

УДК 338

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО ОКАЗАНИЮ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ

Карчага Е. С., Матегорин Н. В.

Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Рассмотрен процесс поиска ключевых запросов по теме «Оказание полиграфических услуг». Цель данной работы — исследовать актуальность выбранной тематики проекта, а также выявить целевую аудиторию, заинтересованную в оказании ей полиграфических услуг.

Ключевые слова: целевая аудитория, бизнес-проект, анализ, поиск, социальные сети, сообщества, полиграфические услуги.

UDC 338

TARGET AUDIENCE OF THE BUSINESS PROJECT OF PRINTING SERVICES

E. S.Karchaga, N. V.Mategorin

Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russian Federation)

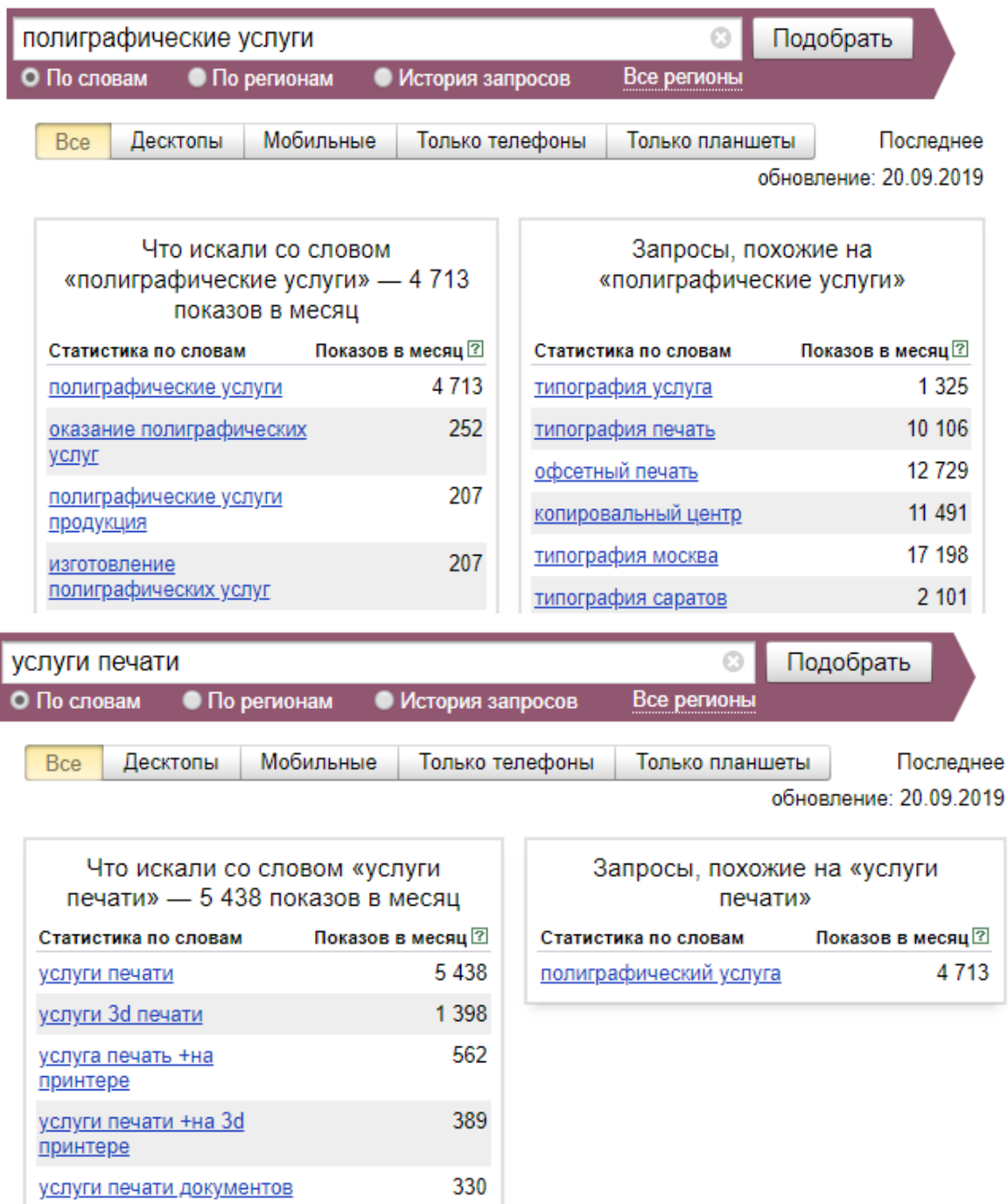
The article considers the search of key queries on the research topic. The target audience of the business project aimed at providing printing services has been determined.

