

## Анализ Целевой аудитории

### для портала недвижимости

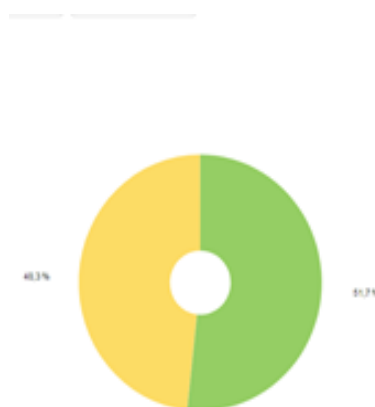
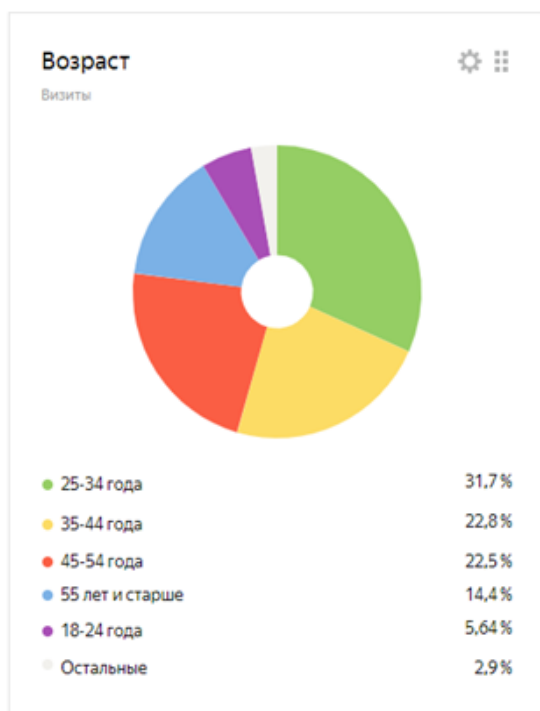
#### Краснодарский край

Логическая гипотеза со стороны прежде, чем приступить к инструментальному анализу:

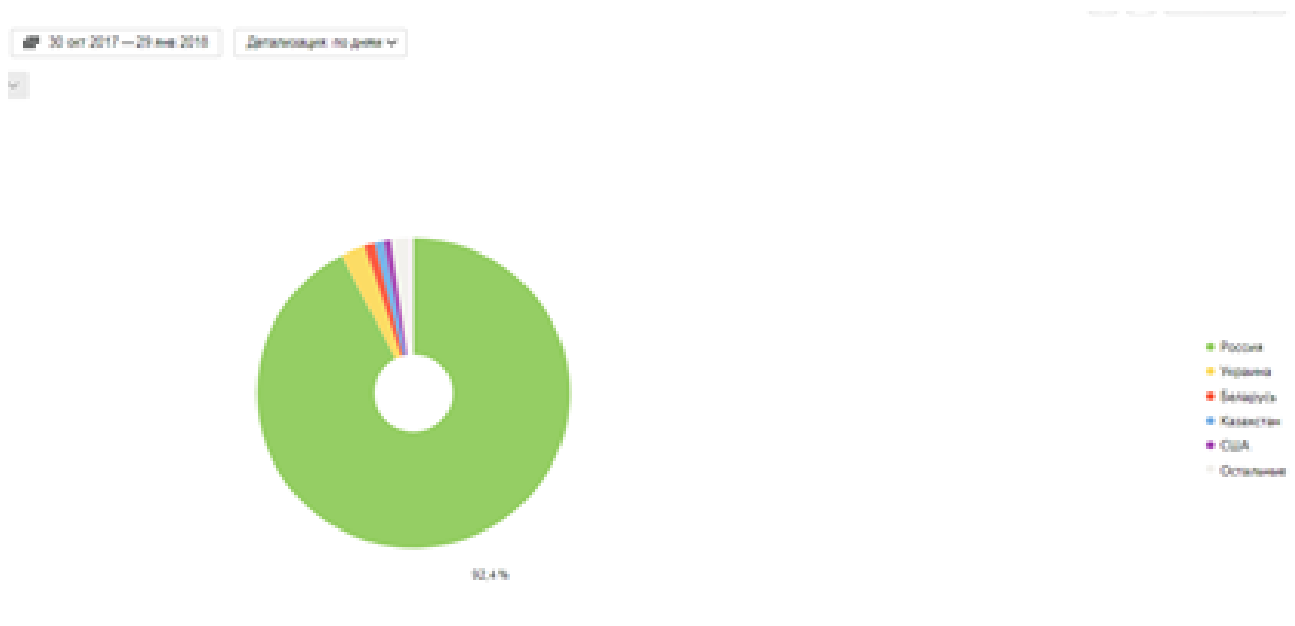
Посетителями сайта, с помощью которого можно продать/приобрести недвижимость, должны быть люди сознательного и самостоятельного возраста, которые уже и еще желают, и имеют возможность/необходимость менять свои жилищные условия, то есть примерно 25 - 55 лет. Также это должны быть интернет-пользователи, работоспособные и имеющие постоянный источник дохода (чтобы арендовать, например, недвижимость или покупать, например, в ипотеку) или накопления, из абсолютно любых сфер деятельности и с любыми интересами, так как недвижимость должна быть у всех. Сайт ориентирован на Россию, поэтому посетителей из других стран будет не много.

