

ОРІЄНТОВАНІ КОМПОНЕНТИ СХЕМИ АНАЛІЗУ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ (ЦА)

ВАРІАНТ 1

1. **Демографічні ознаки.** Стать, вік, наявність дітей, сімейний стан, освіта, професія.
2. **Географічні ознаки.** Регіон, клімат, чисельність населення, інфраструктура, ЗМІ.
3. **Економічні ознаки.** Місце роботи/її відсутність, рівень доходу.
4. **Мотиваційні ознаки.** Причини та способи долучення до аудиторії, перспективи перебування.
5. **Психологічні ознаки.** Характер, тип мислення, життєва позиція, цінності, смаки, спосіб життя, референтна група та куміри

ВАРІАНТ 2

1. **Демографічні дані:** вік, стать, освіта, професійний статус.
2. **Інтереси та область спеціалізації:** теми наукових робіт, публікацій, досліджень.
3. **Зв'язки та мережі:** ступінь співпраці з іншими учасниками наукової спільноти.
4. **Потреби та очікування:** очікувані результати від участі в наукових зібраннях, потреби у додатковій інформації або ресурсах.
5. **Тенденції та перспективи:** прогнозування змін в аудиторії, її потреб та інтересів у майбутньому.

ВАРІАНТ 3

1. **Визначення демографічних характеристик:** вік, стать, освіта, професія тощо.
2. **Вивчення інтересів та потреб:** що цікавить цю аудиторію, які проблеми вони хочуть вирішити.
3. **Аналіз поведінки:** як ці люди споживають інформацію, де вони шукають нові дані та джерела інформації.
4. **Визначення сегментів аудиторії:** ідентифікація різних груп людей в аудиторії, які мають спільні потреби та характеристики.
5. **Створення персон:** створення конкретних прототипів людей в аудиторії з врахуванням їхніх потреб, бажань та поведінки.
6. **Розробка стратегії комунікації:** визначення того, як найкраще звертатися до цільової аудиторії з метою досягнення поставлених цілей.