Keywords: target audience, business project, analysis, search, social networks, communities, printing services.

Введение. Любой бизнес-проект создается для достижения цели — удовлетворить потребности основателя за счет удовлетворения потребностей пользователя. Любой предприниматель будет направлять свои действия на развития бизнеса таким образом, чтобы привлечь как можно больше клиентов и увеличить прибыль от продаж [1]. При этом для пользователя главное — приобрести продукцию, которая удовлетворит его потребности. Например, купить воды, чтобы напиться, купить канцелярские принадлежности, чтобы записать важную информацию, заказать услуги визажиста, чтобы красиво выглядеть на том или ином мероприятии.

Для оценки пользовательского интереса к конкретной тематике и для подбора ключевых слов рекламодателям авторы использовали сайт <https://wordstat.yandex.ru>, который позволил оценить заинтересованность целевой аудитории в данном бизнес-проекте [2].

Основная часть. По запросу «полиграфические услуги» на сайт обращались 4 713 раз за месяц. Запрос «оказание полиграфических услуг» менее популярен, и его искали 252 раза за месяц, а запрос «услуги печати» — 5 438 раз за месяц. Показатели запросов «типография–печать», «копировальный центр», «широкоформатная печать» выше. Таким образом, данные цифры подтверждают, что полиграфическими услугами интересуются в разных их вариациях. На рис. 1 представлены показатели анализа запросов при помощи инструмента <https://wordstat.yandex.ru> по словам.

Рис. 1. Данные <https://wordstat.yandex.ru> (анализ по словам)

Анализируя популярность таких запросов в регионе, авторы рассмотрели Ростовскую область и город Ростов-на-Дону. На рис. 2 представлены показатели данного анализа. В Ростовской области популярность запроса «полиграфические услуги» составляет 73%, при этом всего 113 показов запроса за месяц. По городу популярность составляет 91% (86 показов за месяц).

Данные сайта позволяют утверждать, что полиграфические услуги востребованы целевой аудиторией как для личных потребностей, например, для распечатки документов, грамот и др., так и для рабочих, профессиональных — печать визиток, листовок, брошюр и т. д.

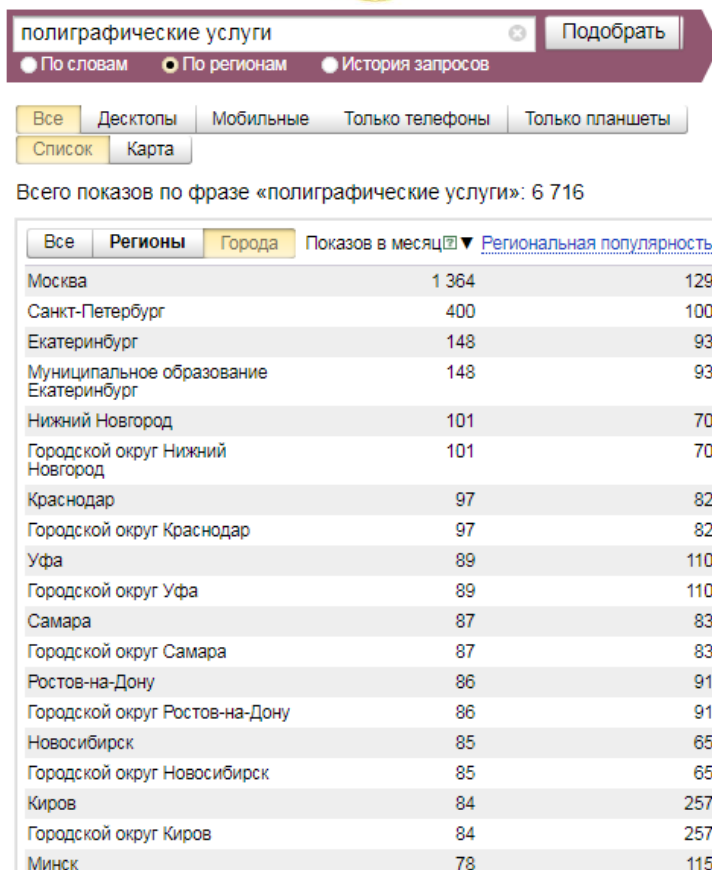


Рис. 2. Данные <https://wordstat.yandex.ru> (анализ по регионам)

Сервис <https://trends.google.com> позволяет проанализировать динамику популярности запросов, чтобы можно было сформировать точное определение потребности бизнес-проекта [3].