Теперь обратимся к данным статистики по сайту и проверим гипотезу:

Предлагаю взять данные за истекший квартал.



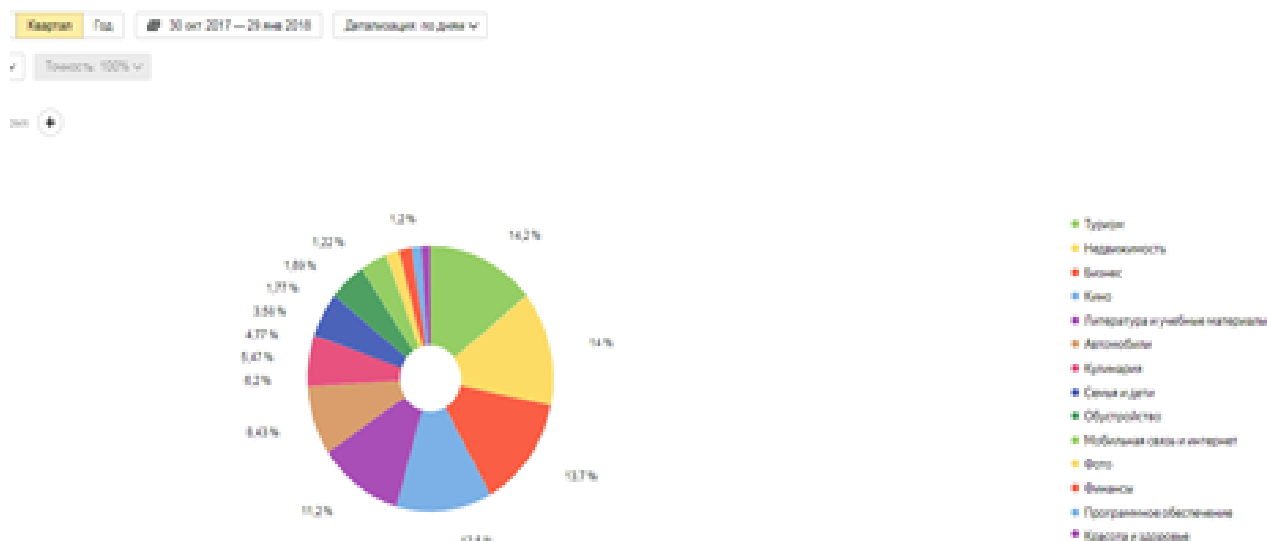
Общие отчеты по посетителям говорят о среднем возрасте аудитории 25-55 лет, почти в равной степени состоящей как из мужчин, так и из женщин.



