



Para definir o seu público-alvo você tem que se perguntar como as pessoas se beneficiam com o seu produto e quem são essas pessoas. A partir disso você começa a desenhar um grupo de pessoas ou empresas que tem um perfil semelhante, facilitando o direcionamento dos seus esforços de marketing.

CONSUMIDOR FINAL

Seu produto é uma solução para empresas ou pessoas físicas?

GEOGRAFIA

Onde moram? Estão próximas ao seu negócio? Estão de passagem?

DEMOGRÁFICO

Gênero:

Idade:

Renda:

Nível de educação:

Estado civil:

Outro aspecto social que julgar importante:

CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS

Liste comportamentos e fatores determinantes.

GERAÇÃO

EX: Geração Y, Baby Boomers, Millenials...

CICLO DE VIDA

Momentos marcantes na vida do seu cliente. Ex: Mudando de casa, casamento, gravidez...

