

# Карта клиента.

Для компании [REDACTED] у которой есть интернет-магазин косметики Мертвого моря. Сегодня это на 95 % B2B-поставщик товаров. Компания заинтересованы расширить профиль и продавать товары на прямую.

**Намерение:** сделать узнаваемой компанию и ее стратегию. Лучше познакомить с продукцией, которую поставляет эта компания на рынок, и получить общие знания о свойствах и преимуществах продукции перед тем, что уже есть на косметическом рынке.

**Состояние дел:** работа в этом направлении не ведется. Нет общения с потенциальным клиентом.

## Область применения и целевая аудитория

Географический охват: поскольку магазин находится в Чехии, мы можем ориентироваться на европейский рынок, а также на другие регионы, где пользуются спросом косметические товары премиум-класса.

## Демографические данные:

- Пол: Основная аудитория - женщины, но для расширения ассортимента может быть интересна и мужская косметика.
- Возраст: от 25 до 55 лет. Люди этой возрастной категории чаще всего беспокоятся о своей внешности и готовы вкладывать деньги в косметику.
- Социальный статус: Средний и выше среднего доход. Косметика Мертвого моря часто ассоциируется с продукцией премиум-класса.



## Идеальный покупатель (персонаж)

1. Имя: Анна
2. Возраст: 35 лет
3. Работа: Менеджер в IT-компаниии
4. Доход: Выше среднего
5. Место проживания: Прага, Чехия
6. Интересы: Уход за кожей, здоровый образ жизни, йога, путешествия, wellness-программы
7. Покупательское поведение: Часто заказывает косметику онлайн, предпочитает продукты с хорошими отзывами, следит за новинками в области натуральной косметики

## Мышление:

Ищет качественную и эффективную косметику для ухода за кожей. Интересуется натуральными ингредиентами и вредом синтетической косметики. Стремится достичь гармонии между работой и личной жизнью. Хочет поддерживать молодость и здоровье кожи естественным путем. Стремится к постоянному самосовершенствованию в области красоты и здоровья

**Взгляды:**

Проявляет интерес к уходу за кожей и здоровому образу жизни. Обсуждает эффективность и качество косметических средств. Выражает мнение о важности баланса между карьерой и личной жизнью. Говорит о ценности путешествий и новых впечатлений.

**Делает:**

Работает менеджером в IT-компании. Занимается фитнес или йогой. Путешествует. Заботится о своем здоровье и внешнем виде. Ищет информацию о натуральных косметических средствах. Практикует экологически ответственное и этическое потребление.

**Чувствует:**

Восхищается успешными женщинами и экспертами по здоровому образу жизни. Презирает компании, тестирующие продукцию на животных, и бренды, использующие вредные химические вещества. Опасается преждевременного старения и проблем со здоровьем. Опасается негативного воздействия некачественной косметики на кожу. Ценит и дорожит временем, проведенным с семьей и друзьями, моментами релаксации и ухода за собой. Беспокоится об эффективности, качестве, цене и безопасности косметических средств. Ценит свое здоровье и благополучие.