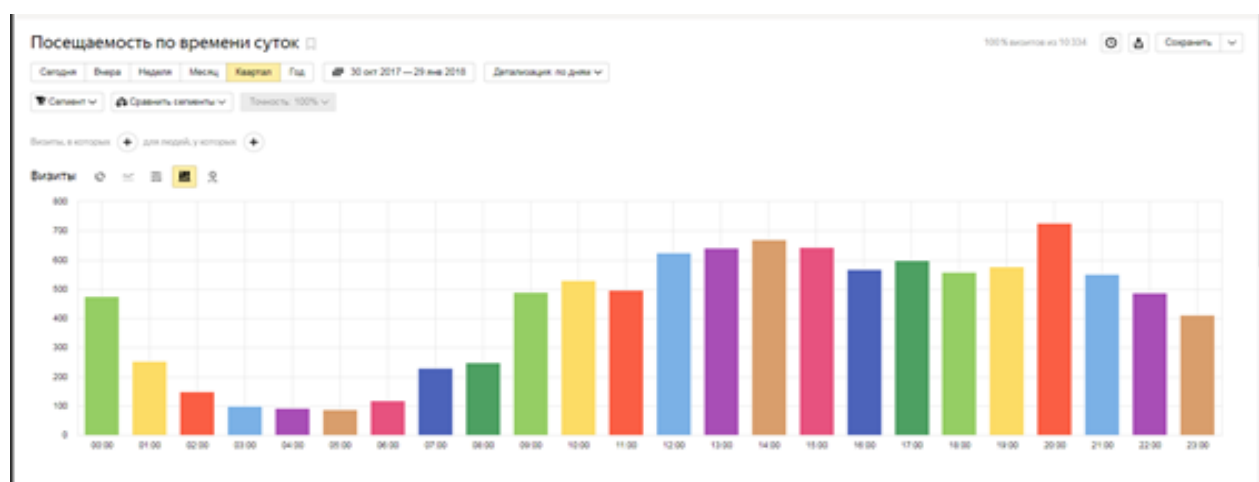
Страна	Посетители	Уникальные посетители	Процент	Среднее время на сайте	Средняя глубина просмотра
Россия	9552	6534	12.1%	6:17	5:20
Краснодарский край	3903	2319	9.58%	7:61	6:30
Москва и Московская область	1281	911	13.4%	4:92	4:07
Санкт-Петербург и Ленинградская область	233	176	18%	3:66	3:47
Ростовская область	211	180	9.95%	4:93	4:07
Новосибирская область	135	67	9.63%	3:9	3:08
Алтайский край	104	78	9.62%	5:82	3:47
Кемеровская область	91	66	8.79%	4:82	3:31

Страна	Ссылки	Ссылки	Распределение данных
	10 993	10 993	
	% от общего количества: 100.00 % (10 993)	% от общего количества: 100.00 % (10 993)	
1. Россия	9 357	85.12 %	
2. Ukraine	468	4.26 %	
3. United States	363	2.76 %	
4. Sweden	226	2.16 %	
5. Belarus	110	1.00 %	
6. Kazakhstan	100	0.91 %	
7. Germany	89	0.81 %	
8. (not set)	64	0.58 %	
9. China	41	0.37 %	

Преимущественно из Краснодарского края и Москвы, а по странам интересно, что на втором месте после России по посетителям сайта идет Украина –возможно, ввиду политической ситуации, так как продолжают массовые миграции и просто приезды на заработки людей из Украины, и если они у нас вторые по посещаемости, значит сайт видят люди, которым он нужен.



Из разных сфер жизнедеятельности, больше всего из туризма и недвижимости, и меньше всего из красоты и программного обеспечения. В соотношении к общей доле всех остальных 14 % с интересами в недвижимости говорит о том, что основная масса посетителей все-таки не риэлторы, а частные лица, то есть собственники.



Посетители нашего сайта активны на протяжении всего дня с 09 утра и до 00.00 часов, но особенно с 12.00 до 15.00 и в 20.00 после ужина, видимо.

Но, так как у сайта есть цели, то важно в общей массе посетителей выявить целевых, то есть тех, благодаря которым на сайте достигаются важные цели. По полу, как мы увидели, наших посетителей разделять не стоит, по профессиям также нет смысла, так как поровну и мужчин, и женщин с разными интересами.