На рис. 3 представлена динамика популярности запроса «печать», которая стабильно занимает высокую позицию (50–75). По сравнению с 2014 годом на данный момент виден рост количества запросов. Однако запрос «полиграфия» стабильно держит планку популярности в районе до 25.

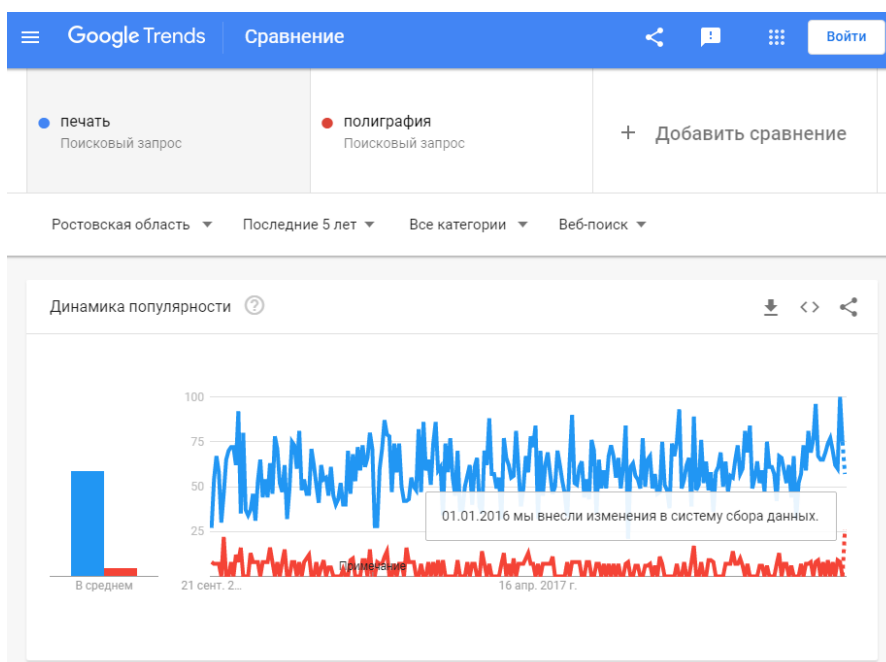


Рис. 3. Данные <https://trends.google.com>

Анализируя виды полиграфических услуг, авторы определили, что наиболее популярными в Ростовской области на протяжении пяти лет являются блокнот и каталоги. На рис. 4 приведены показатели по этим запросам. Можно проследить и рост популярности по сравнению с 2014 годом.

