки групи според общи характеристики. Това позволява по-точно насочване на рекламните послания.

- Възраст
- Пол
- Интереси
- Местоположение

2. Значение на персонализираните съобщения

– Персонализираните съобщения са съобразени с конкретната група потребители. Те повишават интереса и вероятността за реакция.

- Индивидуален подход
- Подходящ тон
- Актуално съдържание

3. Практическо приложение в дигиталния маркетинг

– В дигиталния маркетинг сегментирането и персонализацията се използват при създаване на реклами и публикации. Това води до по-добри резултати и по-ефективно използване на бюджета.

- Рекламни кампании
- Имейл маркетинг
- Социални мрежи

Изготвил: Цветелин Борисов