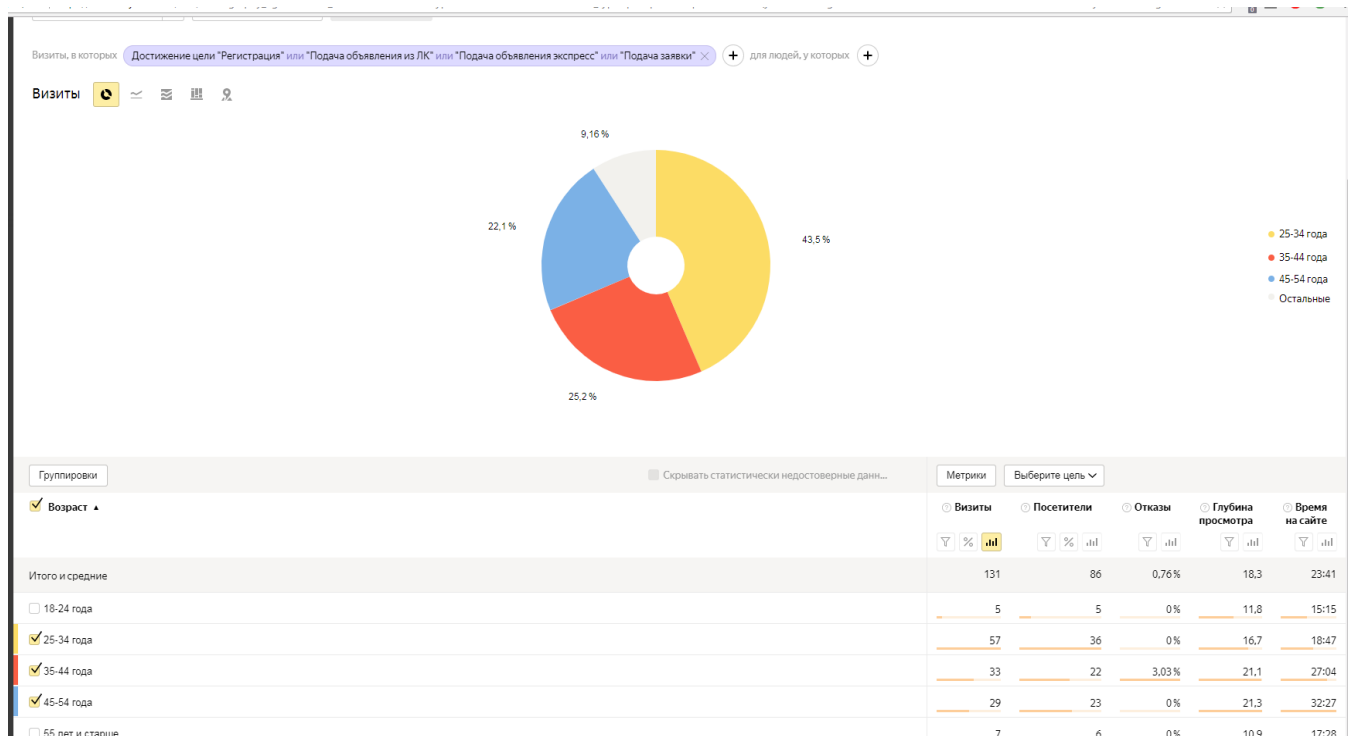
Наиболее важными переменными при сегментации пользователей на нашем сайте для планирования рекламной деятельности, в частности в Яндекс.Директ и в социальных

сетях, являются демографическая переменная возраст и переменная по времени суток, то есть важно выявить наиболее конверсионный возраст и время дня.

Ввиду того, что средний возраст нашей аудитории достаточно обширный 25-54 года, необходимо конкретизировать, кто из них более целевой для того, чтобы планировать таргетированную рекламу, например, в социальных сетях и точно знать, какая из них принесет большую отдачу, например, ОК или VK с наибольшей популярностью, как известно, среди старшего или более молодого поколения соответственно.

Для этого в отчете Яндекс.метрики Посетители-Возраст узнаем суммарное количество визитов по возрастным группам, в которых были достигнуты любые из 4 важнейших на данный момент для сайта целей:

1. Регистрация
2. Подача объявления из ЛК (из личного кабинета) - сообщает о том, сколько объявлений было добавлено зарегистрированными пользователями
3. Подача экспресс-объявления - сколько объявлений было подано без регистрации
4. Подача заявки на покупку/аренду