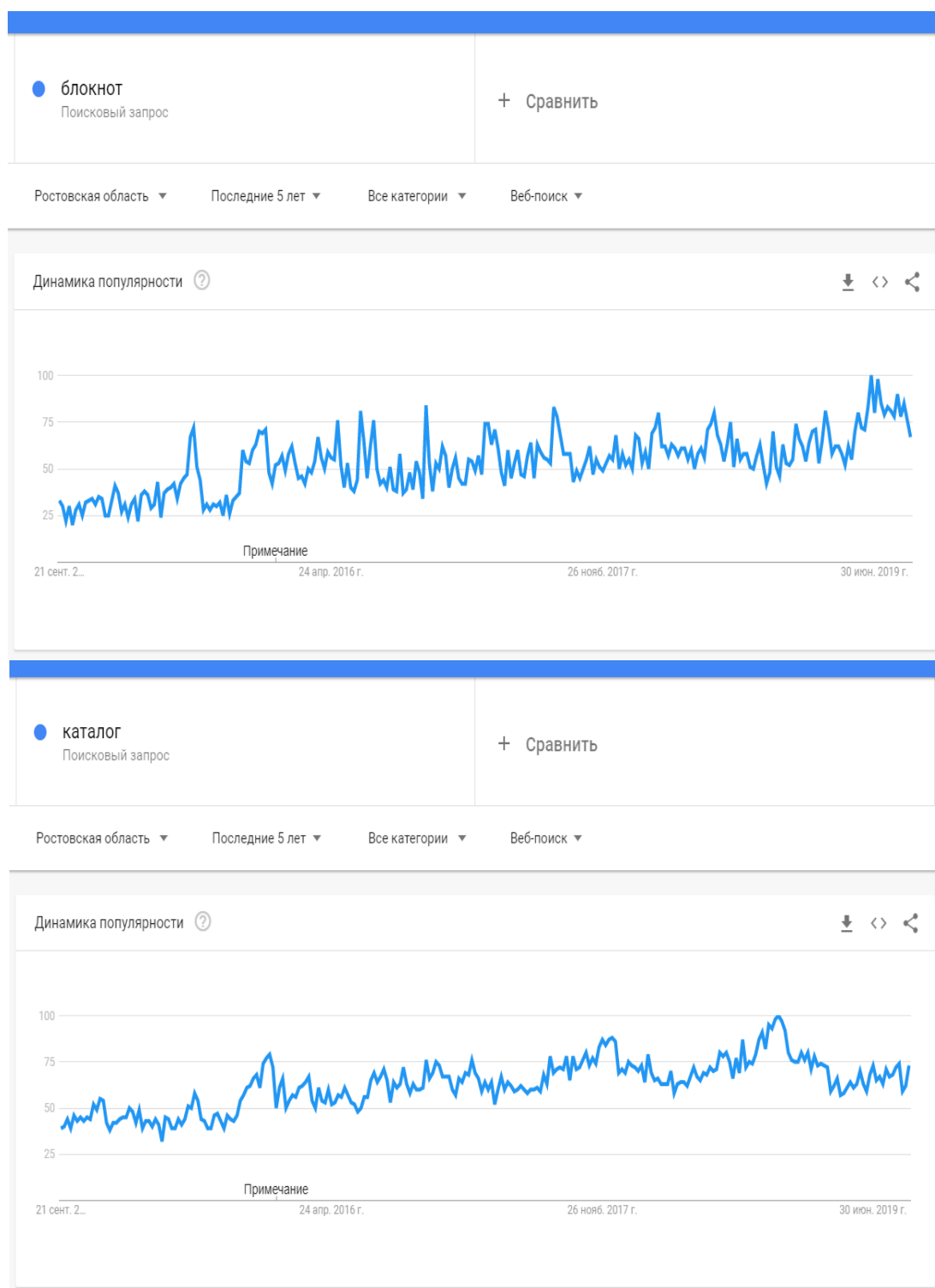


Рис. 4. Показатели роста популярности запросов «блокнот» и «каталог»

Среди видов полиграфии есть те, популярность которых находится на средних позициях, но держится при этом стабильно. Это листовки, этикетки, флаеры, буклеты, плакаты, баннеры.

Как известно, в настоящее время социальные сети стали не только платформой для обмена информацией между пользователями, но и настоящими полноценными онлайн-магазинами. Са-

мыми популярными социальными сетями на территории России считаются ВКонтакте и Instagram. Данные ресурсы обладают огромной аудиторией, среди которой есть большое количество потенциальных клиентов бизнес-проекта по оказанию полиграфических услуг. На рис. 5 представлены наиболее популярные сообщества в ВКонтакте по запросу «полиграфия». Численность пользователей данных групп свыше 13 000 участников.