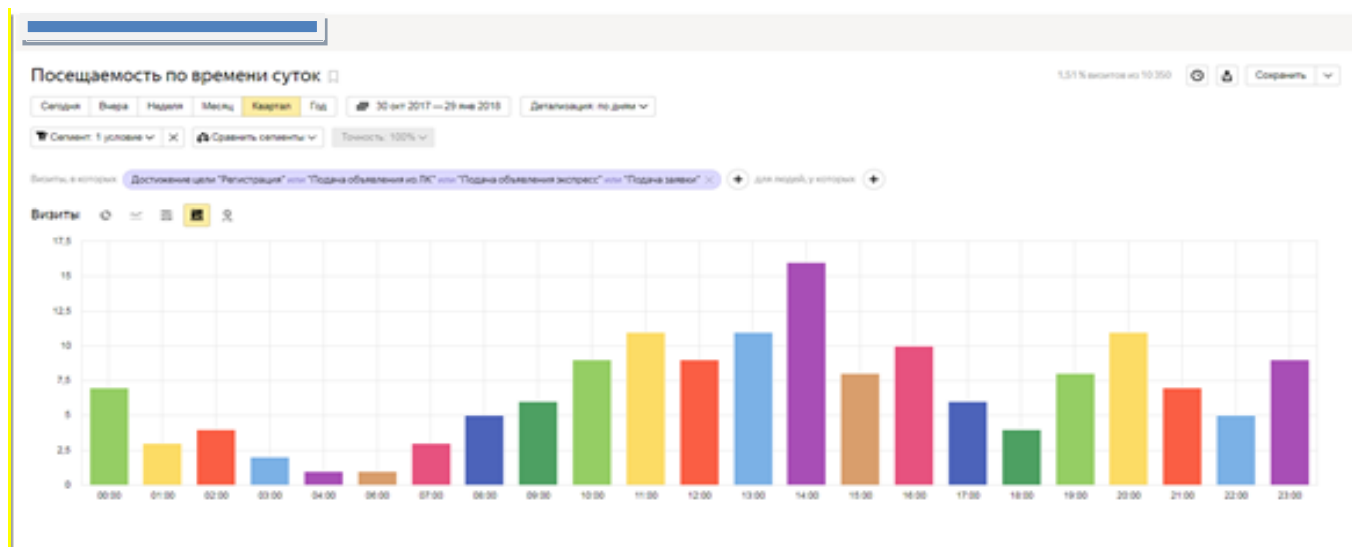


На долю аудитории в возрасте 25-34 года пришлось 43,5% целевых визитов за прошедший квартал.

Ввиду того, что активность на сайте присутствует в течение всего дня вплоть до 00.00, необходимо узнать поточнее целевое время нашего сайта для того, чтобы не отапливать

космос, как говорится, а включать рекламу в то время дня, когда выше всего вероятность привлечь целевых посетителей.

Для этого в отчете Яндекс.метрики Посетители-Посещаемость по времени суток узнаем в какое время суток большее количество целевых визитов:



В 14.00 на нашем сайте пик целевых визитов. На втором месте сразу три временных отрезка 11.00, 13.00 и 20.00 часов.

Таким образом, теперь мы знаем оптимальное время для запуска наших будущих рекламных кампаний и возраст нашего целевого посетителя.

### **Сегментирование аудитории**

Не исключено, что в различные периоды развития сайта приоритет конверсий может быть не равнозначен, то есть когда одни действия посетителей будут важнее других, соответственно и сегменты целевой аудитории будут сужаться.

В начале, когда сайт молодой, конечно же все посетители важны и интересны: нужны и продающие посетители, и ищущие купить, и просто просмотревшие больше одной страницы или пробывшие дольше 15 сек - любые посетители, лишь бы они были и что-то делали!

А далее для успешного достижения намеченных целей сайта необходимо будет расставлять приоритеты. Например, на сегодняшний день нашему сайту более остальных необходима аудитория, которую можно разделить на 2 сегмента:

**а) желающая продать / сдать из ЛК**- то есть добавляющая объявления после регистрации

*причина:* необходим активный рост именно зарегистрированных пользователей и добавляющих объявления из личного кабинета (это дает возможность управлять своими объявлениями в отличие от экспресс-подачи объявления) для приближения момента запуска платных опций к объявлениям

Посмотрим в метрике, кто и откуда составляет нашу ЦА по эти сегментам:

а) отследить сегмент желающие продать/сдать из ЛК можно путем выборки конверсии по соответствующей цели в наших счетчиках:

За прошедший квартал 📅 10 ноя 2017 — 10 фев 2018

Группировки		Цель: Подача объявления из ЛК ▾	
<input checked="" type="checkbox"/> Возраст ▲		🕒 Достижения цели	🕒 Целевые визиты
		📊 % 📊	📊 % 📊
<input type="checkbox"/> Итого и средние	%	113	64
<input type="checkbox"/> 18-24 года	%	3	2
<input type="checkbox"/> 25-34 года	%	31	18
<input checked="" type="checkbox"/> 35-44 года	%	40	21
<input checked="" type="checkbox"/> 45-54 года	%	35	19
<input type="checkbox"/> 55 лет и старше	%	4	4

Теперь картина другая, нежели чем при рассмотрении ЦА по всем целям - не 25-34 года нам помогут приблизиться к мечте “запуск монетизации объявлений”, а скорее посетители в возрасте 35-44 года, а на втором месте люди еще старше.

Группировки		Цель: Подача объявления из ЛК ▾	
<input checked="" type="checkbox"/> Пол		🕒 Достижения цели	🕒 Целевые визиты ▾
		📊 % 📊	📊 % 📊
<input type="checkbox"/> Итого и средние		108	60
<input checked="" type="checkbox"/> мужской		72	33
<input type="checkbox"/> женский		36	27

И по полу тоже новость - не поровну, а все-таки мужчины нам больше нужны.

Группировки		: Подача объявления из ЛК ▾		
<input checked="" type="checkbox"/> Категория интересов	<input type="checkbox"/> Достижения цели	<input type="checkbox"/> Целевые визиты		
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % <input type="checkbox"/> .lll	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> .lll		
<input type="checkbox"/> Итого и средние	53	35		
<input checked="" type="checkbox"/> Недвижимость	45	31		
<input checked="" type="checkbox"/> Туризм	40	28		
<input checked="" type="checkbox"/> Бизнес	40	26		
<input checked="" type="checkbox"/> Кино	31	24		
<input type="checkbox"/> Литература и учебные материалы	25	22		
<input checked="" type="checkbox"/> Автомобили	31	19		

Сферы деятельности определились четче. То есть пока нам точно не выгодно пытаться заслужить внимание IT-специалистов, спортсменов и поваров.

**б) потребители рекламы** - то есть кликающие на рекламные баннеры

*причина:* нужны клики по баннерной рекламе потому, что нам за нее платят и хотят видеть переходы на свои сайты с нашего - именно это для рекламодателей единственный показатель эффективности рекламы в интернете.

Группировки		ль: Клик по баннеру ▾		
<input checked="" type="checkbox"/> Возраст	<input type="checkbox"/> Достижения цели	<input type="checkbox"/> Целевые визиты		
	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % <input type="checkbox"/> .lll	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> .lll		
<input type="checkbox"/> Итого и средние	594	416		
<input checked="" type="checkbox"/> 25-34 года	199	126		
<input checked="" type="checkbox"/> 45-54 года	128	98		
<input checked="" type="checkbox"/> 35-44 года	127	94		
<input type="checkbox"/> 55 лет и старше	50	39		
<input type="checkbox"/> 18-24 года	51	33		
<input type="checkbox"/> младше 18 лет	39	26		

Группировки			
Пол	Конверсия	Достижения цели	Целевые визиты
<input type="checkbox"/> Итого и средние	6,3%	621	433
<input checked="" type="checkbox"/> мужской	10,1%	476	335
<input type="checkbox"/> женский	2,74%	145	98

Цель: Клик по баннеру		
	Достижения цели	Целевые визиты
<input type="checkbox"/> Итого и средние	328	235
<input checked="" type="checkbox"/> Туризм	262	188
<input checked="" type="checkbox"/> Кино	251	181
<input checked="" type="checkbox"/> Литература и учебные материалы	245	172
<input checked="" type="checkbox"/> Бизнес	206	150
<input type="checkbox"/> Недвижимость	196	141
<input type="checkbox"/> Автомобили	149	105
<input type="checkbox"/> Программное обеспечение	145	98
<input type="checkbox"/> Кулинария	112	78
<input type="checkbox"/> Мобильная связь и интернет	110	76
<input type="checkbox"/> Финансы	94	60

Про остальные целевые действия не стоит забывать и всегда необходимо работать над привлечением общей массы целевой аудитории сайта.

Но сейчас я бы особенно сконцентрировалась именно на:



**а)** мужской аудитории 35-44 года и чуть старше с определенными интересами в недвижимости (тут придется усилить контроль за риелторами), туризма и бизнесменами)), чтобы совершить рывок к увеличению базы данных, что позволит приблизить момент запуска платных опций, которые пользователи смогут применять к своим объявлениям.

**б)** мужской аудитории 25-44 года, интересующейся туризмом, кино, книгами и бизнесом.

Эта целевая аудитория отслежена по Краснодарскому краю. В других регионах могут быть различные параметры.