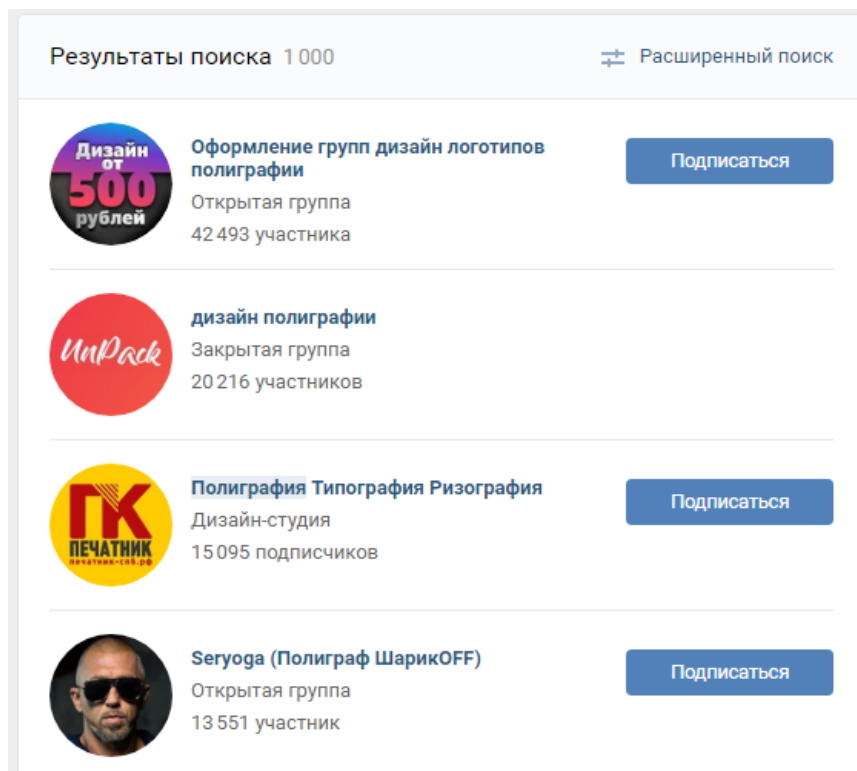


Рис. 5. Наиболее популярные сообщества ВКонтакте по запросу «полиграфия»

Анализируя сообщества ВКонтакте и Instagram, авторы пришли к выводу, что пользователям интересны услуги печати, за которые они готовы платить [4–5]. Активными потребителями данных услуг являются в основном женщины, которые, помимо печати документов, интересуются изготовлением различных блокнотов, каталогов и др. Около 16% старшего поколения заинтересовано в покупке открыток, разных и по формату, и по тематике. У молодых людей в возрасте до 23 лет интерес остановился на печати плакатов и постеров, которые требуются как для дома, так и для учебного процесса.

Заключение. Показатели сервиса <https://trends.google.com> позволили авторам определить, что наиболее популярными видами полиграфии на протяжении пяти лет в Ростовской области являются блокнот, каталог и др. При этом стабильно свои позиции держат листовки, плакаты, баннеры и др. Таким образом, популярность полиграфии в целом растет, продукция востребована на рынке и имеет свою целевую аудиторию.

Изучение аудитории сообществ показало, что порядка 47% ее составляют женщины в возрасте от 18 до 35 лет, в той же возрастной категории мужчин приблизительно 23%. Контингент участников в группах оказался приблизительно равнозначный, из чего следует, что данными услугами через социальные сети пользуются больше молодые люди, нежели люди в возрасте. Данная возрастная группа является платежеспособной, имеющей достаточный заработок, чтобы позволить себе совершать покупки печатной продукции.

Таким образом, по результатам проведенного исследования было установлено, что выбранная тематика проекта является актуальной. Печатная продукция востребована пользователями интернет-среды и свидетельствует о наличии целевой аудитории для данного бизнес-проекта.

Библиографический список

1. Матегорин, Н. В. Целевая аудитория: цели и способы ее определения / Н. В. Матегорин, Е. Л. Винеvская // Журнал У. Управление. Экономика. Финансы. — 2019. — № 1 (15). — С. 52–57.
2. Подбор слов [Электронный ресурс] / Яндекс. — URL : <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения : 12.12.2019).
3. Узнайте, что ищут пользователи со всего света [Электронный ресурс] / Google Trends. — URL : <https://trends.google.ru/trends/?geo=RU> (дата обращения : 12.12.2019).
4. ВКонтакте [Электронный ресурс] / Социальная сеть ВКонтакте. — URL : <https://www.vk.com> (дата обращения : 12.12.2019).
5. Instagram [Электронный ресурс] / Социальная сеть Instagram. — URL : <https://www.instagram.com> (дата обращения : 12.12.2019).

Об авторах:

Карчага Екатерина Сергеевна, магистрант Донского государственного технического университета (344000, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), katerina.karchaga@yandex.ru

Матегорин Николай Владимирович, доцент кафедры «МКМТ» Донского государственного технического университета (344000, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), кандидат технических наук, 89281315722@mail.ru

Authors:

Karchaga Ekaterina Sergeevna, master student of Don State Technical University (344000, Russian Federation, Rostov-on-Don, Gagarina sq. 1), katerina.karchaga@yandex.ru

Mategorin Nikolai Vladimirovich, associate professor, the department of MCMP, Don State Technical University (344000, Russian Federation, Rostov-on-Don, Gagarina sq. 1), candidate of technical sciences, 89281315722@mail.ru